

54
2 ej°



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

COORDINACION DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

**LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE 1994 EN LA
TELEVISION MEXICANA. El proceso electoral en
México, según lo reflejaron los noticieros 24 horas, Hechos
y Enlace del 1o. al 19 de agosto de 1994.**

T E S I S

**QUE PARA LA OBTENCION DEL GRADO DE
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACION**

**P R E S E N T A N I
GOMEZ GARCIA RODRIGO
VEGA MONTIEL MEDLEY AIMEE**



**TRABAJO ASESORADO POR
LA MTRA. FLORENCE TOUSSAINT**

MEXICO, D. F.

1996

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



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.

Dedico esta tesis a la Biol. María Eugenia García Salazar y al Dr. Carlos Gómez Lojero, mis padres: el trabajo que están por leer, es producto del ejemplo que me han dado durante mi vida.

A Vanessa y Alvaro, mis hermanos, con el deseo de que muy pronto esté leyendo la suya.

A Papa, Mama y mis tíos, por todo su apoyo.

Rodrigo Gómez

Dedico este esfuerzo a mi gran amor: mi familia.

A Estilita, mi madre, por su amor incondicional y desinteresado, por su apoyo y por su fortaleza, que acertadamente me supo transmitir.

A Ramón, mi padre, por respetar mi libertad y por todo el amor.

A Eliezer y Aarón, mis hermanos, por su constante preocupación: ojalá que mi trabajo sirva de estímulo para lograr las metas que se fijen. Los amo.

Aimée Vega

AGRADECIMIENTOS

Queremos aprovechar este espacio para expresar nuestro sincero agradecimiento a la Mtra. Florence Toussaint, asesora de nuestra tesis, quien acertadamente contribuyó no solo a la dirección del trabajo, sino a la de nuestra formación profesional.

A nuestros sinodales: Lic. Julio Amador, Dra. Delia Covi, Dra. Silvia Molina y Mtra. Margarita Yépez, por sus comentarios y orientación para un mejor resultado de nuestro estudio.

A todos los profesores que colaboraron en nuestra educación universitaria, con un especial reconocimiento a Don Henrique González Casanova, quien ocupa un lugar muy importante en la misma, ya que nos llevó a confrontar nuestra realidad para definir la línea a seguir en un futuro dentro de la vida académica.

A la Academia Mexicana de Derechos Humanos, principalmente a Miguel Acosta, Manuel Martínez y Luz Paula Parra, porque gracias al trabajo que bajo su dirección desempeñamos nació en nosotros la inquietud de desarrollar la presente investigación; además de las facilidades otorgadas en la concesión de espacio, asesoría y material.

A todos aquellos que, además de la AMDH, nos apoyaron con el suministro de equipo, como el Dr. Carlos Gómez, del Centro de Investigación de Estudios Avanzados (CINVESTAV); al Dr. Diego González, y a la Mtra. Emma B. Gutiérrez, del Instituto de Fisiología Celular; así como a la Dra. Soledad Robina, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

A todos los amigos -innumerables- que iniciaron el camino con nosotros y que continúan en él.

Yo, Aimée, quiero aprovechar para hacer un agradecimiento muy especial a Rodrigo, mi amigo y compañero, por emprender este esfuerzo y muchos otros conmigo, por su apoyo y amor.

Yo, Rodrigo, agradezco especialmente a Aimée, mi pareja, por recorrer esta etapa tan importante en nuestras vidas y por todo el apoyo y amor que ha sabido darme.

Rodrigo Gómez y Aimée Vega.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
I. LA FUNCIÓN SOCIAL Y LA MANIPULACIÓN INFORMATIVA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.	
Los telediaros	10
I.1 La función social de los medios masivos.	
La televisión	11
I.1.1 Investigaciones sobre las funciones sociales de la comunicación y los medios de comunica- ción	14
I.1.2 La función social de los noticiarios durante un proceso electoral	17
I.2 El derecho a la información	19
I.3 La Manipulación de la información televisiva	23
I.3.1 La construcción de la noticia: la construcción de la realidad	29
I.3.2 Causas de la manipulación informativa	31
I.3.3 ¿Existe manipulación informativa en la televisión frente a los procesos electorales?	33

I.3.4 ¿Cómo estudiar la manipulación en los medios?	37
I.3.4.1 Agenda-Setting	37
I.3.4.2 El análisis de contenido	39
II. LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE 1994	42
II.1 Antecedentes. Las elecciones de 1988	43
II.1.1 Los medios de comunicación ante las elec- ciones de 1988	45
II.2 Las elecciones de 1994	47
II.2.1 Partidos y candidatos	50
II.2.2 Instituciones electorales	56
II.2.2.1 Instituto Federal Electoral	56
II.2.2.2 Consejeros ciudadanos	58
II.2.3 Otros actores	59
II.2.3.1 La sociedad civil a través de las ONG's	59
II.2.3.2 Los intelectuales y politólogos en 1994	63

III. MARCO LEGISLATIVO	65
III.1 Ley Federal de Radio y Televisión	66
III.2 COFIPE	71
IV. EMPRESAS TELEVISIVAS Y NOTICARIOS	73
IV.1 Las empresas	74
IV.1.1 Azcárraga y el imperio Televisa	74
IV.1.2 Salinas Pliego y Televisión Azteca, ¿una opción diferente?	82
IV.1.3 Canal 11	88
IV.2 Los noticiarios	91
IV.2.1 24 Horas	91
IV.2.2 Hechos	94
IV.2.3 Enlace	95
V. LOS TELEDIARIOS ANTE EL PROCESO ELECTORAL	
DE 1994	98

V.1 Vitrina metodológica	99
V.1.1 Origen de la información	99
V.1.2 Procedimiento empleado	99
V.1.3 Las Variables	101
V.2 Informe del estudio. Análisis cualitativo, cuantitativo y comparativo de los noticieros	107
V.2.1 Número total de notas	110
V.2.2 Jerarquización de las notas	113
V.2.3 Segmento de tiempo en que apareció la nota	114
V.2.4 Distribución del tiempo	115
V.2.5 Tiempo de voz e imagen	124
V.2.6 Planos televisivos utilizados durante la nota	133
V.2.7 Juicios de locutor y reportero	137
V.3 Evaluación general de los noticieros	139
V.3.1 24 Horas	150
V.3.2 Hechos	152
V.3.3 Enalce	155

VI CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

1994: ¿MEDIOS DE COMUNICACIÓN

IMPARCIALES?	158
BIBLIOGRAFÍA	165
HEMEROGRAFÍA	169
VIDEOGRAFÍA	169
ANEXO I	170
ANEXO II	173
ANEXO III	194

INTRODUCCIÓN.

En los procesos electorales la vida de los países cambia: en ellos confluyen diversas fuerzas políticas y, por supuesto, la sociedad no es ajena a ello. En todo ese terreno, los medios de comunicación ocupan un lugar fundamental: en México, simple y llanamente son el punto que indispensablemente vincula a casi treinta millones de electores con las propuestas y lemas de los candidatos y los partidos. Es así que el papel de los medios en la contribución para una adecuada realización de comicios es crucial, ya que son, hasta cierto punto, responsables de crear y mantener un ambiente de confianza entre los ciudadanos, a través del cumplimiento cabal de sus funciones en la emisión de información objetiva, plural, veraz y oportuna.

En el caso específico de nuestro país, el tema ha tomado mayor relevancia de unos años a la fecha, debido al surgimiento de voces que urgen su democratización y que han acusado directamente a los medios de comunicación, en especial a la televisión, de no contribuir en ello. De ahí partió nuestro interés por estudiar formalmente el comportamiento de tres noticieros de televisión ante el proceso electoral de 1994, con base en un análisis de contenido, con el objeto de verificar si cumplieron con su función social capital. Los telediarios son: **24 Horas**, de Televisa; **Hechos**, de Televisión Azteca; y **Enlace**, de Canal 11.

Es así que decidimos proponer un marco teórico (Capítulo I) en el que desarrollamos los temas relativos a la función social y las formas de la manipulación informativa en los telediarios, a través de la construcción de la noticia; así como lo concerniente al debate del derecho a la información con el propósito de tener los elementos necesarios para determinar cuándo un noticiero está informando objetivamente o, en su defecto, cuándo manipula la información.

Asimismo, consideramos necesario presentar el contexto en el que se desarrolló nuestro objeto de estudio para una mejor comprensión del mismo: nos dimos a la tarea de sintetizar lo mejor posible el ambiente político que privó durante el proceso electoral de 1994, y de documentarnos sobre lo que fue el de 1988 (Capítulo II); revisamos la legislación existente en materia de medios de comunicación electrónicos, con el propósito de conocer el marco jurídico bajo el que éstos tenían que actuar (Capítulo III); y procedimos a investigar el origen de las empresas televisivas y sus noticieros, objeto de nuestro estudio (Capítulo IV), así como el régimen de propiedad de cada uno, con la finalidad de tener un antecedente que nos auxiliara en el análisis de los mismos.

Enseguida, dimos paso al estudio de caso (Capítulo V), que abarcó las últimas tres semanas del proceso electoral de 1994 (del 1 al 19 de agosto), mismas que fueron escogidas porque comprendieron las fechas de los cierres de campaña de los candidatos presidenciales por toda la República, información que consideramos importante rescatar.

Para el análisis de contenido de los telediarios armamos una vitrina metodológica que pensamos, abarcó los puntos necesarios para la evaluación del comportamiento de cada uno de ellos, con base en la propuesta por Miguel Acosta y Luz Parra de la Academia Mexicana de Derechos Humanos.

Finalmente, procedimos al análisis cualitativo, cuantitativo y comparativo de los noticiarios (CONCLUSIONES Y PROPUESTAS), echando mano de la información que fuimos desarrollando a lo largo de la tesis.

Esperamos que nuestro trabajo sea de utilidad para el que esté interesado en conocer el desempeño de los noticiarios de televisión **24 Horas, Hechos y Enlace**, durante el proceso electoral de 1994.

I. LA FUNCIÓN SOCIAL Y LA MANIPULACIÓN INFORMATIVA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. LOS TELEDIARIOS.

Posteriormente a la Segunda Guerra Mundial, se inició la investigación de los medios de comunicación, lo que permitió advertir la importancia que representaban en las sociedades. Conforme el desarrollo tecnológico de los mismos y el avance de los estudios progresaban, fue posible advertir que los medios de comunicación no estaban cumpliendo con sus funciones sociales, y que una de las causas que propiciaba dicha situación era la manipulación que hacían de la información.

Es así que en este primer capítulo pretendemos explicar cada uno de esos factores, con la finalidad de saber en qué caso se encuentran los noticiarios objeto de nuestra investigación.

1.1 La función social de los medios masivos. La televisión.

Antes de entrar al tema que nos ocupa -las funciones sociales de los medios masivos- queremos partir del papel que la comunicación¹ ha tenido y desempeña actualmente en nuestras sociedades.

A lo largo de la historia del hombre, la comunicación humana ha servido principalmente para proporcionar información y para transmitir el conocimiento social de generación en generación.

Esta comunicación se ha ido modificando con el tiempo: primero pasó de los sonidos guturales y mímicos a la construcción de un lenguaje articulado; después dio un gran paso al plasmar esos lenguajes en una escritura, lo mismo labrada en piedra que en amates y madera; varios siglos más tarde (s. XV), el alemán Gutenberg inventó la imprenta, lo que revolucionó la comunicación, ya que por medio de ésta se podían editar cantidades considerables de libros, periódicos, panfletos, revistas, etc; que significaban la comunicación de ideas por medio de la palabra escrita a lo largo de casi todo el mundo.

¹ Significado del concepto Comunicación: todo intercambio de noticias entre dos o más interlocutores (ya sea unilateral o bilateral.)

Para finales del siglo XIX (1899), después de recopilar distintas investigaciones sobre impulsos electromagnéticos, el italiano Marconi inventó el principio de lo que hoy conocemos como **la radio**, mismo que puede ser considerado como una de las innovaciones más importantes para el desarrollo de la comunicación, ya que por medio de la radiodifusión se ha logrado la divulgación de mensajes a un número considerable de personas en casi todos los países del mundo, lo que la coloca en la actualidad como el medio masivo más utilizado.

En 1925, el inglés Bird, utilizando el mismo principio de impulsos electromagnéticos, aunado a la experiencia visual que el cine representaba, inventó la descomposición mecánica de las imágenes y su reproducción a través de una cámara llamada **televisión**. Este nuevo invento ofrecía ventajas sobre otros medios, como la radio y el cine: frente a la radiodifusión, la televisión no sólo hacía posible escuchar a grandes personalidades o las noticias al tiempo en que los hechos sucedían, sino que a partir de ese momento se contaba ya con un amplio material visual para apoyarlos, capaz de narrar por sí solo lo que ocurría. Y en comparación con el cine, la televisión podía ser vista y escuchada sin necesidad de salir del hogar.

En 1929, la compañía BBC (Londres, Inglaterra) logra la primera transmisión pública regular de imágenes electrónicas (durante media hora diaria) en el mundo. Y a partir de esa fecha, gracias al desarrollo tecnológico, el avance de la televisión es imparable.

Lo anterior nos da una idea de lo que el hombre ha sido capaz de hacer, contal de difundir sus ideas y pensamientos a lo ancho del planeta.

Dado que la comunicación humana es fundamental en el desarrollo de nuestras sociedades, el papel de los medios masivos es el de deberse a ellas, de estar a su servicio, por el sólo hecho de haber sido creados a partir de las necesidades de quienes conforman los núcleos sociales.

Aquí cabe hacer un paréntesis para aclarar nuestra posición acerca de las funciones que deben cumplir los medios: no las vemos como la forma para que se mantenga el equilibrio del sistema en el poder, sino como el mecanismo que garantice el libre flujo de información, que a su vez sirva a las sociedades (en el caso de la televisión, tele-espectadores) para que tengan una mejor información sobre su entorno nacional e internacional, lo que les permita la toma de decisiones pertinentes al analizar los mensajes, en función de lo que mejor les convenga.

I.1.1 Investigaciones sobre las funciones de la comunicación y los medios masivos

La primera corriente de investigación de la comunicación de masas² que se ocupa del estudio de sus funciones es la del Funcionalismo. En 1948, Lasswell, investigador norteamericano, propone y desarrolla tres funciones básicas que debe desempeñar la comunicación y por ende los medios masivos: a) "La supervisión o vigilancia del entorno; b) la correlación de las distintas partes de la sociedad en su respuesta al entorno y ; c) la transmisión de la herencia social de un generación a otra"³. Posteriormente, el también estadounidense Wright (1960), interpreta y agrega una cuarta función básica de la comunicación a las propuestas por Lasswell:

² Entendemos por comunicación de masas cuando un medio, llámese televisión, radio, cine, periódicos, revistas, etc, se dirige a un auditorio amplio de individuos heterogéneos: personas de ambos sexos, niveles de educación, ubicación geográfica, etc.

³ Miguel de Moragas. "Sociología de la comunicación de masas. Tomo II", México: Gustavo Gilli, 1993. op cit. pag 53.

a) la vigilancia se refiere a la recopilación y distribución de información concerniente a acontecimientos en el entorno, dentro y fuera de cualquier sociedad particular; b) la correlación de una sociedad se refiere a las interpretaciones, que hagan significativas y coherentes las informaciones; c) la herencia social para expresar los valores culturales y simbólicos propios de la identidad y de la continuidad social; d) - que es añadida por Wright- la del entretenimiento, que se refiere a los actos de comunicación básicamente entendidos como diversiones, prescindiendo de todo efecto instrumental que pueda tener.⁴

A finales de los años setenta la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, presentó un informe al director general de la UNESCO, en donde se reflexionaba y analizaba el debate internacional sobre la información y la comunicación. Dicho informe fue publicado por la UNESCO en febrero de 1980 con el título de *Many Voices, One World* (Un sólo mundo voces múltiples). Y en su XXI Sesión, la Conferencia General de la UNESCO (Belgrado, octubre-noviembre 1980) discutió los análisis y las recomendaciones de dicha Comisión.

En esa publicación nos definen las principales funciones de la comunicación de la siguiente manera:

Información: recopilar, almacenar, procesar y difundir noticias, hechos y opiniones que se requieren para llegar a un entendimiento de las situaciones individuales, comunitarias, nacionales e internacionales, a fin de tomar en consecuencia decisiones apropiadas.

Socialización: construir un fondo común de conocimiento e ideas que favorezcan la cohesión y la conciencia sociales, de modo que los individuos puedan mezclarse activamente en la vida pública.

⁴ Charles R. Wright. "Comunicación de masas", México: Paidós, 1993. op.cit. pág. 15-17.

Motivación: promover las metas de la sociedad a corto y largo plazos, así como las aspiraciones individuales; estimular las actividades individuales y colectivas para las metas comunes.

Discusión: presentar la información disponible a fin de aclarar los problemas públicos y facilitar el consenso, así como alentar el interés del público por los problemas locales, nacionales e internacionales.

Educación: transmitir conocimientos a fin de promover el desarrollo intelectual, la formación del carácter y la adquisición de habilidades durante toda la vida.

Avance cultural: diseminar las obras culturales y artísticas; preservar la herencia cultural y ampliar los horizontes del individuo despertando la imaginación y estimulando la creatividad y las necesidades estéticas.

Entretención: difundir el drama, la danza, la literatura, los deportes y actividades semejantes para la recreación personal y colectiva.

Integración: dar acceso a individuos, grupos y naciones, a una diversidad de mensajes que les ayuden a conocer y entender los puntos de vista y las aspiraciones de los demás.⁵

Ahora bien, ¿a qué obedecen estas propuestas de funciones sociales de la comunicación, las que incluyen por supuesto a los medios masivos?. A que, como lo señala MacBride, la comunicación industrializada puede servir para informar, controlar ó manipular a los ciudadanos.⁶

Si los medios masivos no cumplen con estas funciones, quienes los manejan, llámense iniciativa privada, gobierno, etcétera, podrán tender hacia una promoción de la aceptación de ideas, excluyendo el pensamiento independiente y el juicio crítico, logrando así la transmisión de valores y normas promovidos por ellos como grupo

⁵ Sean McBride, et al. "Un sólo mundo voces múltiples". México: Fondo de Cultura Económica, 1992, op cit 35-36.

⁶ Ibidem, op cit pág 37.

dominante, lo que no sucede con una sociedad o país que se llame democrático, mismo que no puede dar cabida a este tipo de prácticas.

En el avance de nuestra investigación atenderemos con especial interés las funciones que deben cumplir los noticiarios de televisión, que en este caso serían las de **Información y Discusión**.

1.1.2 La función social de los noticiarios durante un proceso electoral

La prensa debe "proporcionar informaciones objetivas (noticias), analizar la información (editorial), ofrecer un marco general (fondo), distraer (entretenimiento), difundir el conocimiento de productos (publicidad) y del saber general (enciclopédica).⁷

Si partimos de la idea de que la información contenida en un diario es equivalente a la aparecida en un informativo de televisión, entonces esta tesis de Malcom Wiley bien puede ser adaptable a nuestro objeto de estudio.

⁷ Miguel de Moragas. "Sociología de la comunicación de masas" Tomo II, México: Gustavo Gillí, 1993. op cit pags, 73-74.

Por lo tanto, es responsabilidad de los noticiarios proveer a su auditorio de información, discusión y análisis sobre los problemas y acontecimientos más importantes que ocurren en sus sociedades y naciones de una manera libre y equitativa entre los diferentes grupos que estén representados en ellas. Es decir, que se ocupen de informar sobre el acontecer público, por ejemplo: dar noticia sobre la economía de la nación en general y los estados en particular; sobre el suceder político (posiciones de los diferentes sectores de la sociedad, opiniones de los partidos políticos sobre un hecho, elecciones, etc.) y; sobre el desarrollo cultural, social, tecnológico y científico.

Enmarcando las funciones de los noticiarios durante un proceso electoral, según lo expuesto anteriormente, advertimos que deben ser las siguientes: difundir noticias, hechos y opiniones de los actores que intervienen durante un proceso electoral (candidatos y representantes de todos los partidos contendientes, autoridades electorales, politólogos, etc), de una forma plural, equitativa, veraz y objetiva; con la finalidad de que su auditorio cuente con la información necesaria para tomar en consecuencia las decisiones que más le convengan.

De ser así, los noticiarios estarán cumpliendo con su función social, y con un derecho humano básico: el de informar y ser informado. Por otro lado, estarán contribuyendo a que sus sociedades vivan y actúen democráticamente.

1.2. El Derecho a la Información.

Otro aspecto de singular importancia que dá razón a la función social de los medios, es el concepto de "derecho a la información", mismo que a su vez reúne las siguientes nociones: libertad de información, corriente libre y equilibrada de la información y libre acceso a los medios masivos.

Según el informe MacBride, dichos elementos son el resultado de un derecho natural básico del individuo: la libertad de expresión y opinión, contenido en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 (Ginebra), que versa así: "Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el investigar y recibir informaciones y opiniones y el difundirlas, sin limitación de fronteras por cualquier medio de expresión".

El principal organismo internacional promotor de estos derechos es la Organización de las Naciones Unidas (O.N.U) por conducto de la UNESCO, misma que el seis de noviembre de 1945 determinó en sus estatutos que: "El derecho a la libertad de información conlleva deberes y responsabilidades", con especial énfasis en que los estados no interfieran en el uso y disponibilidad de las comunicaciones y que no apliquen la censura previa.

El 14 de diciembre de 1946 en la resolución 59 de la Organización de las Naciones Unidas se estableció que: "La libertad de información es un derecho fundamental del hombre e implica el derecho a recoger, transmitir y publicar noticias sin trabas en todos los lugares".

Para 1966, la Asamblea General de la O.N.U acordó el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, el cual norma con más detalle lo escrito en 1948 y ordena así en su artículo 19:

1. Nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones.
2. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.
El ejercicio del derecho previsto en el párrafo citado entraña deberes y responsabilidades especiales. Por consiguiente, puede estar sujeto a ciertas restricciones que deberán, sin embargo, estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para:
 - a) Asegurar el respeto de los derechos o a la reputación de los demás.
 - b) La protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas".⁸

⁸ Citado en Miguel A. Granados Chapa. "Examen de la comunicación en México". México: Caballito, 1981, op cit. 123.

En 1976, en la XIX Conferencia de la UNESCO, se acordó redactar una declaración sobre medios de comunicación, la que, después de un año de discusiones y negociaciones, aprobó un texto del que nos interesa rescatar el artículo 2º en su segundo punto:

2. El acceso a la información debe garantizarse mediante la diversidad de las fuentes y de los medios de información que disponga, permitiendo así a cada persona verificar la exactitud de los hechos y fundar objetivamente su opinión sobre los acontecimientos. Para este fin los periodistas deben tener la libertad de información. Igualmente, los medios de comunicación deben responder a las preocupaciones de los pueblos y de los individuos, favoreciendo así la participación del público en la elaboración de la información.

Desde nuestro punto de vista, el derecho a la información no es simplemente el equivalente a la libertad de expresión, sino también el derecho que los ciudadanos tenemos como receptores de información y como un signo tangible para respetar el pluralismo ideológico. Por lo tanto, advertimos que la libertad y la responsabilidad en la comunicación, como en otros campos, son inseparables.

De ahí que algunos países, entre ellos el nuestro, regulen por medio de leyes el comportamiento de los medios masivos, garantizando en ellas a las poblaciones que estos cumplirán con tales y cuales funciones, deberes y derechos.

En México el derecho a la información fue incorporado constitucionalmente hasta 1977, en el artículo 6º de nuestra Carta Magna, que versa así:

"La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado."

Como podemos observar el derecho a la información está previsto de manera sucinta y enunciativa en nuestra Constitución.

Al respecto, Ernesto Villanueva señala: "tan escueto enunciado dice todo y nada al mismo tiempo. Únicamente permite legislar sobre el particular, pero evita señalar con precisión las características de este singular derecho constitucional". Por lo tanto, el problema, según Villanueva, "reside en el hecho de que este derecho abstracto enuncia una política general, (y) no contiene los instrumentos necesarios para su aplicación en situaciones particulares"⁹.

De tal forma, advertimos que todavía falta hacer modificaciones al artículo 6o constitucional, ya que de lo contrario no se sabe en qué forma se está garantizado el derecho a la información.

⁹ Ernesto Villanueva. El sistema jurídico de los medios de comunicación en México. México: U.A.M-Triana. 1995, op cit. pág 23.

Expuesto lo anterior, procederemos a desarrollar la segunda parte de nuestro capítulo, que discurre sobre una de las causas que propician el no cumplimiento de las funciones sociales por parte de los medios.

1.3. La Manipulación de la información televisiva.

Dentro del vasto campo de estudio de la Comunicación, hay un tema que ocupa un lugar preponderante dentro del mismo: la manipulación de la información.

En el caso que nos ocupa, el de la televisión, el debate acerca de si las empresas televisivas deforman o no la emisión de los hechos no deja de ser importante: por el contrario, toma mayor relevancia si advertimos que, después de la radio, la televisión es el medio de comunicación más atendido por el público.

Una de las áreas televisivas en la que la información es más susceptible de ser deformada es en la de los telediarios, objeto central del estudio de nuestra tesis. Por lo tanto, daremos un salto para orientar nuestro apartado hacia ese terreno.

Empezaremos por señalar que la manipulación en términos comunicativos se refiere a la alteración de la estructura y el significado de una información. En televisión, la manipulación se realiza a través de la presentación de la imagen (lo que se ve) y el

sonido (lo que se dice) en un tiempo determinado (la nota). Estos dos aspectos los podemos contextualizar en los siguientes puntos definidos a partir de un estudio sobre los telediarios italianos, dirigido por Buscema y citado por Vilches¹⁰, tendiente a establecer los niveles de análisis del telediario partiendo de las cuestiones relativas que la información diaria plantea a la sociedad:

- 1) Narración de los acontecimientos por parte del telediario, a través de sus actores, espacios y tiempos;
- 2) Modelo de objetividad e interpretación que el telediario simula ante el espectador;
- 3) Estrategias visuales utilizadas por el telediario para mostrar a sus narradores, actores y acontecimientos
- 4) Relación existente entre los diversos actores del telediario;
- 5) Significación del tiempo en un telediario y su estructura;
- 6) Forma en que opera visualmente el telediario, para conseguir resaltar algunas noticias o para ocultar otras.
- 7) Efectos que producen en el narrador ciertas estrategias de expresión para presentar los acontecimientos tales como:
 - a) el espacio que ocupa el narrador en la escena;

¹⁰ Lorenzo, Vilches. "Manipulación de la información televisiva". España: Paidós Comunicación, 1989, pág. 77.

- b) los movimientos de cámara en los acontecimientos;
- c) el uso de la foto fija.

La distorsión se produce también cuando los hechos que se transmiten están sesgados, lo que provoca que su interpretación pueda ser errada. De la misma forma pasa cuando se destacan sucesos carentes de importancia, o cuando se agrupan en una nota diferentes acontecimientos que no tienen relación alguna entre sí, pero que el telediario hace ver como un todo coherente.

Con tal introducción al tema, procederemos a citar lo que Vilches propone como los tipos de manipulación en los telediarios, los que significan una "verdadera tipología de los modos de selección de las noticias en una redacción":

El grado cero de la información. Se refiere a la silenciación de la misma; es decir, cuando en la nota existe ausencia de mención, ya sea escrita, sonora o visual sobre un hecho.

La cita. Cuando se señala la información con un mínimo de elementos.

La reconstrucción. Acto de preparar las informaciones a través del recorte del texto, con el fin de dejar el tronco sobre el cual se ha de elaborar la noticia. Dicha construcción puede ser presentada a través de:

- a) **Resumen:** es explícito y contesta a los tópicos de la noticia.
- b) **Enfasis:** focalización que da el autor de la nota a la misma.

Comentario. Lo que se dice acerca del objeto mostrado. Puede ser para contextualizar al objeto, o para añadir algo no dicho. Se hace explícito cuando el propio narrador refuerza intencional o declaradamente un estado de opinión y de juicio sobre el enunciado. El comentario aparece como un elemento de información que se suma al conjunto modificándolo de un cierto modo. Vilches propone cuatro tipos de comentarios:

- a) **verbal/verbal:** cuando una secuencia verbal comenta otra secuencia verbal
- b) **verbal/icónico:** cuando una secuencia verbal comenta una imagen
- c) **icónico/verbal:** cuando una imagen comenta una secuencia verbal
- d) **icónico/icónico:** cuando una imagen comenta otra imagen.

Ocultamiento. Ocultar información a otro. Este hecho no permite que se pueda conocer otro punto de vista ni otra perspectiva que la expuesta. No sólo es la secuencia verbal la tendiente a ocultarse, sino también la icónica (imagen).

Conmutación. Comunicar una información totalmente diferente a la original.¹¹

¹¹ Ibidem, op., cit. pág. 26. Es necesario mencionar que de esta clasificación tomaremos como base varios puntos para la elaboración de nuestro universo de variables propias del estudio de caso.

Lo anterior nos permite advertir que todo acto de comunicación es susceptible de ser deformado, más cuando, como en el caso de los noticiarios, se tiene que sintetizar la información generada durante 24 horas en tan solo 30 ó 60 minutos, por lo que a la manipulación "se le debe despejar de su carácter demoníaco o perverso"¹².

El problema radica en quien realiza la tarea de seleccionar de un universo de noticias sólo el conjunto que considera, con base en su criterio, las más importantes de la jornada, lo que significa que como auditorio estamos expuestos a ver a través de los ojos de quien prepara un telediario y no en condiciones de verificar si efectivamente esa información fragmentada que vemos en la pantalla es la realidad, parte de la misma, o definitivamente un hecho ficticio; y que en el caso de que fuera verdadera, tampoco podemos advertir en dónde inicia y en dónde finaliza el suceso y mucho menos determinar lo que Vilches llama "el principio de la manipulación televisiva y la finalización de la manipulación social."¹³

Esto nos lleva a pensar que los espectadores somos susceptibles de modificar nuestra visión de la realidad, sobre todo si no contamos con un abanico de información y opinión que dé lugar a que formulemos juicios bien fundamentados sobre las cuestiones públicas, lo que de no ser una garantía de confiabilidad en la información, por lo menos

¹² Ibidem. op., cit. pág. 10.

¹³ Ibidem, op cit., pág 10.

impide lo que McBride llama una "falsificación deliberada de la información"¹⁴. Ahora bien, no se trata tampoco de saturar al receptor de información al grado que pierda interés en la misma, sino de que -y aquí entra una primera conclusión- el periodista y los demás encargados de preparar la noticia no divorcien el binomio libertad-responsabilidad; es decir, que de la misma forma como exigen libertad total para llevar a cabo su trabajo, tengan la responsabilidad social, con base en principios éticos, de procurar que la ilustración de la realidad que se presenta sea más o menos aceptable para todos, evitando la distorsión de la noticia de los hechos y no haciendo distinción de los mismos ni de los actores.

¹⁴Sean McBride, Sean. "Un solo mundo, voces múltiples." México: Fondo de Cultura Económica, 1993. pág. 47.

1.3.1 La Construcción de la noticia: La Construcción de la realidad.

"Noticia es una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible".

Miguel R. Alsina.¹⁵

Alsina hace una caracterización de la noticia a partir de dos grupos: uno, el que la define como un espejo de la realidad, defendiendo la idea de que es totalmente objetiva, sin tomar en cuenta la producción de la misma; y el otro, que la concibe como la construcción de la realidad, tarea propia del periodista y de los medios masivos en general.¹⁶

Para el tema que nos ocupa, retomaremos el segundo caso. En el terreno de los telediaris nos queda claro que la manipulación informativa se da a partir de diversos factores. Uno de ellos puede ser la construcción o reconstrucción que se tiene que hacer de la realidad para presentarla en una noticia a través del espacio televisivo, misma que

¹⁵ Miguel Rodrigo Alsina. "La construcción de la noticia." España. Paidós Comunicación. 1993. p.185.

¹⁶ Ibidem. op.cit. p. 184. Es pertinente aclarar que aún cuando la construcción de la realidad sea propia del periodista, no es exclusiva de él, ya que debemos entenderla como una tarea cotidiana, capaz de ser producida incluso por un ciudadano común.

de tener la intervención por demás subjetiva del autor, puede convertirla en "el procesamiento y la factura de un acontecimiento"¹⁷. Veamos entonces de qué forma se estructuran.

Vilches propone en "La televisión"¹⁸ las formas del discurso informativo que intervienen en la construcción de la realidad: el uso de gráficos e imágenes en pantalla durante la información y sus efectos en la comprensión y memorización de los espectadores; el papel que juega el locutor como constructor del discurso televisivo, lo que lo convierte en el signo de identificación de las noticias en televisión, una especie de líder de opinión; la relación que hay entre el texto (lo que se dice) y la imagen (lo que se ve) en los informativos; estudio a través de la manipulación de las estrategias de la información diaria en la producción del espacio, del tiempo y de los actores de los telediarios.

Es así que las noticias que vemos por televisión no sólo son la narración de hechos con un contenido específico (político, social, económico o cultural), sino que primero son producto de una selección de entre varios sucesos, y luego sufren una especie de recorte de imágenes y discursos (edición), además del énfasis que se les da y del contexto sociopolítico en que se desenvuelven, lo que al momento de ser presentadas,

¹⁷ Lorenzo Vilches. "La Televisión. Los efectos del bien y del mal." España: Paidós Comunicación, 1993.pág. 133.

¹⁸ Ibidem, Op., cit. pàgs. 136-137.

puede incluso crear o cambiar nuestra percepción de la realidad, haciendo que la información dibuje los contornos de la actualidad y no a la inversa, como lo señala Gérard Leblanc.¹⁹

1.3.2 Causas de la manipulación informativa.

En distintos textos e investigaciones sobre la distorsión informativa en los medios de comunicación, se señala al gobierno como el principal provocador de este fenómeno, quien a veces los utiliza para dar credibilidad a su gestión, para conservar las leyes que él mismo establece o para proyectar una imagen de la realidad que forme una visión homogénea de la misma en los espectadores, de manera que esto, aunado a otros factores, le garantice el mantenimiento del poder: "la televisión se convierte en una expresión significativa del poder que la financia y controla y sólo a él y a sus instancias da cuenta de su gestión ideológica. Y es reforzando a ese Estado como la televisión asegura su sobrevivencia."²⁰

¹⁹ Gérard Leblanc, Le monde en suspens, Citado en Michel Collon, Ojo con los media. España: IRU. 1985. op cit pág 209.

²⁰ Ibidem. op cit., pág. 322.

Efectivamente, en muchos países los medios están estrictamente controlados y vigilados por la fuerza política gobernante de forma abierta. Lo hace de distintas formas: otorgando licencias y concesiones para la operación de los medios a quienes considera los mejores candidatos para hacerlo; regulando su utilización mediante el establecimiento de leyes y otras medidas, algunas en nombre de la seguridad de la nación que se trate, lo que reprime la libre propagación de información; aprobando o censurando el contenido de las notas por aparecer en los informativos, lo que puede desembocar incluso en la suspensión de los periodistas que no cumplan con las normas impuestas por él y; por último, restringiendo el acceso a las fuentes informativas.

Pero no sólo la represión al libre flujo de la información es provocada por actores poderosos ajenos a los medios, que los podemos encontrar tanto en el gobierno como en la iniciativa privada. Por desgracia, las propias empresas dueñas de éstos, o los mismos periodistas, son quienes se autocensuran moderando o evitando totalmente una crítica. En el caso de nuestro país se repite tradicionalmente la regla no escrita de no poner en duda las prácticas de la administración en turno, así como -en los últimos años- las de grupos empresariales: banqueros, industriales, comerciantes, etc; actitud propiciada a veces por el temor de ser vetados en sus espacios, o simplemente por la falta de principios éticos, lo que los convierte en servidumbre -regularmente bien pagada con regalos, "chayotes" y "embutes"- de los grupos que ostentan el poder. Al respecto,

Michael Collon señala que hay dos formas de corrupción por parte del periodista: los regalos y los negocios realizados conjuntamente -entre ellos mismos y los poderosos-, lo que da lugar a la hipótesis de que un periodista siempre tiene intereses en las informaciones que difunde²¹.

1.3.3 ¿Existe manipulación informativa en la T.V. frente a los procesos electorales?

En la actualidad, consideramos crucial el papel que juegan los medios de comunicación en los procesos electorales: en el caso de nuestro país, simple y llanamente son el punto de reunión de más de 35 millones de pobladores en torno a lo que implica la competencia entre los candidatos de las distintas fuerzas políticas a las que representan, y la participación de otros actores en el proceso (instancias y autoridades gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, observadores electorales, intelectuales, politólogos, etc.).

Pero ¿Qué pasa durante los procesos electorales con los noticieros de televisión?, ¿Manipulan la información para favorecer a una fuerza política o procuran la pluralidad y la objetividad? Tratemus de dar respuesta a estas interrogantes.

²¹ Michael Collon. Ojo con los media. España: IRU. 1995. op.cit. pág. 197.

Existen diversos estudios que se ocupan de analizar la información política concerniente a las elecciones; algunos para saber si los medios inclinan la balanza a favor o en contra de algún candidato, y otros se abocan a determinar el nivel de influencia -en el caso de haberlo- que los telediaros ejercen sobre el auditorio y posible electorado al momento de estar frente a una casilla emitiendo su voto.²²

Según Miguel Acosta y Luz P. Parra, la manipulación informativa de los noticiarios durante las elecciones se determina a partir de los siguientes criterios:

- **Actores más citados.** Se refiere a la frecuencia con la que un noticiario cita a un actor determinado; aspecto medido en el número de notas en los cuáles se le otorga voz o imagen.

- **Espacio dedicado a los actores.** Se refiere al tiempo que se le otorga al actor dentro del noticiario.

²² En el caso de nuestra investigación, nos interesa indagar la posición de los medios frente a los procesos electorales.

- **Ubicación de las notas informativas.** Se refiere al lugar relativo que el medio otorga al actor; es decir, no es lo mismo que la noticia de un personaje aparezca en la entrada del noticiario, que a la mitad o al final.

- **Voz e imagen.** Se refiere a la frecuencia y el tiempo de voz e imagen que los tele-diarios otorgan a los actores. Este elemento es clave en un proceso electoral, debido a que es un medio que permite a los actores transmitir sus ideas y presentar lo mejor de sus campañas de forma directa al público.

- **Tendencias de las notas.** Se refiere a la tendencia que subyace en la cobertura de los medios hacia los actores políticos, mismas que pueden ser: positiva, negativa o neutra. El tratamiento de un noticiario a los actores es crucial en una campaña política, ya que la posición que adopte ante cualquiera de ellos puede influir en la visión que se forme el auditorio sobre las elecciones.²³

²³ Miguel Acosta et.al. "Guía para el análisis de contenido electoral de medios de comunicación." México: AMDH, 1994, op.cit. p.80-86.

Es obvio entonces que con el acceso a la información que tienen los medios y los avances tecnológicos que les permiten incluso hacer de un individuo que proyecte poca simpatía y personalidad hacia el electorado, una figura carismática que represente una opción viable para llegar incluso a dirigir un país; pueden manipular la proyección de la realidad en la televisión para lograr determinados efectos en el auditorio. Un ejemplo es lo que sucedió en torno al debate en el que participaron los tres principales candidatos a la Presidencia de nuestro país en 1994, Cuauhtémoc Cárdenas (PRD), Ernesto Zedillo (PRI) y Diego Fernández de Cevallos (PAN). Lo importante de ese hecho histórico, como una vez tuvo a bien señalar Aguilar Zínzer, no fue el tiempo efectivo que tuvieron para exponer su plataforma y discernir sobre la de sus contrincantes ese 12 de mayo, sino el trabajo posterior de los noticieros de televisión en sus emisiones: maximización, minimización, e incluso ridiculización de unos y otros abanderados, según fuera el caso, persiguiendo un solo objetivo: ver reflejado ese esfuerzo en las urnas; lo que significa que probablemente la efectividad de la televisión parece ir más allá de cuando sucede un hecho, porque "si bien la información en televisión sería incapaz de aportar datos cognitivos para una racional elección política, lo que parece innegable es que la misma televisión, con su información fragmentaria, proporciona globalmente una representación de la política."²⁴

²⁴Mauro Wolf. "La Investigación de la comunicación de masas". Barcelona: Paidós Comunicación, 1987. op.cit. pàg 170.

Concluimos este apartado con una reflexión del politólogo Jarol B. Manheim, quien en su libro Can Democracy Survive Television? afirma que "un número creciente de ciudadanos confía en los contenidos de las noticias televisivas y de la televisión en general sobre temas de dominio público para su información política e indirectamente para su comportamiento político."²⁵

1.3.4 ¿Cómo estudiar la manipulación en los medios?

Actualmente existen diversas herramientas de estudio auxiliares en la investigación del comportamiento de los medios de comunicación. Para ser concretos, existen dos fundamentales en la indagación de la actitud de los noticiarios de televisión: Agenda-setting y Análisis de contenido.

1.3.4.1 Agenda Setting.

Una de las técnicas para estudiar la información en los medios resulta ser la de los efectos de agenda-setting, que sirve para estudiar la noticia dentro de un contexto específico y para resaltar la importancia social en el proceso informativo.

²⁵ Jarol Manheim. Can Democracy Survive television? (Citado en Lorenzo Vilches, La televisión, Barcelona, Paidós Comunicación, 1992, p.127.)

Agenda-setting es la hipótesis según la cual los medios de comunicación pueden indicar a sus destinatarios en torno a qué temas deben pensar, qué contenidos deben incluir o excluir de su conocimiento, a qué acontecimientos dar o no importancia, qué cosas valorar de las personas y problemas, etc.²⁶, con base en la estructuración y descripción que dan de la realidad.

En el terreno específico de los noticiarios de televisión, la aplicación de la hipótesis de la Agenda permite el estudio de la tematización de la información, su orden y el tiempo dedicado a cada tema, siempre con base en los efectos que esa selección de hechos y la jerarquización que se les dé en la presentación del telediario tengan en el espectador.

En los criterios de selección y tematización de las notas existen dos factores que siempre están presentes y que son las herramientas fundamentales de quien en un noticiario tiene la tarea de construir la realidad: el texto y la imagen (aunque no siempre es equilibrada la utilización de los dos, es decir, mientras algunos prefieren darle mayor peso al material grabado al momento de presentar una noticia, otros sólo lo utilizan como apoyo del texto verbal, para ilustrarlo).

²⁶ *Ibidem.* op cit, pág. 34

Por último, McClure y Patterson señalan que en el caso de la información política, los efectos de Agenda en telediarios pueden ser relativos, ya que su información es discontinua y fragmentada, apareciendo a veces superficial por el hecho de presentar las noticias en ocasiones como un espectáculo y no más²⁷ (Vilches afirma en el libro Manipulación de la información televisiva que las campañas presidenciales en Estados Unidos quedan reducidas en la televisión como hechos deportivos y de competencia en los que se maquillan las ideas de fondo para hacerlas presentables en televisión).

1.3.4.2 El Análisis de Contenido.

Como fue mencionado, el análisis de contenido constituye una técnica que nos puede auxiliar en el estudio de la manipulación informativa de los medios.

Una primera definición, la del norteamericano Berelson, afirma que "es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones."²⁸ Otra definición importante es la que hacen Hosti y

²⁷ Ibidem. op.cit. p.36

²⁸ Bernard Berelson. "Content Analysis in Communication Research", Glencoe Ill, The Free Press, 1952, pág. 18. (Citado por Ch. R. Wright. "Comunicación de masas." México: Paidós, 1993. op.cit. pág. 100).

Stone, quienes van más lejos al reconocer el carácter inferencial de la codificación de los datos en categorías conceptuales. A diferencia de Berelson, ponderan las inferencias frente a lo cuantitativo y descriptivo al enunciar lo siguiente: "El análisis de contenido es una técnica de investigación para formular inferencias identificando de manera sistemática y objetiva ciertas características especificadas dentro de un texto".²⁹ Sin embargo, consideramos que el análisis de contenido puede analizar también las características cualitativas propias de un objeto de estudio, tal como lo señala Krippendorff en su libro Metodología de análisis de contenido.

Lo anterior nos lleva a entender al análisis de contenido como una herramienta fiable, que sirve para analizar los contenidos de un objeto de estudio, a partir de criterios definidos, los que tienen como requisito indispensable ser reproducibles por cualquier investigador.

En el caso que nos ocupa, el de los telediarios, dicha técnica nos auxiliará en la examinación de las características -tanto cuantitativas como cualitativas- que conforman las notas, previa elaboración de un manual de código en el que determinaremos con precisión las unidades de análisis que nos interesa estudiar -duración de las notas, frecuencia con que se cita a un actor, características de las notas, tendencia por parte

²⁹Ole Hosti. Content Analysis: An introduction (extracto de su obra Content Analysis for Social Sciences and Humanities, s.l.: Addison Wesley, 1969 en Morns Janowitz y Paul M. Hirsch, eds. Reader in Public Opinion and Mass Communication. Third Edition. NY: The Free Press, 1981.)

del autor de la nota hacia los actores, planos televisivos utilizados, etc., para que posteriormente demos paso al monitoreo de los noticiarios y el registro de la información que de su investigación obtengamos. Los datos que el análisis de contenido arroje, nos llevará, como bien tiene a señalar Krippendorff ,a realizar inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse en relación con su contexto y justificarse en función de éste.³⁰

El presente capítulo ha tocado algunas cuestiones importantes relativas a los medios de comunicación: sus funciones, deberes y obligaciones, así como una de las formas que hay para no cumplirlas: la manipulación informativa. Así también tuvimos la oportunidad de explicar las técnicas que utilizaremos para determinar cuándo aquella está presente. Ahora nuestra atención se volverá hacia el contexto histórico, en el que esbozaremos el panorama que enmarcó nuestro objeto de estudio.

³⁰ Klaus Krippendorff. "Metodología de análisis de contenido."
Barcelona: Paidós, 1990. p. 32

II. LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE 1994.

Panorama Político.

Es complicado explicar un fenómeno determinado sin tomar en cuenta el entorno en el que se desarrolla, es así que en este capítulo nuestro objetivo es ilustrar el proceso electoral de 1994 en México, teniendo como punto central los actores y hechos principales que se sucedieron, no sin anotar en primer lugar y a grosso modo como antecedente inmediato los comicios presidenciales de 1988.

II.1 Antecedentes. Elecciones de 1988.

El seis de julio de 1988 se llevaron a cabo las elecciones presidenciales con los resultados más discutidos que se recuerden en la historia moderna de nuestro país. Cinco eran las fuerzas políticas que entonces contendieron por la sucesión: el Partido Revolucionario Institucional (PRI), el Frente Democrático Nacional (FDN), y el Partido Acción Nacional (PAN), los que siempre estuvieron en el centro de la competencia electoral, mientras que los restantes partidos, el Demócrata Mexicano y el Revolucionario de los Trabajadores, se mantuvieron al margen.

Días después de la elección, los resultados oficiales favorecieron al PRI con el 50.36 por ciento de los votos, seguido del FDN con el 31.12 por ciento y del PAN con 17.07 por ciento. El porcentaje de votación para el PDM y el PRT fue mínima: 1.04 y 0.42 por ciento, respectivamente.

Tal vez la razón principal por la que las cifras fueron tan cerradas radica en la situación en que el país se encontraba: la crisis económica con efectos políticos (caída del petróleo, crecimiento de la deuda externa, caída del salario), aunada a los errores de gobiernos anteriores, presididos desde 1929 por el Partido Revolucionario Institucional, candidateando en 1988 a Carlos Salinas de Gortari, mismo que encontró una creciente competitividad de la oposición, lo que, según señala Trejo Delarbre, reflejó "una protesta

pasiva, pero notablemente significativa, de millones de ciudadanos que dejaron de votar por el PRI para apoyar a los partidos más significativos de la oposición."¹

De éstos, el que más fuerza política tenía era el Frente Democrático Nacional, movimiento unificado de la izquierda en México. Fue una coalición de los partidos Auténtico de la Revolución Mexicana, Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional, Popular Socialista, Mexicano Socialista y de cuatro más no registrados, todos en torno a la figura de Cuauhtémoc Cárdenas, quien para entonces había sido expulsado de las filas del PRI junto con Porfirio Muñoz Ledo y otros priistas, por encabezar un movimiento democrático dentro de ese partido, que pretendía, entre otras cosas, impulsar la candidatura del hijo del ex-presidente para ocupar el cargo de primer mandatario. El FDN entró con fuerza por el deterioro del PRI y por la capacidad de convocatoria desplegada por su abanderado, además de que el contenido de su discurso era netamente nacionalista, con la pretensión de llevar a cabo modificaciones sociales considerables.

Por el lado del Partido Acción Nacional, la figura de Manuel J. Clouthier no logró brillar en el panorama tanto como sus dos principales contrincantes, a pesar de tener más experiencia en contiendas electorales después del PRI, tal vez por lo novedoso que resultaba ser el Frente y por la tradición de voto hacia el Revolucionario Institucional.

¹ARREDONDO Ramírez, Pablo. et.al. "Así se calló el sistema. Comunicación y elecciones en 1988." México: U de G, op.cit. p. 18

En lo que respecta al Partido Revolucionario de los Trabajadores y al Demócrata Mexicano, encabezados por Rosario Ibarra de Piedra y Gumersindo Magaña, respectivamente, tuvieron una participación casi exigua en la contienda, manteniendo, la primera, un discurso de izquierda radical y, el segundo, haciendo referencia principal a la urgencia de democratizar el país.

II.1.1 Los medios de comunicación en 1988.

"Durante 1988, los medios, y en especial la televisión, conservaron una actitud paternalista y sus puertas cerradas a otras opiniones, siempre comprometidos con el poder."
Raúl T. Delarbre.²

Esta frase reseña la actitud de los medios ante el proceso electoral de aquel año. Un estudio encabezado por Pablo Arredondo, investigador de la Universidad de Guadalajara, a los noticieros "24 Horas" y "Día a Día", nos muestra la incondicional posición de estos ante el Partido de Estado en 1988. Él señala que el denominador común entre ambos telediarios radicó en "su absoluta e indiscriminada entrega al

²Ibidem. op.cit. pág. 43

candidato del partido oficial"³. Del cien por ciento de noticias electorales tomadas a lo largo de 55 días de muestra (435 de un total de 3660, o sea el 11.88 por ciento), el 63.91 correspondió al PRI, mientras que el 25.27 fue relativo al conjunto de los partidos de oposición y el 10.8 restante a la categoría de "otras noticias electorales". En lo que respecta al tiempo de cada nota, la distribución varió de manera considerable: el PRI acaparó el 83.14 por ciento, en claro contraste con el 7.51 por ciento de los restantes partidos, cifras rebasadas aún por los demás actores con un 9.34 por ciento⁴.

En cuanto a la televisión gubernamental, encabezada por IMEVISIÓN, Arredondo señala que aquella ignoró por completo la existencia de los partidos y candidatos opositores, asumiendo la política de "avestruz". En cuanto a Televisa, resume su actitud en dos puntos: 1) ignorancia a los partidos "minoritarios"; 2) apertura de espacio para las oposiciones de mayor presencia, pero tratando siempre de desautorizar y minimizar (en algunos momentos, hasta de difamar su influencia social:⁵

La gran lección que emergió del proceso electoral y de la reacción de algunos medios de difusión ante este hecho es que las aspiraciones plurales y democráticas de grandes sectores de la población mexicana no han encontrado en la televisión una auténtica caja de resonancia, y que ésta ha mostrado una evolución política muy limitada frente a la que se está sucediendo en la sociedad civil mexicana.⁶

³Ibidem. op.cit pág. 181

⁴Ibidem. op.cit. pág. 156-157.

⁵Ibidem. op.cit. pág. 156.

⁶Pablo Arredondo Ramirez. Ibidem. p. 181.

II.2 Las elecciones de 1994.

Si las elecciones del 88 tuvieron resultados inesperados y controversiales, las de 1994 lo fueron de la misma forma, ya que contaron con mayor competencia partidaria, vigilancia nacional, atención extranjera, reformas en su legislación, análisis y debate en los medios de comunicación y afluencia de votantes en las urnas, hechos sin precedente en la historia de México.

Por otra parte, no podemos dejar pasar por alto la situación del país, suscitada por inesperados acontecimientos que, se acepte o no, modificaron el rumbo del mismo proceso electoral: el primer día del año, se levantó en el sureño estado de Chiapas un movimiento guerrillero encabezado por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), mismo que a la fecha reclama una vida digna para los indígenas -democracia, libertad, justicia y educación, entre otros- y que de inmediato despertó no sólo la atención dentro del país, sino también del extranjero, y cambió el sentido de las campañas presidenciales, ya que los candidatos se vieron en la necesidad de retrasar sus propuestas de gobierno para la competencia electoral, cambiándolas por propuestas de reconciliación en aquella entidad. Cabe señalar que aún cuando la confrontación entre los dos ejércitos duró 15 días, a la fecha no se han logrado asentar los acuerdos entre el EZLN y el Gobierno. Casi tres meses después, el 23 de marzo, asesinan al candidato del Revolucionario Institucional, Luis Donaldo Colosio, al finalizar un mitin en el marco de

su campaña presidencial en la ciudad de Tijuana. Este hecho inédito desde el asesinato del general Obregón consternó no sólo al Gobierno y a los miembros de su Partido, sino que puso en alerta a los abanderados y representantes de los otros partidos, por las condiciones de inseguridad en las que el proceso se desarrollaba. A pesar de que el asesino material fue detenido, actualmente las autoridades no han logrado esclarecer el crimen. Por último, en 1994 se sucedieron los secuestros de importantes hombres de negocios en México, lo que repercutió de manera directa en la economía.

Así las cosas, tanto los nueve candidatos contendientes, como el Gobierno, Instituciones políticas, ONG's y sociedad civil, entre otros, estuvieron en el centro del debate con una misma preocupación: desarrollar las elecciones en un clima de confianza con la esperanza de su completa credibilidad, transparencia e imparcialidad. Para lograr tales condiciones, cada cual participó desde su bastión: el 27 de enero de ese año, los abanderados aspirantes a la Presidencia y los dirigentes de los principales partidos políticos -a excepción del PPS-, signaron el "Acuerdo para la paz, la justicia y la democracia" con el propósito de crear los elementos necesarios para una competencia equitativa e impulsar la imparcialidad de los órganos electorales. Dentro del acuerdo resalta el punto relativo al comportamiento de los medios durante el proceso electoral, que los firmantes resumieron así:

"necesitamos garantías de equidad en los medios de comunicación masiva, aprovechando los tiempos del Estado y promoviendo que los medios concesionados contribuyan eficazmente al fortalecimiento del proceso democrático. Se propiciarán nuevos espacios e iniciativas que favorezcan la participación, objetividad y respeto de todas las fuerzas políticas. Esto garantizará la comunicación de los candidatos con los ciudadanos y la presentación de sus programas y puntos de vista sobre los asuntos más relevantes para la vida del país."⁷

Por su parte, el gobierno llevó a cabo modificaciones al Código Penal en materia electoral, y realizó nuevas reformas al COFIPE; además, mediante la Secretaría de Gobernación, se sentó a negociar con los representantes del PRI, PAN y PRD, en lo que se conoce como la "mesa de Barcelona", todo con el objeto de tener las condiciones más óptimas para llegar al 21 de agosto.

De tal forma, en este apartado nos abocaremos a explicar el papel que cada uno de estos actores desempeñó durante el proceso y el día de las elecciones, empezando por los principales: los aspirantes a ocupar la silla Presidencial.

⁷"PROCESO" núm. 922 del 4 de julio de 1994, p. 10

II.2.1 Partidos y Candidatos.

"La campaña electoral es la mejor oportunidad que tiene un candidato para presentarse ante el elector en tanto persona, hombre de partido y estadista en potencia, poseedor de un proyecto claro para el país. El elector visualiza a los candidatos como parte de una competencia en que una u otra oferta políticas son las mercancías que puede comprar con su voto".

Germán Pérez Fdz. del Castillo⁸

El proceso y las elecciones mismas del '94 estuvieron enmarcados por sucesos inesperados. De los más importantes tenemos el alto índice de votación, que resultó ser de 77.73 por ciento, así como la mayoría con la que Ernesto Zedillo salió triunfante (50.18 por ciento), y que colocó al Partido Acción Nacional como la segunda fuerza política nacional (26.69 por ciento) y al de la Revolución Democrática como la tercera (17.08 por ciento).

Nueve fueron las ofertas que propusieron soluciones para enfrentar los principales problemas que aquejan al país: por el PRI, primero Luis Donaldo Colosio, y a su muerte siguió Ernesto Zedillo; por el PAN, Diego Fernández de Cevallos; por el PRD, Cuauhtémoc Cárdenas; por el PT, Cecilia Soto; por el PVEM, Jorge González; por el

⁸Germán Pérez Fernández del Castillo, et.al. "La voz de los votos: un análisis crítico de las elecciones de 1994." México: Flaco y Grupo Editorial Porrúa, 1995. op.cit. p. 22

PFCRN, Rafael Aguilar; por el PPS, Marcela Lombardo; PDM-UNO, Pablo Emilio Madero y; por el PARM, Álvaro Pérez Treviño.

El proceso electoral se inició formalmente el seis de enero de 1994, en la primera sesión del año del Consejo General del IFE, aún cuando ya habían sido nombrados cuando menos ocho de los nueve candidatos -sólo Álvaro Pérez Treviño fue nominado después, el 15 de enero-, y algunas campañas ya habían arrancado desde 1993, como la de Cuauhtémoc Cárdenas. Fue hasta marzo que todos los partidos registraron las candidaturas de sus abanderados ante el Consejo General de aquella Institución.

Iniciadas las campañas, tanto candidatos a la Presidencia, como a la Cámara de Diputados y de Senadores, recorrieron todas las entidades federativas, concedieron entrevistas a estaciones de radio, televisivas y prensa escrita, haciendo de estas vías un espacio de difusión de sus propuestas de gobierno, que se enmarcaron básicamente en los siguientes puntos: gobierno y democracia, política económica, política social (combate a la pobreza, etnias, salud, seguridad social, vivienda), desarrollo regional, educación, política exterior y medio ambiente.

A continuación, resaltaremos lo que, a nuestro juicio, fue lo más importante de las campañas. El orden en el que los partidos aparecen va en relación al que ocuparon con la votación, de mayor a menor.

En lo que respecta al PRI, institución política que lleva casi 67 años en el poder, "destapó" formalmente a su candidato en noviembre de 1993. El elegido fue Luis

Donald Colosio, quien tenía experiencia como senador, presidente de su partido y secretario de Estado. Tal decisión provocó una ruptura dentro de su grupo, tanto partidista como gubernamental, ya que Manuel Camacho Solís, otro priísta que luchaba muy fuerte para lograr la candidatura, se convirtió, a partir de ese momento, en su enemigo político: casualmente, el día que arrancó la campaña de Colosio, Camacho fue nombrado mediador entre el gobierno y los zapatistas, quienes ya se habían levantado en armas desde el 1o. de enero del 94, lo que provocó que fuera éste y no el aspirante a la Presidencia, el principal foco de atención. A partir de entonces, Colosio empezó a virar el sentido de su alocución, hasta que el 6 de marzo, en la ceremonia del 65 aniversario de su partido, emitió un discurso que por muchos ha sido señalado como el más duro y propositivo de su campaña: dar fin al presidencialismo, y al binomio PRI-Gobierno. 17 días después, fue asesinado en Tijuana, B.C. al finalizar un acto de campaña. A pesar de que este hecho inusitado conmocionó a las fuerzas políticas del país, y que los ocho restantes candidatos suspendieron sus campañas, el proceso electoral había iniciado y tenía que seguir. De tal forma, el 29 de marzo Ernesto Zedillo acepta ocupar el lugar de Luis Donald Colosio, lo que provoca que el trabajo de sus adversarios y el de su propio partido entre en una nueva etapa. El PRI tuvo que redoblar esfuerzos para apoyar la imagen de Zedillo, quien estaba a sólo cuatro meses y medio de las elecciones, cuando sus contrincantes llevaban camino ganado en el trabajo de campaña. Tan eficaz fue el aparato que respaldó al ex-secretario de Estado, que éste

salió triunfante el 21 de agosto. Un punto clave en su campaña, fue que aprovechó la situación de inseguridad en que el país emergía para pelear con el lema "Voto por la paz", lo que muchos aseguran, fue clave en su triunfo con el que ha dado llamarse el "voto del miedo".

Respecto al desempeño del PAN, sabemos llegó a las elecciones con 50 años de historia respaldados por la derecha liberal mexicana, y por un sector considerable de la democracia cristiana en nuestro país. En esta ocasión, la nominación para representar al partido en la elección presidencial la ganó Diego Fernández de Cevallos, quien antes de ser candidato fue coordinador parlamentario de la fracción del PAN en la Cámara de Diputados. Durante la campaña manejó un discurso conciliador con el gobierno e impulsor de la reforma política, además de poner especial énfasis en el tema de la impartición de justicia. Muchos aseguran que el hecho de que el PAN haya quedado después de la elección como la segunda fuerza política nacional, con la mayor votación de su historia, fue en gran parte gracias al desempeño que tuvo Fernández de Cevallos en el debate televisivo que sostuvo con sus dos principales contrincantes, Zedillo y Cárdenas, en el que su habilidad en el discurso fue la clave para elevar su popularidad.

Por parte del PRD, surgió como fuerza política después de que el naciente Frente Democrático Nacional de 1988 desapareció a finales de ese año, debido a que varias fuerzas de las que confluyeron en él decidieron tomar caminos propios, como el caso del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional, del Popular Socialista y del Auténtico de

la Revolución Mexicana; sin embargo, las bases constitutivas del Frente -la vieja izquierda mexicana y los priístas expulsados de esa institución política, encabezados por Cárdenas y Muñoz Ledo- continuaron con su lucha hasta conseguir aglutinarse bajo el Partido de la Revolución Democrática, al que el Mexicano Socialista cedió su registro en 1989.

Después de haber sido presidente de este nuevo instituto político, Cuauhtémoc Cárdenas volvió a los escenarios de la contienda política, esta vez en 1994, bajo la decisión unánime de los miembros de su partido. Siguiendo con los principios del PRD, los que dieron origen al FDN, la principal demanda con la que Cárdenas se presentó en las distintas plazas que cubrieron su campaña, fue la de democratizar el país, a través de las fuerzas que en el gobierno confluyen. Este discurso ganó muchos simpatizantes de la clase media; sin embargo, contrario a lo que se esperaba, el PRD quedó como el gran perdedor del 21 de agosto, aún cuando es la tercera fuerza política del país.

Por su parte, el Partido del Trabajo nominó en noviembre de 1993 a Cecilia Soto como su candidata a la Presidencia. Resultó sorpresiva la presencia de esta mujer en la contienda política -quien manejaba su discurso con habilidad- ya que de la nada, logró colocar a su partido como la cuarta fuerza política. Levantó polémica el hecho de que visiblemente el PT gastó considerables recursos para apoyar la imagen de Cecilia Soto, lo que muchos consideran, contribuyó a restar votos a los partidos de oposición más fuertes.

Durante diciembre del '93, el Partido Verde Ecologista de México nominó a Jorge González Torres como su candidato, quien visitó varias plazas de la República Mexicana, llevando como bandera los principios de su partido: la defensa y preservación de la flora y la fauna, así como la mejora de la vida de los indígenas en nuestro país. De la misma forma que Soto, su participación en los comicios ha sido criticada por la obviedad de su desempeño, en cuanto a la concentración de votos -aunque en porcentaje mínimo- que fue en detrimento del Partido Acción Nacional y el del sol azteca, principalmente.

Después de su rompimiento con el FDN, el Partido del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional (PFCRN), siguió su propio camino de la mano del gobierno, es decir, más que ser un partido de oposición, ha sido un organismo que ha ayudado a éste a legitimar su sistema de partidos. Bajo este contexto, dicho instituto político nombró como candidato para la presidencia a su dirigente nacional Rafael Aguilar Talamantes, quien tuvo como función principal restar votos en algunos municipios a la oposición y, sobre todo, llegar a captar más del 1.5 por ciento de la votación para mantener su registro.

En igual situación se encontraron los restantes partidos políticos: el Popular Socialista eligió a la hija de su fundador (Vicente Lombardo), Marcela Lombardo Toledano; el

Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM) invitó a Alvaro Pérez Treviño (ex-prilista del Estado de Sonora) como su abanderado presidencial.

Por su parte, el Partido Demócrata Mexicano-Unión Nacional Opositora (PDM-UNO), de tradición demócrata cristiana y sinarquista, decidió contender por la silla presidencial con el ex-panista Pablo Emilio Madero (quien anteriormente ya había sido candidato presidencial por Acción Nacional) al frente. Sus aspiraciones también se limitaron a mantener el registro del partido.

II.2.3 Instituciones electorales.

II.2.3.1 Instituto Federal Electoral

El Instituto Federal Electoral (IFE) y el Tribunal Federal Electoral (TFE) fueron creados durante el sexenio encabezado por Carlos Salinas de Gortari y remplazaron a la Comisión Federal Electoral y al Tribunal de lo Contencioso Electoral, en el año de 1990.

El IFE es concebido como una instancia pública dotada de personalidad jurídica y patrimonio propios, autoridad en la materia, profesional en su desempeño y autónomo en sus decisiones. Por lo que respecta al TRIFE, es el órgano que debe garantizar que los actos y resoluciones electorales se sujeten invariablemente al principio de legalidad, por

lo tanto, se erige como un órgano jurídico autónomo, que funciona en salas regionales, que es compuesto por cuerpos de magistrados y jueces instructores.⁹

El IFE ejerce sus funciones en todo el territorio nacional a través de sus oficinas centrales y superiores de la ciudad de México, 32 delegaciones locales, 300 delegaciones distritales y, excepcionalmente, algunas oficinas municipales.

Su estructura se compone de órganos de dirección, ejecutivos, técnicos de vigilancia; los de dirección son colegiados y se conocen como consejos; los ejecutivos tienen funciones colegiadas e individuales; las juntas desarrollan las primeras, y las segundas se ejecutan por el director y secretario generales y los directores ejecutivos a nivel nacional, y los vocales a nivel local y distrital; las técnicas son actividades especializadas como las del Registro Federal de Electores o la Comisión Nacional de Radiodifusión; las funciones de vigilancia se ejercen, principalmente, sobre el padrón electoral, las listas nominales y la entrega de credenciales, y están encomendadas a entes colegiados con representación paritaria de todos los partidos.¹⁰

El organigrama de dirección se compone de la siguiente forma: El Consejo General, uno a nivel nacional; 32 locales (uno por cada entidad federativa), y los consejos distritales. Todos ellos son colegiados.

Durante el proceso electoral de 1994 el Consejo General se constituyó así: el consejero del Poder Ejecutivo fue el secretario de Gobernación; los consejeros del Poder Legislativo fueron cuatro: dos por cada Cámara, uno nombrado a propuesta de la

⁹Luis Farías Mackey. "Los organismos electorales de 1994". México: FLACSO, 1995.

¹⁰Ibidem op cit págs. 108-109.

fracción parlamentaria mayoritaria y otro por el grupo cameral que detente la primera minoría. La representación partidista es uno por fuerza política sin importar su haber electoral (éstos no tienen derecho a voto en los consejos General, locales y distritales del Instituto). Por último, el Consejo General estuvo integrado por seis Consejeros Ciudadanos, quienes tienen derecho a voz y voto. Esta representación adquirió una particular cotización al depositarse en ellos seis de los once votos en el Consejo General.

II.2.3.2 Consejeros Ciudadanos

Los consejeros ciudadanos vinieron a remplazar la figura de consejero magistrado del Consejo General. Dicho puesto tiene como función la de calificar y vigilar el proceso electoral y los resultados de éste.

De ahí que la modalidad de Consejero Ciudadano exija los siguientes requisitos: tener más de 30 años sin límite de edad máxima; poseer título profesional o formación equivalente y tener conocimientos en materia político-electoral, en vez de contar con antigüedad mínima de cinco años con título de abogado y no haber desempeñado cargo de dirección nacional o estatal en algún partido en los tres años previos a su designación.

Los seis consejeros ciudadanos nombrados por el H. Congreso de la Unión fueron:

Lic. Miguel Angel Granados Chapa

Mtro. José Woldenberg

Lic. Santiago Creel

Dr. Ricardo Pozas Horcasitas

Lic. José Agustín Ortiz Pinchetti

Lic. Fernando Zertuche.

El primer director del IFE fue el Lic. Emilio Chuayffet Chemor, quien tuvo a su cargo la creación del padrón electoral para las elecciones del 94 y emprendió el proyecto de la credencialización con fotografía propuesta por el H. Congreso de la Unión. Durante las elecciones del 21 de agosto la dirección cambió a manos de Arturo Nuñez, ya que Chuayffet fue designado candidato a gobernador del Estado de México por el PRI.

II.2.4 Otros Actores

II.2.4.1 La sociedad civil a través de las ONG's.

Ya mencionamos que las elecciones federales del 94 estuvieron enmarcadas por hechos sin precedente en la historia mexicana. Uno de ellos fue la ordenación de la sociedad civil a través de Organizaciones No Gubernamentales, mejor conocidas como ONG's,

con el propósito de participar en el proceso, por una parte aportando elementos para llegar al 21 de agosto y, por el otro, vigilando el cumplimiento de quienes se comprometieron a hacer de este el proceso limpio e imparcial que la mayoría reclamaba.

Catorce fueron las ONG's registradas ante el Instituto Federal Electoral (IFE). De entrada, todas ellas participaron como observadoras el día de las elecciones a través de sus miembros, y algunas realizaron adicionalmente tareas más específicas.

Tal vez la que mayor importancia tuvo fue Alianza Cívica/Observación '94, por las distintas áreas de estudio que abarcó y por los resultados que de ello lograron, con el objetivo de valorar los comicios con información sustancial; además su trabajo no se limitó al 21 de agosto como la mayoría de las ONG's que participaron, sino que hubo uno previo y otro posterior.

Dicha organización se constituyó con siete ONG's dentro de la Coordinación General, entre las que sobresale la Academia Mexicana de Derechos Humanos (AMDH), y 450 más que se unieron para apoyar sus tareas, mismas que consistieron en:

- Observación electoral el 21 de agosto en el Distrito Federal y en casi todo el territorio mexicano;
- conteo rápido;
- seguimiento del comportamiento de los medios de comunicación ante el proceso electoral;

- evaluación de la calidad de la elección (gastos de campaña, compra del voto, "alquimia" electoral, etc.);
- revisión del Padrón Electoral; y
- revisión de las instancias de organización del proceso electoral.

A continuación ennumeraremos las 13 ONG's restantes y las tareas a las que cada una se abocó.

1. Asociación Cultural Gran Logia del Valle de México, observación electoral y conteo rápido.
2. Asociación Nacional Cívica Femenina (ANCIFEM), observación electoral, observación de las campañas políticas y evaluación de la calidad de la jornada electoral.
3. Centro Cívico de Solidaridad (CECISOL), observación electoral y evaluación de la calidad de la jornada.
4. Centro de Estudios y Promoción Social (CEPS), observación electoral y calidad de la jornada electoral.
5. Club de Rotarios, observación electoral, calidad de la jornada y conteo rápido.
6. Colegio Nacional de Licenciados en Administración (CONLA), observación electoral, calidad de la jornada, calidad de la tinta indeleble.

7. Comisión Mexicana de Derechos Humanos (CMDH), observación electoral, seguimiento de decisiones del Tribunal Federal Electoral.
8. Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMÉX), observación electoral, conteo rápido
9. Consejo Nacional de Egresados de Posgrado en Derecho (CONEPOD), observación electoral y calidad de la jornada.
10. Frente Mexicano Pro Derechos Humanos, observación electoral, conteo rápido.
11. Instituto de Estudios para la Transición Democrática, observación electoral, calidad de la jornada.
12. Organización Nacional de Observación Electoral del Magisterio (ONOEM), observación electoral, conteo rápido, seguimiento de campañas electorales, análisis del Padrón.
13. Presencia Ciudadana, observación electoral, conteo rápido.

Por último, en este punto de la observación cabe señalar que el 21 de agosto contamos con la presencia de visitantes extranjeros, mismos que a pesar de no haber obtenido autorización para participar como observadores electorales, abrieron la brecha para que más adelante sea posible que cumplan con esa función.

II.2.3.2 Los intelectuales y politólogos en el '94.

Durante el proceso electoral de 1994, sobresalió también la presencia de los estudiosos de la política, los que decidieron apoyarlo para evitar confrontaciones previas y durante los comicios.

El escritor Carlos Fuentes y el académico Jorge G. Castañeda fueron los iniciadores de lo que más adelante se constituiría como el grupo más importante de figuras tanto de la política, como del arte y la academia que la historia moderna de México recuerde, con la única finalidad de crear condiciones de equidad y transparencia para las elecciones: el Grupo San Angel.

Esta organización conjuntó lo mismo a miembros de partidos políticos, que a intelectuales de diversas corrientes de pensamiento. Entre los avances más importantes que tuvieron, fue el de lograr signar acuerdos con los candidatos de los tres principales partidos, que garantizaran su participación en la mejora del proceso.

Aunque el objetivo inicial era trabajar únicamente durante el tiempo del proceso, más adelante estuvo a discusión la permanencia del Grupo, lo que desembocó en que muchos de sus miembros lo dejaran y aquél perdiera fuerza.

Aquí finaliza el capítulo correspondiente al panorama político que, esperamos, proporcione al lector la información suficiente sobre lo que representó el proceso electoral de 1994, en el que se desarrolló nuestro objeto de estudio. A continuación,

daremos paso al marco jurídico existente sobre medios de comunicación en nuestro país.

III. Marco legislativo

El propósito de este capítulo es presentar el marco legislativo relativo a los medios electrónicos de comunicación, y en específico a la televisión, procedente durante el proceso electoral de 1994. Nuestro objetivo es observar bajo qué condiciones y deberes los telediaros se desempeñaron, con la finalidad de verificar si se abocaron a cumplir lo que la legislación dicta.

Para la producción de este apartado, nos dimos a la tarea de revisar la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Ley Federal de Radio y Televisión, y el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE).

Encontramos que, a nivel Constitucional, los medios de comunicación electrónicos carecen de cualquier previsión; sin embargo, deben cumplir con el artículo sexto de nuestra carta magna, el cual garantiza "el derecho a la información".¹ De tal forma, la regulación básica de los medios electrónicos está establecida en La Ley Federal de Radio y Televisión².

A continuación haremos una reseña de la información seleccionada, y un breve análisis de los artículos que lo ameriten.

iii.1 Ley Federal de Radio y Televisión

En lo que respecta a esta ley, tenemos la siguiente información que bien tiene relación con el desempeño que los telediaros deben mostrar en un proceso electoral:

Artículo 1o.- Corresponde a la Nación el dominio de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescindible.

¹Los comentarios sobre dicho apartado ya los hicimos en el capítulo anterior.

²La Ley Federal de Radio y Televisión fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de enero de 1960.

Artículo 2º.- El uso del espacio a que se refiere el artículo anterior, mediante canales para la difusión de noticias, ideas e imágenes como vehículos de información y de expresión, sólo podrá hacerse previa concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue en los términos de la presente Ley.

Es claro, según lo advertido en estos dos artículos, que el Estado, a través del Gobierno, como poseedor del espacio territorial para el uso de los medios de comunicación, es el que se reserva el derecho de otorgar las concesiones a quien mejor le convenga, según sus intereses.

Artículo 4º.- La radio y la televisión constituyen una actividad de **interés público**, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social.

En este artículo lo que cuestionan algunos especialistas como Raúl Cremoux y Ernesto Villanueva, es que el término **interés público** es incorrecto, y que en su lugar se debió utilizar el de **servicio público**.³ Nosotros coincidimos con ellos en la idea de que la televisión debe ser un servicio público, pero pensamos que ésta tiene la obligación de informar sobre hechos que conciernen al interés público, es decir, dar noticia de lo que acontece con los diferentes temas centrales de la Nación. Por lo tanto, consideramos que en este artículo se debe incluir la palabra servicio público y mantener la de **Interés público**.

³Ernesto Villanueva. El sistema jurídico de los medios de comunicación en México. México: Triana-UAM; 1994. op.cit. pág. 44

Ahora bien, si tomamos en cuenta que la función social de los medios consiste en informar, entretener y educar al receptor, la tarea del Estado de vigilar que se cumplan estos, quedaría en tela de juicio, porque cuando menos en los canales de televisión que ha dado en concesión, dicho deber no se cumple regularmente ⁴

Artículo 5o.- La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, **procurarán:**

- I. Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares.
- II. Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud.
- III. Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo o a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.
- IV. **Fortalecer las convicciones democráticas**, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacional

Una acotación importante que podemos retomar del abogado Ernesto Villanueva en relación a este apartado, es el comentario que hace sobre la construcción verbal "**procurarán**", ya que según él, la palabra correcta tuvo que ser "**deberán**", la que impone

⁴Recomendamos la revisión de diversos estudios que dan evidencia de esta aseveración. Uno de ellos es "Opacidad en la ventana electrónica: el proceso electoral de 1988 en los noticieros televisivos", llevado a cabo por Pablo Arredondo Ramírez, y contenido en el libro "Así se calló el sistema. Comunicación y elecciones en 1988".

que se hagan los señalamientos, mientras que la de "procurar" sugiere la realización o no de alguna actividad⁵

Sobre este artículo sólo comentaremos el punto cuatro, ya que es el único que tiene relación con nuestro objeto de estudio; sin embargo, decidimos dejar los demás para que quien estas líneas lea, analice y determine si realmente se cumplen.

Si algo se le ha criticado a los medios de comunicación, y en especial a la televisión, desde diferentes tribunas, es que presenta una visión parcial de los hechos, lo que de ninguna manera contribuye al fortalecimiento de la vida y unidad democráticas en nuestro país.⁶

Artículo 8o. - Es de jurisdicción federal todo lo relativo a la radio y a la televisión.

Artículo 9o. - A la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, corresponde:

- I. Otorgar y revocar concesiones y permisos para estaciones de radios y televisión asignándoles la frecuencia respectiva.
- II. Declarar la nulidad o la caducidad de las concesiones o permisos y modificarlas en los casos previstos en la ley.
- III. Autorizar y vigilar, desde el punto de vista técnico, el funcionamiento y operación de las estaciones y sus servicios.
- IV. Fijar el mínimo de las tarifas para las estaciones comerciales.
- V. Intervenir en el arrendamiento, venta y otros actos que afecten al régimen de propiedad de las emisoras.
- VI. Imponer las sanciones que correspondan a la esfera de sus atribuciones, y
- VII. Las demás facultades que le confieren las leyes.

⁵Ibíd. op.cit. pág. 46

⁶Ibíd.

Artículo 10o.- Compete a la Secretaría de Gobernación:

I. Vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos (...)

Artículo 14o.- Las concesiones para usar comercialmente canales de radio y televisión, en cualquiera de los sistemas de modulación, de amplitud modulada o frecuencia modulada, se otorgarán únicamente a ciudadanos mexicanos. Si se tratare de sociedades por acciones, éstas tendrán precisamente el carácter de nominativas y aquéllas quedarán obligadas a proporcionar anualmente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en la lista general de sus socios.

En lo que al artículo noveno respecta, pensamos que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes no debe ser quien otorgue y revoque las concesiones de radio y televisión, sino que la Cámara de Diputados sea quien cumpla con estas tareas, ya que ésta tiene mayores posibilidades de ser más clara y democrática en sus procedimientos y fallos.

Como una primera conclusión, podemos señalar que estos artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión constituyen el ordenamiento que establece y regula las estructuras y funcionamiento de los medios según los objetivos del Estado, mismo que ha auspiciado y fortalecido a los concesionarios particulares, con el objeto de fortificar y legitimar su sistema político, económico y cultural.

III.2 Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE).

El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) es la legislación que más modificaciones ha sufrido en lo que a medios de comunicación electrónicos se refiere, como resultado de la exigencia de los partidos políticos, principalmente de oposición. Por ejemplo, en diciembre 1993 y enero 1994 los nueve partidos políticos resolvieron establecer los *Lineamientos generales aplicables en los noticieros de radio y televisión respecto de la información y difusión de las actividades de la campaña de los partidos políticos*, lo que dio evidencia clara de la preocupación de las autoridades federales por aportar condiciones que hicieran favorable el camino hacia el 21 de agosto. Entre otros puntos, allí se recomendaba lo siguiente:

Objetividad. La información que se transmita en los noticieros sobre las actividades de las campañas políticas debe ser objetiva, es decir, se debe evitar la información que tienda a favorecer o a perjudicar a algún candidato o partido político, evitando la editorialización de las notas informativas.

Calidad uniforme en el manejo de la información. Se propone que los concesionarios difundan las noticias de las actividades de las campañas políticas, atendiendo a un principio de uniformidad en el protocolo y la calidad de la información para todos los partidos, con el propósito de lograr mayor equidad. El tiempo y el contenido deberán reflejar puntualmente las actividades de cada candidato en sus jornadas proselitistas⁷

⁷Raúl Trejo Delarbre, "Equidad, calidad y competencia electoral. Las campañas de 1994 en la t.v. mexicana." (en Pablo Pascual Moncayo. Las elecciones de 1994. México: Cal y Arena, 1995. op.cit. págs. 111-113.

En resumen, las recomendaciones eran las siguientes:

Realizar la cobertura de la campaña en un formato o sección especial dedicado a ellas, realizando bajo los criterios de objetividad, calidad, posibilidad de aclaración, con un manejo equitativo en los tiempos de transmisión, una evaluación de la importancia de las noticias generadas, en un esquema de comunicación y corresponsabilidad entre las oficinas de prensa de los partidos y los medios, con especificaciones en el caso de informaciones o mensajes pagados y con un irrestricto respeto por la vida privada de los candidatos, funcionarios y representantes partidistas ⁸.

Bajo este marco de buenos propósitos, los noticiarios de televisión tenían que desempeñarse de acuerdo a las normas, en la cobertura del proceso electoral más vigilado en la historia de nuestro país. A continuación presentamos la información concerniente a los noticiarios objeto de nuestro estudio, y sus empresas.

⁸Ricardo, Becerra. Derecho y Ética de la información. México: Media-comunicación, 1995. op cit p. 263.

IV. Empresas televisivas y noticiarios

En este capítulo haremos un recuento histórico de los noticiarios **24 Horas**, **Hechos** y **Enlace**, así como el de sus respectivas empresas, además de un análisis de sus políticas y estrategias de información.

IV.1 Las empresas.

IV.1.1 Azcárraga y el imperio Televisa.

Televisa nace en enero de 1973, cuando las cadenas Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México se fusionaron para crear Televisión Vía Satélite, S.A. (Televisa). En 1976 adquiere 20 por ciento de las acciones de la empresa Spanish International Communication Corporation de Estados Unidos y funda el sistema Univisión. Televisa comienza a exportar programas a E.E.U.U. por medio de satélite y microondas a través del sistema Univisión. En Mayo de 1980 contrata los servicios del satélite estadounidense WESTAR III, con lo que adquiere la posibilidad de cubrir el territorio nacional con señales de televisión (19 horas diarias de programación).¹ A finales de la década emprende el proyecto ECO, sistema informativo internacional que difunde noticias las 24 horas del día los 365 días del año, a través de 215 corresponsales en el mundo, lo que convierte a Televisa en pionera en este tipo de sistemas en español (en inglés el primero fue CNN a principios de los 80); la señal llega a Europa, el norte de África y América por medio del satélite Morelos II.

¹Raúl, Trejo Delarbre et.al. "Televisa, el quinto poder". México: Claves Latinoamericanas, 1991. op.cit. 34-35.

En enero de 1991 dicha empresa inició una reorganización interna. Desde los niveles más altos, al renunciar a sus cargos en el Consejo de Administración de Televisa, Miguel Alemán Velasco y Rómulo O'Farril, quedó la mayor parte de las acciones concentrada en manos de la familia Azcárraga, y el presidente de la empresa, Emilio Azcárraga Milmo.²

Actualmente Televisa es la compañía que más medios de comunicación tiene en nuestro país: radio, televisión, cine, publicaciones impresas; además de una amplia gama de medios de distribución que van desde cables subterráneos hasta la red global de satélites PANAMSAT³.

Televisa produce y transmite más programación en español que cualquier otra empresa en el mundo: durante 1994, los canales del grupo cubrieron al 80 por ciento del teleauditorio de México, cifra que comprende un total de 296 estaciones en la República Mexicana. El canal 2 llega a más de 15 millones de telehogares por medio de 146 estaciones afiliadas; el canal 4 tiene una cobertura del 53 por ciento de los telehogares del país; canal 5 el 90 por ciento de ellos; y el canal 9 con una cobertura aproximada del 60 por ciento del total nacional. Además, el grupo tiene contratos en 80 países para transmitir sus programas: por ejemplo, Galavisión, servicio televisivo que transmite

²Carmen, Gómez-Mont. "El desafío de los nuevos medios de comunicación en México." México: Diana. 1992. op.cit. 38-39.

³Soledad, Robina. "Televisa: de los cables subterráneos a PANAMSAT." (Ponencia presentada en el seminario internacional "Desarrollo de las industrias audiovisuales de México y Canadá en el contexto del TLC" organizado por la FCPyS los días 28 y 29 de septiembre de 1995.)

programación del canal 2, distribuye estas producciones tanto en Estados Unidos como en 44 países más de América Latina, Europa y África.⁴

Al fundarse Televisa, en enero de 1973, el capital que declaraba ascendía a un millón de pesos, cuyas acciones pertenecían, en un 75 por ciento a Telesistema Mexicano y en un 25 por ciento a Televisión Independiente de México. Tres particulares poseían, además, una acción cada uno, entre ellos, el hijo del ex-presidente Miguel Alemán Velasco. Seis meses más tarde, Televisa aumenta su capital a 203 millones 500 mil pesos.⁵

Actualmente, Televisa tiene colocadas acciones en la Bolsa Mexicana de Valores y en bolsas extranjeras: Tokio, Nueva York y Europa. Según Carmen Gómez Mont, el 10 de diciembre de 1991, la Bolsa de Valores de México recibió de dicha empresa 8 millones de títulos con valor de 305 mil millones de viejos pesos, equivalentes a una cuarta parte de su capital social. A la bolsa de Estados Unidos envió 16 millones de dólares.

La propiedad de Televisa, después de los ajustes directivos y de accionistas de 1991, quedó de la siguiente manera: la familia Azcárraga es propietaria de casi el 81 por ciento del capital social de la empresa, cuando antes sólo tenía el 55 por ciento. Con la participación bursátil, cada uno de los propietarios disminuyó en un 20 por ciento. Por lo

⁴Ibidem op.cit.

⁵Karin, Bohmann. "Medios de comunicación y sistemas informativos en México". México: Alianza Editorial, 1994. op.cit. 179.

tanto, los Azcárraga quedaron con el 75 por ciento, Miguel Alemán Magnani con el 9.11 por ciento y la familia Cañedo, encabezada por Guillermo, con el 6.3 por ciento.⁶

Según Soledad Robina a nivel internacional, Televisa posee el 49 por ciento de las acciones de Red Televisa Megavisión, compañía operada por una cadena de televisión en Chile, integrada por 32 estaciones afiliadas. A finales de 1994, la empresa vendió sus acciones del canal de Lima, mismo que adquirió en 1992, aunque mantiene un canal de distribución de su programación en aquél país.⁷

En lo que se refiere a Univisión, la cadena de televisión en español más importante en Estados Unidos, Televisa posee el 25 por ciento del capital de la cadena y el 12 por ciento del grupo de estaciones afiliadas, además de proveerla de programación, lo que le permite tener acceso a 24 millones de hogares de habla hispana en Estados Unidos.

En total, las propiedades de la familia Azcárraga cuentan con:

TELEVISIÓN. Canal 2, 4, 5 y 9; Cablevisión, el sistema de televisión por cable más grande de nuestro país, del que Televisa posee el 51 por ciento de las acciones, ya que a finales de 1994 vendió el restante a Teléfonos de México; Univisión; y Megavisión Chile.

⁶Carmen, Gómez-Mont. "El desafío de los nuevos medios de comunicación en México" op. cit. 39-40.

⁷Soledad, Robina. "De los cables subterráneos a PANAMSAT". op.cit.

RADIO. En este campo de la comunicación, Televisa posee 16 estaciones de radio en todo el país, mismas que, como señala Robina, tomadas en su totalidad pueden ser escuchadas por la mitad de la población de México⁸. En el Distrito Federal cuenta con seis: XEW, XEW-FM, XEQ, XEQ-FM, XEX y XEX-FM; en Guadalajara con siete: cinco en AM y dos en FM; una en AM en San Luis Potosí, y estaciones repetidoras en Veracruz y Monterrey.⁹

VIDEO. En video, Televisa posee el Grupo Videovisa, distribuidora de películas en video de las principales casas cinematográficas del mundo. De este ramo se desprende el de servicios de doblaje al español, lo mismo para películas habladas en inglés y francés, que para series de televisión que la empresa distribuye a través de los canales 4 y 5, principalmente.

CINE. A partir de 1978, Televisa se inició en la producción y distribución de largometrajes en español, mismos que normalmente llevan a la pantalla a los artistas que trabajan para la empresa, lo que sirve para su promoción. Soledad Robina afirma que

⁸Soledad, Robina. *Ibidem.*

⁹*Ibidem.*

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

sólo en 1994 la producción de sus películas significó el 57 por ciento del total de las realizadas en México.¹⁰

PUBLICACIONES. Editorial Televisa ocupa el primer lugar en la publicación y distribución de revistas en español. En el seminario "Desarrollo de las industrias audiovisuales de México y Canadá en el contexto del TLC"¹¹, la Mtra. Robina señaló que Televisa estima que en 1994 sus publicaciones representaron más del 60 por ciento del total de las que están en circulación en nuestro país. Entre ellas cuentan con: TV y Novelas, Tele-Gula, Eres y sus publicaciones adicionales (Eres Ellas, Eres Ellos y Eres Novias), Somos, el periódico Ovaciones con dos ediciones diarias, además de la circulación de títulos como Cosmopolitan, Mecánica Popular y Buenhogar, así como revistas propias que están en circulación en Estados Unidos y en casi todo el continente latinoamericano.

DEPORTES. Televisa es propietaria del Club Social y Deportivo América, A.C. y Club Deportivo Necaxa, así como del Estadio Azteca, recinto usado principalmente para eventos deportivos que puede albergar a poco más de 110 mil personas.

¹⁰ Ibidem.

¹¹ Ibidem.

OTRAS EMPRESAS. El grupo tiene en su propiedad el museo Centro Cultural Arte Contemporáneo. Tiene participación con el 51 por ciento en Skytel, servicio electrónico de mensajes personalizados. Participa con el 37 por ciento de las acciones en Vendor, S.A. de C.V., principal arrendadora de anuncios exteriores de México. Es accionista de American Airlines E.E.U.U., y de Chrysler de México, así también tiene participación en la rama hotelera Hoteles Flagship, misma que abarca: Hotel Condesa del Mar, El Presidente y Western International; Moteles Ritz; y Cadena Marriot.

Lo anterior permite darnos una idea del poder que ostenta Televisa, en manos de su presidente, Emilio Azcárraga Milmo, 'El Tigre', reconocido como uno de los hombres más ricos del mundo (la revista Forbes le atribuye en 1994 una fortuna cercana a los 3 mil millones de dólares), quien abiertamente se ha declarado "soldado del PRI"¹², y no ha perdido ocasión para agradecer en público al Presidente de México en turno las distinciones recibidas: "Gracias al Presidente de la República -Carlos Salinas de Gortari-, se nos ha concedido la posibilidad de dos canales para explotar esta tecnología (de alta definición)"¹³. Asimismo, estos favores 'El Tigre' ha sabido corresponderlos generosamente al Gobierno y al PRI: formó parte del grupo de los hombres más poderosos del país, a los que en marzo de 1993 Carlos Salinas pidió una suma

¹²"PROCESO" núm. 922 del 4 de Julio de 1994, p. 6

¹³Declaración hecha en febrero de 1993, citada por Salvador Corro en Proceso no. 922.

considerable para apoyar al candidato del PRI, y públicamente trascendió que Azcárraga se comprometió a aportar una cantidad muy por encima de la solicitada (70 millones de dólares).¹⁴

Un ejemplo que bien ilustra la contundencia en la relación Televisa-PRI-Gobierno, según la concibe Azcárraga Milmo, son las declaraciones que hizo en enero de 1988 al referirse a 'su partido': "Nosotros somos del PRI, miembros del PRI, no creemos en ninguna otra fórmula. Y como miembros de nuestro partido haremos todo lo posible porque el candidato nuestro triunfe. Eso es muy natural."¹⁵ Ante estas afirmaciones, es importante reflexionar sobre la parcialidad a priori que manifiesta la presidencia de la empresa en favor del partido oficial, y de la idea que tienen de utilizar los medios con los que cuentan en favor de sus intereses, y no de una necesidad colectiva. Esto nos lleva a preguntar ¿Hasta cuándo Televisa seguirá con esta actitud? ¿Podemos pensar en una Televisa imparcial? Nuestra opinión es que la empresa sólo podrá virar su comportamiento en el momento en que el PRI deje de gobernar, ya que entonces no tendrá más compromisos con éste, lo que no garantiza que no los adquiera con el nuevo.

No queremos cerrar este apartado sin citar textualmente lo que Emilio Azcárraga opina del auditorio mexicano, declaración que ilustra su visión acerca de la función

¹⁴Ibidem. pág. 6

¹⁵Ibidem. pág. 6-7

capital de los medios de comunicación que, según él, deben prioritar el entretenimiento a la información: "México es un país de una clase modesta muy jodida, que no va a salir de jodida. Para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y **sacarla de su triste realidad** y de su futuro difícil."¹⁶

IV.1.2 Salinas Pliego y Televisión Azteca ¿Una opción diferente?

El antecedente de esta empresa es IMEVISIÓN (Instituto Mexicano de Televisión), conformada por los canales 13 y 7 de televisión, con sus respectivas redes nacionales, y el 22 en frecuencia UHF (sólo transmitido en el D.F.), pertenecientes al gobierno mexicano entonces. Pero éste decidió vender los dos primeros en 1993 -de acuerdo con la política Salinista de privatización¹⁷ - y por tal motivo publicó la convocatoria para el concurso en el Diario Oficial de la Federación, el 4 de marzo del mismo año. Cuatro grupos presentaron solicitud de inscripción para participar en la subasta en forma total: MEDCOM (integrada por Adrián Sada, Clemente Serna y Joaquín Vargas); GEOMultimedia (familia Gómez Flores y Grupo GEO); Proyecto COSMOVISIÓN (Trigio

¹⁶Ibidem. pág. 7

¹⁷La política Salinista se refiere al sexenio de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), en el que la política económica estuvo dirigida a adelgazar el Estado con la privatización de empresas paraestatales.

Javier Pérez de Anda, Francisco Javier Sánchez Campuzano y William Karam Kassab)¹⁸ ; y el grupo ganador RADIOTELEVISORA DEL CENTRO (presidido por Ricardo Salinas Pliego), mismo que se convirtió en el dueño de la nueva empresa en julio de 1993, y le otorgó el nombre de Televisión Azteca.¹⁹

El 15 de mayo de 1994, Televisión Azteca y la National Broadcasting Corporation (NBC) anunciaron una alianza mediante la cual la cadena norteamericana adquirirla entre 10 y 20 por ciento del capital de la empresa en los próximos tres años. De esta forma, la empresa mexicana obtuvo apoyo en la programación, intercambio de información, asesoría, capital y nueva tecnología.

En un principio, Televisión Azteca se abocó a la compra de programación hecha por productoras independientes del país, la que distribuía a través de los canales de su propiedad; sin embargo, abandonó la contratación de esos servicios, mismos que reemplaza con producciones extranjeras.

Actualmente la cadena televisiva cuenta con repetidoras de sus dos canales en toda la República: 178 canales, que equivalen al 34 por ciento del mercado²⁰ , y transmite programación diariamente (conformada básicamente por series de entretenimiento, tres noticieros de la empresa y uno de la NBC de E.E.U.U. y deportes profesionales).

¹⁸"PROCESO" núm. 861 del 3 de mayo de 1993, p. 14-19.

¹⁹"PROCESO" núm. 873 del 26 de julio de 1993, p. 6-7.

²⁰"La Jornada" núm. 3608, 24 de septiembre de 1994, p.1,10.

En lo que se refiere a su régimen de propiedad, el presidente de Televisión Azteca, Ricardo Salinas Pliego es dueño del grupo Radio Televisora del Centro, mismo que cuenta también con el 100 por ciento del capital social de Controladora Mexicana de Comunicaciones, S.A. de C.V. desde el 18 de julio de 1993, fecha en que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público hizo el anuncio de la compra de Imevisión.

Salinas Pliego tiene entre sus propiedades:

Televisión Azteca (canales 13 y 7); Impulsora de Televisión del Centro; Corporación Televisiva de la Frontera Norte; Impulsora de Televisión del Norte; Corporación Televisiva del Noroeste; Compañía de Televisión de la Península; Compañía Mexicana de Televisión de Occidente; Televisión Olmeca; Televisora Mexicana del Sur; Impulsora de Televisión de Chihuahua; Compañía Operadora de Teatros (COTSA); Estudios América y Operadora Mexicana de Televisión.²¹

Radio Televisora del Centro compró el paquete por 2 mil millones 50 mil nuevos pesos, es decir 645 millones de dólares, constituyendo así la séptima desincorporación más importante que hizo la administración de Carlos Salinas, después de Banamex, Telmex, Serfin, Aeroméxico, Banorte y Bancomer.

²¹Proceso. núm. 873. 26 de julio de 1993. pág. 7

Son tres los accionistas principales de Radio Televisora del Centro, que también lo son de Elektra: Benjamín Salinas Rocha y Hugo Salinas Price (abuelo y padre de Ricardo).

Por su parte, Ricardo Benjamín Salinas Pliego, presidente de Televisión Azteca, lo es también del Grupo Elektra, mismo que cuenta con una División Comercial, una División Industrial y una División de Telecomunicaciones. Importa, fabrica y ensambla aparatos electrónicos, televisores, videocaseteras y radiograbadoras. Produce línea blanca, muebles y cocinas integrales. Y, a través de Radiocel, proporciona un servicio de radiocomunicación móvil especializada. Próximamente iniciará Radio nota, servicio de localización móvil de personas. La compañía Telektra es distribuidora exclusiva en México de conmutadores Harris y de los sistemas GSX de Goldstar.

Al igual que Azcárraga, Salinas Pliego ha manifestado abiertamente que en la democratización del país, la televisión no tiene nada que ver: "antes que nada, la televisión es un medio de entretenimiento y de esparcimiento. Para que un sistema democrático funcione, debe haber mayor educación y progreso económico. Yo creo que la televisión no tiene que ver."²² En cuanto a su idea de televisión, la califica de caja idiota, y al respecto ha dicho lo siguiente: "La caja idiota, pues sí. Mire, yo pienso que la responsabilidad primaria de educar a nuestros hijos corresponde a los padres. Pedirle a la educación, que eduque, pues está mal. La televisión puede complementar

²²Ibidem. pág. 7

ciertas cosas, transmitir ciertos valores. Pero la función de la televisión no es educar. Para eso están la familia, la escuela."²³ Esta afirmación es preocupante, ya que si bien recordamos, una de las funciones sociales de los medios de comunicación es la de servir de vehículo para la educación²⁴.

En lo que a la estrategia informativa de la empresa se refiere, José Ignacio Suárez Vázquez -colaborador de Salinas Pliego que se encargó de la coordinación de los trabajos para elaborar la oferta del grupo en la compra de la empresa- la resumió en pocas palabras, afirmando en julio de 1993 que a cada noticia "se le va a dar el peso específico que le corresponde", con espacio para todos: partidos políticos y campañas electorales, "incluyendo la de Cuauhtémoc Cárdenas."²⁵

En cuanto a la posición de la empresa Televisión Azteca ante el entonces primer mandatario, Carlos Salinas de Gortari, Ricardo Salinas Pliego, después de ser nombrado el ganador del paquete de medios, no titubeó al expresar su profunda admiración por aquél y su equipo, a los que consideró "de primera línea", así como también a su política económica²⁶. Estas declaraciones representan para nosotros un indicador de los criterios en los que se basó el gobierno para determinar a qué grupo darle la concesión,

²³Ibidem, pág. 12

²⁴Ver capítulo 1, en lo referente a la función social de los medios de comunicación.

²⁵Ibidem, pág. 11

²⁶Ibidem, pág. 12

en este caso al que siempre se hubiera manifestado como incondicional, que no representara un obstáculo ante su política y que, por el contrario, fuera impulsor de la misma, como el empresarial. Es así que la llegada de Salinas Pliego a los medios masivos se suma a la de los empresarios que han encontrado en éstos un 'negocio' ideal de explotación.

Lejos de lo que se esperaba, Televisión Azteca no ha representado hasta ahora un proyecto alternativo al de televisión comercial de Emilio Azcárraga; por el contrario, sus objetivos coinciden en tanto que anteponen las ganancias económicas sobre las funciones capitales de los medios de comunicación.

IV. 1.3 Canal 11.

En diciembre de 1958, el Instituto Politécnico Nacional (IPN) fundó el Canal 11, con el objeto de que sirviera a la difusión de programas de estudios del IPN y a la transmisión de programas educativos de elevado nivel cultural. Pero como para esos años la televisión comercial ya se encontraba establecida en nuestro país (desde ocho años antes con la aparición de la televisión en México), el bajo presupuesto otorgado al canal y el reducido alcance de su señal evitaron por mucho tiempo que se pudiese convertir en una alternativa frente a aquella, lo que significa que la primera estación de televisión cultural y educativa en América Latina llevó una vida opaca en su primera década.

Tuvo que esperar hasta agosto de 1969 para que el gobierno pusiera a su disposición una emisora de mayor alcance, la cual hace posible que desde entonces se reciba su señal en el Distrito Federal y en el Estado de México, además de que tuvo que modificar el perfil formal que durante más de una década mantuvo, tomándolo a uno más televisivo que incluye la producción de programas de entretenimiento, así como el de otros que se abocan a informar sobre los problemas sociales, políticos y económicos, actuales y del pasado, nacionales e internacionales.

Actualmente, su señal es recibida en varios estados de la República a los que llega mediante cuatro estaciones repetidoras:

Acapulco, Guerrero; Actopan, Hidalgo; San Luis Potosí y Valle de Morelos. Asimismo, se encuentra en la lista de los sistemas por cable de 174 poblaciones, lo que significa un millón y medio de suscriptores.²⁷

A partir de la reestructuración que se hizo en 1991, Canal 11 produce actualmente las emisiones periodísticas, así como algunos programas de entretenimiento. De la misma forma contrata temporalmente a empresas y productores independientes para que le realicen algunos programas. La programación restante se divide en cine, miniseries y documentales comprados en el extranjero, principalmente a países europeos.

En lo que se refiere a las obras cinematográficas que proyecta, Canal 11 cuenta con los derechos para retransmitir películas filmadas durante las décadas de los 40 y 50 en Hollywood²⁸.

Después de su reestructuración, diversas instituciones educativas lograron obtener un espacio dentro de la programación del Canal: la Universidad Nacional Autónoma de México, el Colegio de México, el Instituto Tecnológico de Monterrey, la Universidad de

²⁷Florence, Toussaint. "Los Canales culturales del D.F." (Ponencia presentada en el seminario "Desarrollo de las industrias audiovisuales de México y Canadá en el contexto del TLC", organizado por la FCPyS-UNAM los días 28 y 29 de septiembre de 1995).

²⁸Ibidem.

las Américas y el Conacyt.²⁹ Cuenta además con dos noticieros de información general: Enlace, conducido por Sergio Uzeta y Café Express, con Adriana Pérez Cañedo.

Debido a que el canal está dirigido bajo el patrocinio del Instituto Politécnico Nacional (IPN), se encuentra en propiedad del gobierno. Desde que entró en vigor el Decreto sobre el Canal 11, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 2 de agosto de 1969,³⁰ la dirección técnica se encuentra en manos de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la que cuenta con el inventario, los inmuebles y el equipo de la estación televisiva.

El Canal 11 es administrado por la Secretaría de Educación Pública (SEP), misma que tiene la capacidad de influir sobre la programación. Dicha función la ejerce desde 1976 la Comisión de Operación y Fomento de Actividades Académicas (COFAA), cuyo presidente es el director del IPN. El Instituto está a su vez descentralizado por la SEP.

Los ingresos del Canal los recibe por un lado de la iniciativa privada, a través del fideicomiso "Fondo de apoyo a Canal 11", que consiste en la recabación de patrocinios por parte de particulares.

²⁹Ibidem.

³⁰Karin, Bohmann. "Medios de comunicación y sistemas informativos en México". México: Alianza Editorial. 1994. op.cit. pág.182.

Entre ellos cuentan las firmas comerciales más importantes, gubernamentales, nacionales y transnacionales: PEMEX, NAFINSA, Comercial Mexicana, TELMEX, Telcel, Chrysler, Bacardi y Nestlé, entre otras. Por el otro lado, está el subsidio gubernamental otorgado al Canal, capital que constituye el 65 por ciento de los recursos con los que cuenta Canal 11.³¹

IV.2 Los noticiarios.

IV.2.1 24 HORAS. Televisa.

En el año de 1970, Telesistema Mexicano, antecesor directo de la empresa Televisa, creó el noticiario **24 Horas**, transmitido por el canal 2 en el horario que actualmente se presenta, triple A, bajo la conducción de Jacobo Zabludovsky, periodista que para entonces ya tenía una trayectoria considerable en la labor noticiosa. En palabras de José Luis Gutiérrez Espíndola, ese nuevo paso de Zabludovsky significó su consolidación como un auténtico líder de opinión.³²

³¹Florence, Toussaint. *Ibidem*.

³²Raúl, Trejo Delarbre et.al. *"Televisa el quinto poder"*. Claves Latinoamericanas. México: 1991. p. 70.

En 1973, con el nacimiento de Televisa, **24 Horas** estrenó emisión vespertina, conducida también por Jacobo Zabudovsky, con el propósito de ganar audiencia, ya que el canal 13 había arrancado ya con el telediario Siete Días, mientras que canal 11 estaba por crear Enlace.³³

Es así que a 25 años de su creación, **24 Horas** (emisión nocturna) es el más importante telediario de México. En 1985 manejaba 45 mil notas anuales.

Es transmitido a todo el país a través de 149 repetidoras³⁴ y es posible captar su señal por radio a través de la XEQ, lo que le da una cobertura vastísima.

Al exterior es visto por medio del sistema informativo ECO en Estados Unidos, Sudamérica, Europa y el norte de África.

Tiene una sección: "Toros y Deportes", a cargo de Heriberto Murrieta. Al final del programa, el Lic. Zabudovsky presenta un video musical de cantantes de habla hispana.

Con la ganancia de audiencia, **24 Horas** ha conquistado un lugar en el rubro de tarifas especiales para publicidad. En junio de 1994 los costos por concepto de anuncios publicitarios eran (canal 2 y radio):³⁵

³³Ibidem. op.cit. pág. 71

³⁴Tarifas y datos de medios audiovisuales. Editado por Medios Publicitarios Mexicanos, S.A. de C.V. p. 248. México, junio de 1994.

³⁵Ibidem.

20 segundos	N\$ 197,000
30 segundos	N\$ 295,500
40 segundos	N\$ 394,000
60 segundos	N\$ 591,000

Para darnos una idea de la importancia que tiene el informativo para los anunciantes, recurrimos al mismo directorio y encontramos que entonces la tarifa más alta por comercial de 60 segundos en Televisión Azteca, la segunda empresa televisiva más importante en México, era de \$ 76,000 (programa *DEPORTV*), cantidad que duplica la solicitada por anuncio de un minuto en el noticiario estelar de dicha empresa, **Hechos**, que también se transmite en horario triple A.

Es posible entonces percatarnos de lo que significa para un país contar con un noticiario como **24 Horas** que potencialmente puede llegar a casi la totalidad del territorio -exceptuando aquellos lugares que no cuentan con equipo para recibir su señal- y que tiene como obligación el cumplimiento eficaz de la labor social de informar objetiva y verazmente al auditorio.

IV.2.2 HECHOS. Televisión Azteca.

Con el nacimiento de Televisión Azteca, sucedió el del noticiario **Hechos** en 1994. Desde su inicio, ha sido conducido por Javier Alatorre, quien ya tenía una carrera como noticiero dentro de IMEVISIÓN (conductor en el noticiario Última Edición, y corresponsal en la Guerra del Golfo, entre otros trabajos).

Es transmitido diariamente en horario AAA por canal 13, de 21.30 a 22.30 horas. Cuenta además con una emisión vespertina y otra en fin de semana. Propaga información general (economía, política, sociedad, deportes, etc.), y otorga espacios a analistas como Sergio Sarmiento y Luis Pazos, quienes en sus apariciones comentan los principales problemas del país. Eventualmente, Alatorre realiza entrevistas en el estudio a diversos invitados, lo mismo del ámbito político, que del económico y social. Es posible afirmar que **Hechos** está perfilado como la posición política de la empresa, ya que su conductor normalmente editorializa la información, manifestando su opinión ante determinados sucesos, como por ejemplo, la crisis económica, los programas de gobierno, etcétera. Como dato adicional, presentamos las tarifas de Televisión Azteca en 1994, en horario triple A, en el que se presenta **Hechos**:³⁶

³⁶Ibidem.

20 segundos N\$11,000.00

30 segundos N\$16,500.00

40 segundos N\$22,000.00

60 segundos N\$33,000.00

IV.2.3 ENLACE. Canal 11.

Este noticiario surge en la década de los 80, bajo la administración de Pablo Marentes en Canal 11.

En 1991, con la entrada de Alejandra Lajous al Canal, se inicia una reestructuración del telediario a cargo de Sergio Uzeta, quien desde entonces y hasta la fecha funge como director de **Enlace**. Antes de esta fecha, el informativo trabajaba en condiciones precarias, por lo que no contaba con el suficiente despliegue informativo como para cubrir todas las áreas de interés, lo que limitaba la labor periodística y desembocaba en el hecho de que el noticiario consistiera más bien en la emisión de cápsulas informativas, con muchas noticias de Centroamérica.

La reestructuración de **Enlace** consistió en establecerlo como la cara política de Canal 11: difundir a través de él los principales acontecimientos políticos, sociales y

económicos del país, contando con un espacio para emitir su posición en cuanto a éstos (lo que en un periódico representa la nota editorial); dejando fuera temas culturales, deportivos y de entretenimiento, ya que el Canal los cubre con otras series.

Actualmente, el telediario se divide en cuatro grandes sectores: el nacional; el internacional; el económico y el metropolitano, este último debido a la centralización existente en el D.F.

Como se trata de un canal permissionado, incluye anuncios a través de un subterfugio legal que los convierte en patrocinio, ya que por ley tienen impedido comercializar su tiempo.³⁷ Aquí presentamos la tarifa vigente en 1994 por anuncio en el espacio correspondiente a *Enlace*:

SISTEMA PATROCINIO DE PROGRAMAS

30 Segundos N\$13,500.00

60 Segundos N\$27,000.00

³⁷Florence Toussaint. *Ibidem*.

Consideramos que con la información contenida en estos cuatro capítulos, ya contamos con elementos suficientes como para dar paso al análisis de las cifras que nos arrojará nuestro estudio de caso de los noticiarios **24 Horas, Hechos y Enlace**, en el siguiente y último capítulo de nuestra tesis.

V. Los telediarios ante el proceso electoral de 1994.

En este apartado llevaremos a cabo el estudio de los noticiarios de televisión **24 Horas**, **Hechos y Enlace**, del 1o. al 19 de agosto, -ya que durante esas semanas fueron los cierres de campaña de los candidatos a la presidencia de la República- con la utilización de la técnica del análisis de contenido (misma que explicamos en el primer capítulo). Los resultados que éste arroje los interpretaremos y analizaremos en este capítulo, adjuntando los cuadros y gráficas correspondientes. A continuación expondremos la metodología empleada.

V.1. Vitrina Metodológica.

V.1.1 Origen de la Información.

Análisis de contenido de 533 notas referentes al proceso electoral de 1994 en México, aparecidas en los noticieros **24 Horas**, de Televisa; **Hechos**, de Televisión Azteca; y **Enlace**, de Canal 11, entre el 10. y el 19 de agosto de 1994.

V.1.2 Procedimiento empleado.

1. Recurrimos a la videoteca de la Academia Mexicana de Derechos Humanos, en donde se nos facilitó el material de análisis que comprendió los noticieros citados, grabados del 1 al 19 de agosto.
2. Diseñamos un manual de código para el análisis de contenido, con base en el propuesto por Miguel Acosta y Luz Paula Parra en "Los procesos electorales en los medios de comunicación",¹ mismo que contó con un total de 80 variables (ver anexo) .

¹Miguel, Acosta et.al. "Los procesos electorales en los medios de comunicación." AMDH y UIA. México, 1995.

3. Seleccionamos todas las notas que abordaron el tema de las elecciones federales, así como las que tuvieron alguna relación con las mismas.

4. Con base en el manual de código, llevamos a cabo el análisis de contenido aplicado a 533 notas, consistente en el monitoreo, codificación y llenado de hojas de captura.

5. La información contenida en las hojas de captura se procesó con el auxilio de los programas de cómputo MS-DOS, SPSS (Statistical Package on Social Sciences -Paquete estadístico en Ciencias Sociales-), Word for Windows, Corell Draw y Word Perfect.

6. A partir de la información obtenida, iniciamos el análisis e interpretación de nuestro estudio.

V.1.3 Las variables.

Nuestro manual de códigos comprendió un total de 80 variables que cubrieron diversos aspectos de forma y contenido de la información presentada en los noticieros. Éstas las dividimos, como propone Miguel Acosta, en físicas, las que estudian las características propias de un mensaje; y evaluativas, las que *evalúan* el tratamiento del noticiero.² Nosotros consideramos que tal clasificación no puede ser estricta, ya que, como en el caso que estudiamos, nos encontramos con variables que lo mismo pueden considerarse físicas que evaluativas; por ejemplo, la de Voz e imagen, por un lado representa un recurso técnico del que se vale el medio para armar una nota pero, por el otro, tenemos la intencionalidad del mismo al otorgarle un espacio directo al actor para comunicarse directamente con el auditorio.

A continuación, haremos una clasificación de nuestras variables: las que son precisamente físicas, y las que pueden serlo además evaluativas.

Variables físicas.

- Fecha;
- fuente (el noticiero que presenta la noticia);

²Ibidem. op. cit. pág. 9

- autor de la nota;
- fuente de la noticia (el actor que la genera)

Variables evaluativas.

- Número de aparición de la nota en el día;
- jerarquización de la nota;
- segmento de tiempo en que apareció la nota;
- duración de la nota;
- características de la nota (composición de la misma);
- tipo de nota (es decir, si se trata de un reportaje, entrevista, editorial, comentario, etc);
- planos televisivos utilizados durante la nota;
- evaluación de lo afirmado por el locutor;
- evaluación de lo afirmado por el reportero;
- tratamiento a los actores políticos;
- tendencia en el tratamiento a los actores por parte del medio;
- interacción entre actores.

Seguramente, al lector le surge la interrogante relativa a los criterios que vamos a seguir para determinar cuándo el medio inclina la balanza favorable o desfavorablemente hacia un actor u otro. La respuesta la encontrará en los siguientes párrafos, en los que hacemos una descripción de las variables que a nuestra consideración ameritan una

explicación detallada, y en ellos desarrollaremos los criterios de los que hablábamos, lo que constituirá una herramienta de gran utilidad para saber la intencionalidad de quienes preparan las emisiones informativas.

TENDENCIA EN EL TRATAMIENTO A LOS ACTORES POR PARTE DEL MEDIO.

Este rubro es de singular importancia, ya que engloba el tratamiento del medio, en general, hacia el actor de la nota; es decir, el comportamiento del locutor, del reportero, del camarógrafo, de la edición y de la sonorización. Esta variable la consideramos como una evaluación de todas las demás. Son tres parámetros a considerar: tratamiento positivo, negativo y neutro.

En esta tendencia vamos a partir de la adjetivización que el autor de la nota haga en favor o en contra de un actor, lo que nos permitirá advertir si es positiva o negativa. En lo que a la tendencia neutra se refiere, nuestro indicativo será cuando el actor se limite a mencionar a actores sin calificarlos o comentarlos, o bien, cuando dé las dos visiones del acontecimiento.³ Además, tomaremos en consideración los factores técnicos de la nota, es decir, los planos televisivos, y en general, la calidad del espacio que se le da al actor.

³ Ibidem. op, cit. pág 18.

DISTRIBUCION DEL TIEMPO. Este aspecto servirá para saber el tiempo total que se le dedicó a cada uno de los candidatos y sus partidos, así como también el otorgado a otros actores que emitieron información del proceso electoral (léase Autoridades Federales, IFE, Consejeros Ciudadanos, Autoridades Electorales, ONG's, Otros actores y Medio).

TIEMPO DE VOZ E IMAGEN. Esta categoría servirá para apoyar lo apreciado en la variable anterior y analizar a fondo qué o quiénes son los que resultan favorecidos, ya que consideramos que si al actor se le otorga tiempo de voz e imagen, se le da la oportunidad de ser escuchado directamente por el telespectador.

JERARQUIZACION DE LA NOTA. En esta variable, las notas se clasifican en tres formas: las que son incluidas en la presentación de la emisión; las que están vinculadas con la presentación y las que no tienen relación alguna con la misma.

El aspecto que consideramos más relevante de este rubro es el que tiene que ver con las notas presentadas en el resumen introductorio, ya que nos permite medir la intencionalidad de quien prepara el telediario, debido a que las noticias presentadas al principio, resultan ser las más importantes de la jornada para el medio (lo que equivaldría a las ocho columnas que se le otorgan a una nota en los diarios). Dicho rubro puede ayudarnos también en la aplicación de la técnica de Agenda-setting para saber si los noticiarios en cuestión se valen de este recurso en pro y/o en contra de un actor u otro.

SEGMENTOS DE TIEMPO EN QUE FUERON PRESENTADAS LAS NOTAS. Esta variable nos servirá para apoyar el rubro anterior, es decir, ser más específicos en cuanto al segmento de tiempo en que fueron presentadas las notas. Éstos fueron divididos de las siguiente forma: notas aparecidas en los primeros cinco minutos; del minuto cinco con un segundo al diez; del minuto diez con un segundo al veinte; del minuto treinta con un segundo al cuarenta; del minuto cuarenta con un segundo al cincuenta; y del minuto cincuenta con un segundo en adelante.

CARACTERÍSTICAS DE LAS NOTAS. Esta es una de las tablas más importantes porque permite observar el tratamiento otorgado a los actores a través de las características de sus notas. Los componentes de esta variable los agrupamos en cinco conjuntos: notas que tienen voz del locutor; voz del reportero; imagen de transmisión directa; imagen grabada e imagen de archivo.

PLANOS TELEVISIVOS UTILIZADOS DURANTE LA NOTA. Decidimos incluir esta variable dentro de las básicas, ya que nos parece de suma importancia saber con qué elementos técnicos un noticiero cubre a un actor político. En este caso, el de la imagen será un factor más que nos servirá para determinar la intencionalidad del medio, dependiendo de los planos televisivos utilizados. Ellos los clasificamos de la siguiente

manera: toma aérea, toma panorámica, toma de pequeño conjunto, toma de medio acercamiento, acercamiento, y toma de detalle. (En este rubro sólo vamos a evaluar las notas relativas a los candidatos presidenciales).

JUICIOS DE VALOR. Este rubro sirve para saber si el locutor y el reportero emiten juicios de valor, ya sea positivos ó negativos, y en el caso de que haya ausencia de éstos será señalado, con respecto a los actores de las notas y, por lo tanto, detectar la intencionalidad que el medio tenga. Los criterios a seguir para determinar lo señalado serán con base en las adjetivaciones que el (los) autor(es) de la nota haga(n) del(os) actor(es). Parece difícil discernir tales tendencias, pero consideramos que una lectura cuidadosa de la noticia nos permitirá detectar nuestro objetivo. En el caso específico de las notas con ausencia de juicios, las identificaremos como aquellas en las que el informador se limite a dar noticia de los actores, sin comentar ni emitir su opinión acerca de éstos.

V.2 INFORME DEL ESTUDIO. Análisis cualitativo, cuantitativo y comparativo de los noticiarios.

Nuestro informe se basa en 533 unidades de análisis (es decir, las notas que se ocuparon del proceso electoral), aparecidas entre el 1o. y el 19 de agosto de 1994, en los noticiarios **24 Horas**, de Televisa (emisión nocturna); **Hechos**, de Televisión Azteca (emisión nocturna); y **Enlace**, de Canal 11 (emisión nocturna). La información se resume en las gráficas y cuadros que complementan nuestro estudio. Asimismo, expondremos en los apartados que a nuestro juicio son los que ameritan una explicación detallada, la información propia de los mismos, así como la inserción de conclusiones primarias, en los casos que lo requieran. Antes, queremos resaltar una primera conclusión del análisis, misma que se comprobará con la información contenida en los apartados posteriores:

Los tres noticiarios estudiados inclinaron la balanza favorablemente hacia el candidato del Partido Revolucionario Institucional, Ernesto Zedillo Ponce de León, tanto cuantitativa como cualitativamente; creando con la información generada por los restantes abanderados una especie de bloques: en el primero de ellos, siguiendo a Zedillo, se encuentran Diego Fernández de Cevallos, de Acción Nacional, y Cuauhtémoc Cárdenas, del PRD, a juicio de muchos, los principales contendientes de oposición; en el segundo

tenemos a Jorge González Torres, del Verde Ecologista, Cecilia Soto, del Partido del Trabajo y al ex-panista Pablo Emilio Madero, del Demócrata Mexicano-Unión Nacional Opositora. Cabe resaltar en este bloque la presencia de González Torres y Cecilia Soto, ya que aún cuando provienen de partidos relativamente nuevos que por primera vez contienden por la Presidencia de la República, tuvieron mayor presencia en los informativos que otros con mayor experiencia en elecciones. Aquí cabe preguntarse cuáles son los parámetros por los que en esta ocasión se guiaron los telediaristas para resaltar la figura de un candidato de un nuevo partido por sobre la de otros con más tiempo en la contienda presidencial; ya que si bien recordamos, en 1988 aún cuando Cuauhtémoc Cárdenas y el Frente Democrático Nacional representaban una novedad, su presencia en los medios fue exigua.⁴ Por último, el tercer bloque lo constituyen Marcela Lombardo, del Popular Socialista, Rafael Aguilar T., del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional, y Álvaro Pérez T., del Auténtico de la Revolución Mexicana.

Por último, antes de dar paso al estudio queremos señalar que, como se verá en su oportunidad, **24 Horas** aparece como el noticiario más plural, lo que no significa que así sea. Esto encuentra explicación en las peticiones públicas que tanto el Presidente de la República, Carlos Salinas, como el IFE hicieron a los medios de comunicación para que procuraran la veracidad, pluralidad y objetividad en sus espacios informativos, a raíz de

⁴Pablo, Arredondo et.al. "Así se calló el sistema. Comunicación y elecciones en 1988." p. 18. (Ver capítulo II de esta tesis).

los resultados del análisis a los noticiarios que primero llevó a cabo la Academia Mexicana de Derechos Humanos y luego el Instituto Federal Electoral, los que evidenciaban la parcialidad de todos en favor del candidato Ernesto Zedillo, encabezados en cifras por **24 Horas**. Sin embargo, los medios no acataron dichas recomendaciones, por lo que fue necesario que el 18 de junio de 1994 el IFE emitiera una exhortación formal a los medios electrónicos de comunicación para que en sus noticiarios informaran de manera veraz y objetiva sobre las campañas políticas, lo que llevó al principal informativo de Televisa a modificar su comportamiento el que, sin embargo y como se verificará con las cifras de nuestro estudio, consistió en una pluralidad y objetividad totalmente maquilladas.

A continuación presentaremos los resultados y el análisis del monitoreo a los noticiarios de televisión.

V.2.1 Número total de notas.

En su oportunidad, señalamos que fue 533 el número total de notas relativas al proceso electoral en los tres noticiarios. De ellas, 171 correspondieron a **24 Horas**, 201 a **Hechos** y 161 a **Enlace**.

En lo que a candidatos se refiere, Ernesto Zedillo encabeza la lista con 58 notas: 17 en **24 Horas**, 18 en **Hechos**, y 23 en **Enlace**, aún cuando este último tiene una duración de sólo 30 minutos (la mitad de tiempo de los otros dos); Cevallos con 46 notas, de las cuales 14 fueron en **24 Horas**, 16 en **Hechos** y 16 en **Enlace**; Cárdenas con 45 notas: 15 en **24 Horas**, 17 en **Hechos** y 13 en **Enlace**; Soto con 33 notas: 16 en **24 Horas**, 2 en **Hechos** y 5 en **Enlace**; González Torres con 25 notas: 15 en **24 Horas**, 2 en **Hechos** y 8 en **Enlace**; Pablo E. Madero con 20 notas : 13 en **24 Horas**, 2 en **Hechos** y 5 en **Enlace**; Marcela Lombardo con 14 notas: 6 en **24 Horas** y 8 en **Enlace** (ninguna en **Hechos**); Álvaro Pérez con 12 notas: 9 en **24 Horas**, 1 en **Hechos** y 2 en **Enlace**; y por último, Rafael Aguilar con 10: 8 en **24 Horas**, 1 en **Hechos** y 1 en **Enlace**.

Las cifras anteriores nos permiten advertir una constante en los tres noticiarios: favorecer al candidato del PRI con un mayor número de presentaciones en sus emisiones, aún cuando uno lo hizo en una forma más discreta que otro, como **24 Horas**, que aún cuando dio presencia a los nueve candidatos en no menos de cinco ocasiones, siempre ponderó la imagen de Ernesto Zedillo sobre la del resto. La actitud de **Hechos**

fue más descarada, ya que se abocó a resaltar la información generada por los tres principales candidatos, a tal grado que en las tres semanas de estudio, en el mejor de los casos, dio espacio sólo en dos ocasiones a algunos abanderados presidenciales, y en el peor, como en el caso de Marcela Lombardo, no otorgó tiempo. El caso de **Enlace** lo tenemos como el más extremo, ya que si relacionamos el total de días analizados con el número total de notas por candidato, tenemos que a Zedillo le otorgó una y media por día en promedio, además de que la presencia de los restantes candidatos, a excepción de Cevallos y Cárdenas, fue casi exigua en sus emisiones (ver Cuadro 1 correspondiente a candidatos en el anexo).

En lo que respecta a los partidos políticos, la tendencia de los telediarios estudiados fue la de resaltar únicamente la información generada por las tres grandes fuerzas políticas del país (PRI, PAN y PRD), dejando en segundo término a los restantes partidos (ver Cuadro 1 correspondiente a Partidos en el anexo).

Por último, en lo relativo al resto de los actores, tenemos que la variable Otros actores es la que acumuló el mayor número de notas (84: 13 en **24 Horas**, 50 en **Hechos** y 21 en **Enlace**), aunque no está de más recordar que en este rubro se encuentra todo aquel que emitió información respectiva a las elecciones y que no está ubicado en ninguna de las otras categorías. Le siguen dos rubros gubernamentales: uno, el de Autoridades federales con 57 notas: 21 en **24 Horas**, 22 en **Hechos** y 14 en **Enlace**, de las cuales, más del 50 por ciento correspondieron al entonces Presidente de la República, Carlos Salinas de Gortari; el segundo rubro es el IFE con 53 notas: 16 en **24 Horas**, 21 en

Hechos y 16 en **Enlace**. Aquí queremos señalar que aún cuando los Consejeros ciudadanos forman parte de ese Instituto, sólo recibieron 14 notas en total (dos en **24 Horas**, cuatro en **Hechos** y ocho en **Enlace**), lo que evidencia que es a la parte crítica de los organismos a las que se relega a un segundo término, mientras que se pondera la voz oficial en todo momento. El siguiente lugar lo ocupan las ONG's con 26 notas: cuatro en **24 Horas**, doce en **Hechos** y diez en **Enlace**. De esta fuente resalta el hecho de que a la parte crítica, como Alianza Cívica, nunca se le dio espacio en el informativo de Televisa; **Hechos** sólo lo otorgó a éstos en contadas ocasiones, o cuando la información referida le beneficiaba, y por el contrario, sí fue demasiado generoso con las organizaciones empresariales; y sólo **Enlace** se preocupó por dar cabida a voces antagonistas de las oficiales. El TRIFE por su parte recibió el mismo número de notas que los Consejeros ciudadanos (tres en **24 Horas**, ocho en **Hechos** y tres en **Enlace**). Por último, en la categoría de Medio (las notas generadas por los propios noticieros) tenemos diez (cuatro en **24 Horas**, tres en **Hechos** y tres en **Enlace**.)

V.2.2 Jerarquización de las notas.

Es importante rescatar la idea de que esta variable es substancial, ya que nos refleja el interés de los noticiarios por jerarquizar la información, por darle a cada nota su peso específico y poner en primer lugar a las que considera las más destacadas de la jornada.

Con **24 Horas** advertimos que fue el noticiario que más equitativo resultó frente a los abanderados en la jerarquización de sus notas -ya fueron explicadas las razones de su comportamiento-: en las correspondientes a la presentación de la emisión, otorgó tres a Fernández de Cevallos, y una a cada candidato restante (ver Cuadro 2 en el anexo). Por el contrario, **Enlace** fue el telediario más parcial, al dedicarle siete presentaciones de la emisión a Ernesto Zedillo, lo que significa que, según los criterios de quienes preparan la emisión, las notas generadas por dicho abanderado ameritaban estar dentro de las más importantes del día. En orden le siguió Fernández de Cevallos, con cuatro notas y Cárdenas con tres (ver Cuadro 2.2 en el anexo). Por su parte, **Hechos** sólo tomó en cuenta la información generada por los tres principales contendientes (Zedillo, Cárdenas y Fernández) para ubicarla en la presentación de la emisión (ver Cuadro 2.1 en el anexo). En lo referente a los demás actores, el caso de **24 Horas** es el que cabe resaltar, ya que nuevamente otorgó un lugar privilegiado a las instancias gubernamentales (Autoridades federales e IFE), ponderando su actuación en el proceso

electoral como la más importante de todas. No es posible advertir esta tendencia con los otros dos noticiarios, pero veamos si en el siguiente rubro se revierte (ver Cuadro 2 en el anexo).

V.2.3 Segmento de tiempo en que apareció la nota.

En esta variable encontramos que se repite la constante de la anterior en lo que se refiere a las primeras notas de la emisión: **24 Horas** dio espacio a todos los candidatos en los primeros cinco minutos del telediario, mientras que **Enlace** y **Hechos** se concentraron en los abanderados del PRI, PAN y PRD. En el caso específico de cada noticiario, tenemos que tanto **24 Horas** como **Hechos**, agruparon la mayoría de las notas relativas a los candidatos en los segmentos que van del minuto diez al cuarenta y cinco de sus emisiones, mientras que **Enlace** lo hizo del minuto diez al veinte (debemos recordar que el informativo sólo dura media hora). Los tres informativos, y siguiendo las recomendaciones del IFE, crearon un espacio específico en sus emisiones para dar la información concerniente a los candidatos, jerarquizando también en ese lapso las notas, con Ernesto Zedillo a la cabeza: parece una regla privilegiar los reportes del abanderado del partido en el poder aún en secciones especiales. Es obvio entonces que, como nuestros cuadros lo indican, quien mayor número de apariciones tiene en los primeros cinco minutos de cada telediario es Zedillo.

En el caso del resto de los actores (sin incluir a los partidos), podemos advertir que ahora no sólo **24 Horas** tendió a concentrar la información relativa a las instancias gubernamentales en los primeros diez minutos de sus emisiones, sino que **Hechos y Enlace** repitieron dichas prácticas, demostrando así su preocupación por privilegiar a las Autoridades Federales aún por encima de los candidatos presidenciales (ver Cuadro 3, 3.1 y 3.2 en el anexo).

V.2.4 Distribución del tiempo.

El Cuadro 4 (ver en el anexo) resume los tiempos que recibieron los candidatos presidenciales y sus respectivos partidos políticos, así como el de otros actores en el proceso electoral (IFE, Consejeros Ciudadanos, ONG's, etc.).

El tiempo total de transmisión de las notas relativas al proceso en los tres noticiarios analizados del 10. al 19 de agosto fue de 11 horas 32 minutos 56 segundos. De estas cifras, 4 horas 48 minutos 14 segundos correspondieron a candidatos presidenciales; 43 minutos 17 segundos a sus respectivos partidos; y 6 horas 1 minuto 25 segundos al resto de los actores.

En el caso específico de los candidatos presidenciales, fue Ernesto Zedillo quien obtuvo el mayor porcentaje en este rubro, con el 31.95 (1 hora 32 minutos 06 segundos), seguido de Diego Fernández de Cevallos con el 20.45 por ciento (58 minutos 57 segundos), de Cuauhtémoc Cárdenas con el 19.58 por ciento (56 minutos 27 segundos),

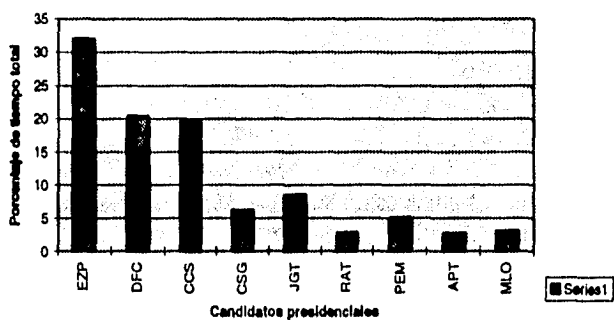
de Jorge González con el 8.47 por ciento (24 minutos 25 segundos), de Cecilia Soto con el 6.10 por ciento (17 minutos 35 segundos), de Pablo E. Madero con el 5 por ciento (14 minutos 26 segundos), de Marcela Lombardo con el 3.02 por ciento (8 minutos 43 segundos), de Rafael Aguilar con el 2.79 por ciento (7 minutos 59 segundos), y de Álvaro Pérez con el 2.63 por ciento (7 minutos 36 segundos). (Ver Gráfica 1). La tendencia por favorecer a Ernesto Zedillo se repite nuevamente, hecho que le dio la oportunidad de que la información generada por su campaña proselitista estuviera siempre en el foco de atención, lo que no con el resto de sus contrincantes. Cabe señalar además que no hubo día en que no aparecieran notas relativas a él en los tres telediaros.

En lo que respecta a los partidos políticos, es el PAN el que más favorecido resultó en este apartado con el 37.58 por ciento (16 minutos 16 segundos), seguido del PRD con el 23.87 por ciento (10 minutos 20 segundos), del PRI con el 17.82 por ciento (7 minutos 43 segundos), del PARM con el 6.93 por ciento (3 minutos), del PDM-UNO con el 5.15 por ciento (2 minutos 14 segundos), del PPS con el 3.54 por ciento (1 minuto 32 segundos), del PFCRN con el 2.07 por ciento (54 segundos), y del PT y del PVEM con el 1.50 por ciento cada uno (39 segundos). (Ver Gráfica 9 después de esta variable)

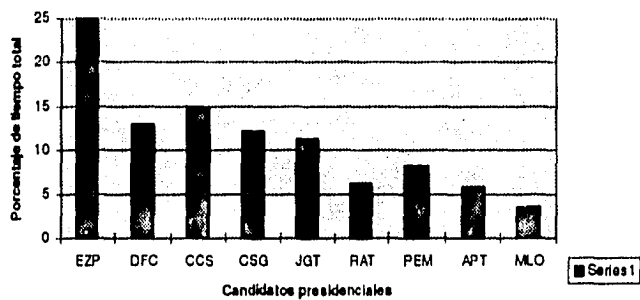
Por último, en lo concerniente al resto de los actores, tenemos que la categoría de Otros actores (que comprende a todo aquél que generó información relativa al proceso electoral, y que no se encuentra dentro de las otras categorías) recibió el 39.22 por ciento, equivalente a 2 horas 21 minutos 35 segundos; el IFE ocupó el segundo lugar

con el 21.04 por ciento (1 hora 16 minutos 02 segundos), seguido de las Autoridades federales con el 18.19 por ciento (1 hora 05 minutos 43 segundos), de las ONG's con el 10.16 por ciento (36 minutos 43 segundos), del TRIFE y el Fiscal electoral con el 4.86 por ciento (17 minutos 35 segundos), de los Consejeros Ciudadanos con el 3.65 por ciento (13 minutos 13 segundos), y por último, la información generada por el propio noticiario, ubicado en la categoría de Medio ocupó el 2.92 por ciento (10 minutos 34 segundos). (Ver Gráfica 17).

Gráfica 1. Porcentaje de tiempo total para candidatos presidenciales en 24 Horas, Hechos y Enlace

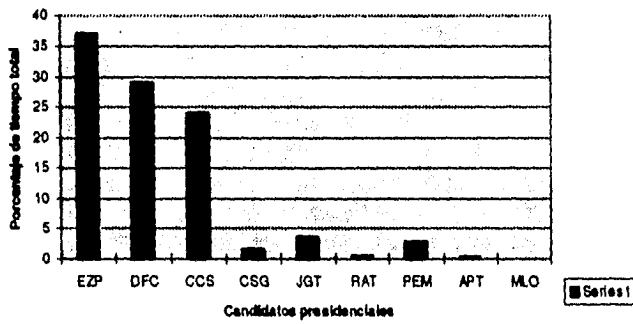


Gráfica 2. Porcentaje de tiempo total para candidatos presidenciales en 24 Horas

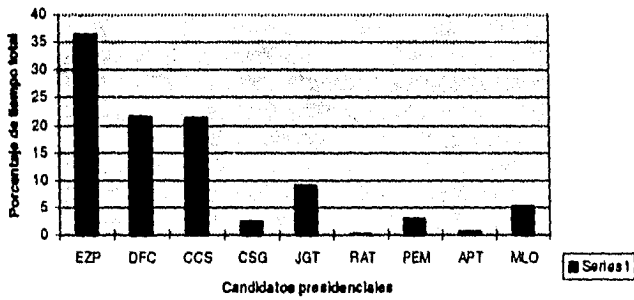


Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace

Gráfica 3. Porcentaje de tiempo total para candidatos presidenciales en Hechos

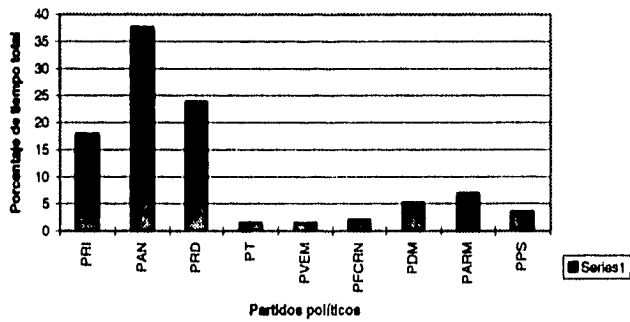


Gráfica 4. Porcentaje de tiempo total para candidatos presidenciales en Enlace

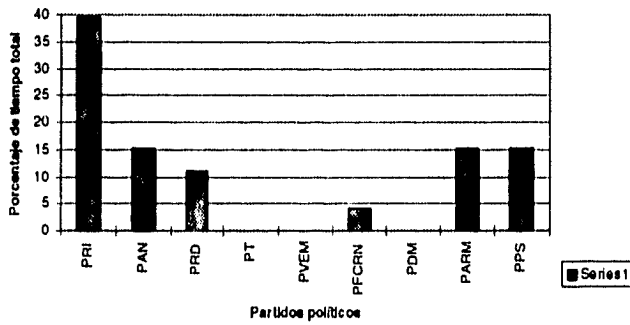


Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace

Gráfica 9. Porcentaje de tiempo total para partidos políticos en 24 Horas, Hechos y Enlace

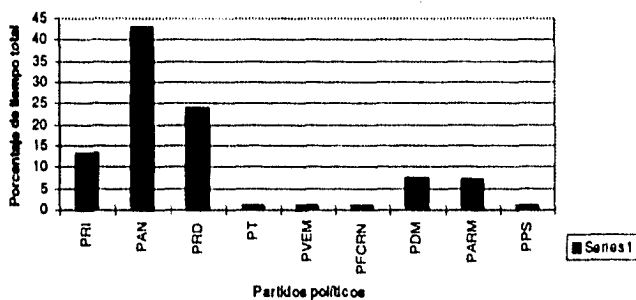


Gráfica 10. Porcentaje de tiempo total para partidos políticos en 24 Horas

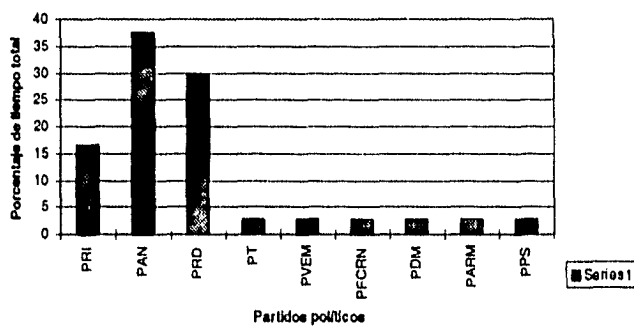


Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace

Gráfica 11. Porcentaje de tiempo total para partidos políticos en Hechos

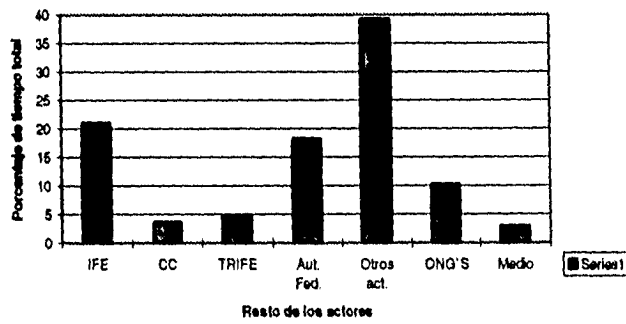


Gráfica 12. Porcentaje de tiempo total para partidos políticos en Enlace

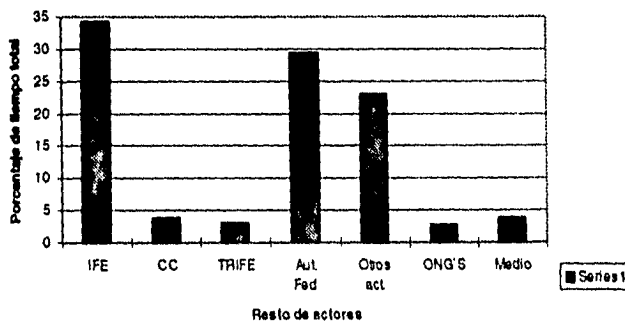


Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace

Gráfica 17. Porcentaje de tiempo total para el resto de los actores en 24 Horas, Hechos y Enlace

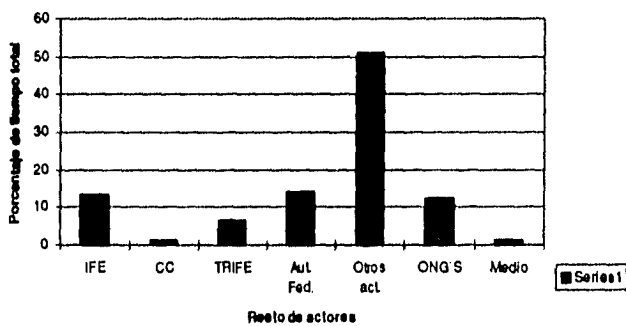


Gráfica 18. Porcentaje de tiempo total para el resto de los actores en 24 Horas

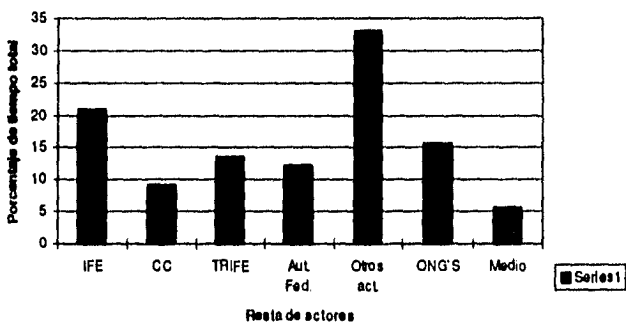


Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace

Gráfica 19. Porcentaje de tiempo total para el resto de los actores en Hechos



Gráfica 20. Porcentaje de tiempo total para el resto de los actores en Enlace



Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace

V.2.5 Tiempo de voz e imagen.

El tiempo real de voz e imagen obtenido por el total de los actores en los tres noticiarios fue de 4 horas 18 minutos 01 segundo, de los cuales 1 hora 37 minutos 04 segundos correspondieron a los candidatos presidenciales. Para los partidos políticos el tiempo fue de 16 minutos 39 segundos, mientras que el resto de los actores fue el más beneficiado con 2 horas 24 minutos 18 segundos.

En lo que a candidatos se refiere, las tendencias de la variable anterior a beneficiar al candidato del PRI se reafirman con el 30.70 por ciento (29 minutos 48 segundos), y también la de mantener los bloques a los que nos hemos referido, no sin sus pequeñas variaciones. Le siguen Fernández de Cevallos con el 27.09 por ciento (26 minutos 18 segundos), quien fue el único que vio incrementado su porcentaje con respecto al rubro pasado, en gran parte gracias a una entrevista en transmisión directa a Monterrey que Javier Alatorre, noticiero de *Hechos*, le hizo al abanderado del blanquiazul después de su último cierre de campaña (17 de agosto de 1994); Cuauhtémoc Cárdenas obtuvo el 18.83 por ciento (18 minutos 17 segundos), lo que lo mantuvo, al igual que al resto de los contendientes, sin variaciones significativas en sus porcentajes (ver Gráfica 5 después del texto).

Antes de dar paso a la siguiente fuente, consideramos pertinente mencionar de nuevo la importancia que significa para un actor tener voz e imagen en un noticiero, ya que le

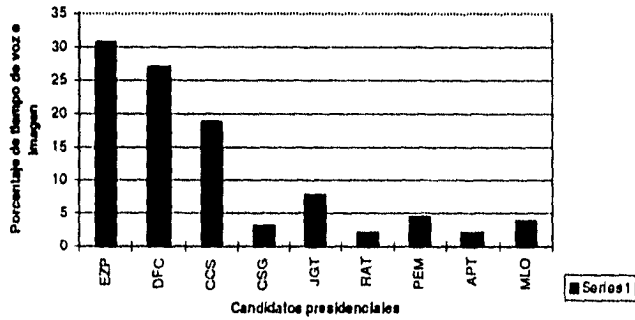
da la oportunidad de ser visto y escuchado directamente por sus posibles votantes; sin embargo, esto dependerá siempre del interés que tengan los informativos por resaltar una parte específica del discurso de cada uno de ellos: Ernesto Zedillo siempre apareció en los tres noticiarios como un candidato propositivo, con voz triunfalista, acompañada de frases como "la oposición tiene que aceptar desde ahora que vamos a ganar, porque somos la mejor opción" o -como en su cierre de campaña en Mazatlán- "a ritmo de tambora vamos a festejar, porque vamos a ganar", y algunas veces hasta conciliador con la oposición resultó preguntando a sus 'seguidores' "¿están ustedes de acuerdo que los partidos tengamos diálogo, que nos respetemos, que no nos ofendamos?" (Morelia, Mich., 12 de agosto de 1994). Por el contrario, a Cárdenas tendieron a presentarlo como una persona beligerante, incitando siempre a la movilización social; por ejemplo, el 15 de agosto en **24 Horas**, las únicas partes de su discurso que el reportero resaltó fueron: una, al abanderando proponiendo que "la resistencia civil será un aspecto importante para hacer efectivo el sufragio el 21 de agosto" y la segunda, atacando al Partido Acción Nacional, diciendo que "fue el PAN el que abandonó a quienes luchaban por la democracia en Culiacán", e incitando a los seguidores de dicha institución política a razonar su voto. Con Cevallos destacaron siempre sus pugnas y retos públicos al abanderado del PRD, y en otras ocasiones al del PRI con frases como "que responda Cárdenas... reto al candidato perredista... reto al candidato priísta a sostener un debate público sobre sus propuestas económicas...", además de que resaltaron el lado propositivo de su discurso.

En lo que a partidos se refiere, la tendencia del apartado anterior se mantiene. La única variación significativa fue el incremento en el porcentaje de Acción Nacional de once puntos, quedando en 48.04 por ciento, equivalente a 8 minutos 14 segundos (ver Gráfica 13).

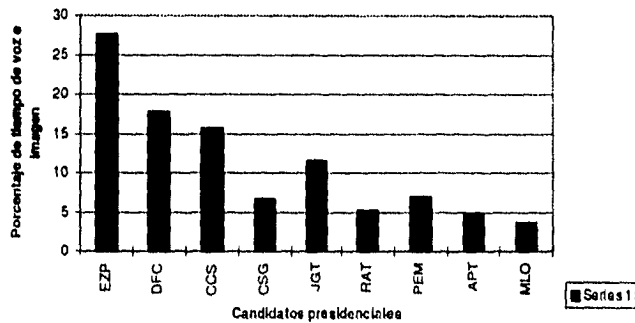
Por último, tenemos que con los demás actores la fuente Otros actores es la que acapara el mayor tiempo con 36.44 por ciento (52 minutos 35 segundos), seguida por las Autoridades Federales y el IFE (ver Gráfica 21), a los que en sus intervenciones, siempre se les dio la oportunidad para que de viva voz avalaran el proceso electoral y defendieran las críticas a éste.

La información que se presenta en las gráficas también se puede consultar en el anexo en el cuadro 5.

Gráfica 5. Porcentaje de tiempo de voz e imagen para candidatos presidenciales en 24 Horas, Hechos y Enlace

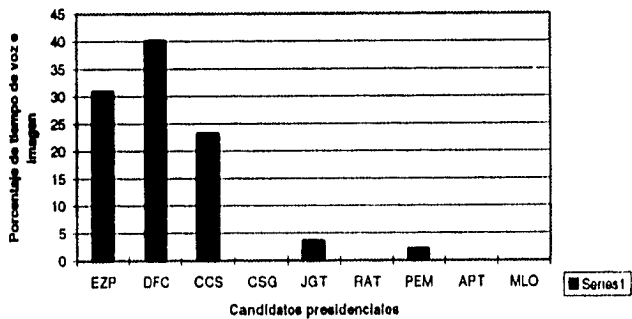


Gráfica 6. Porcentaje de tiempo de voz e imagen para candidatos presidenciales en 24 Horas

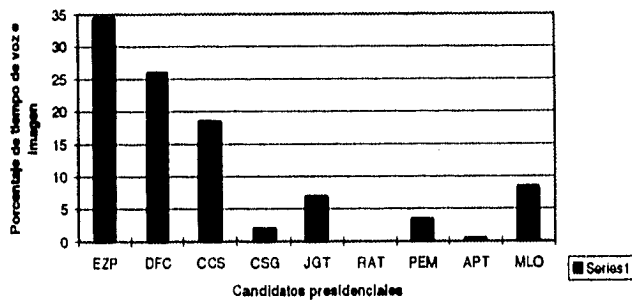


Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace

Gráfica 7. Porcentaje de tiempo de voz e imagen para candidatos presidenciales en Hechos

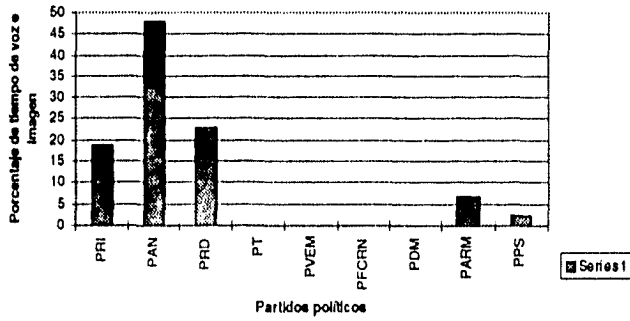


Gráfica 8. Porcentaje de tiempo de voz e imagen para candidatos presidenciales en Enlace

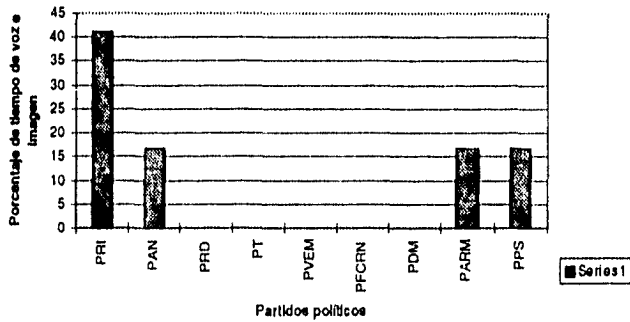


Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace

Gráfica 13. Porcentaje de tiempo de voz e imagen para partidos políticos en 24 Horas, Hechos y Enlace

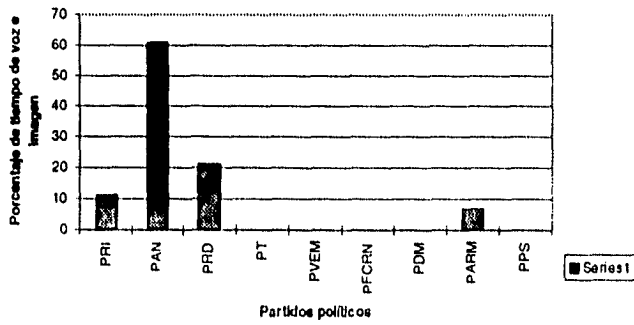


Gráfica 14. Porcentaje de tiempo de voz e imagen para partidos políticos en 24 Horas

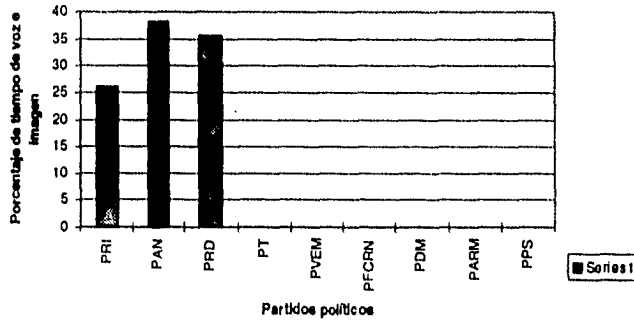


Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace

Gráfica 15. Porcentaje de tiempo de voz e imagen para partidos políticos en Hechos

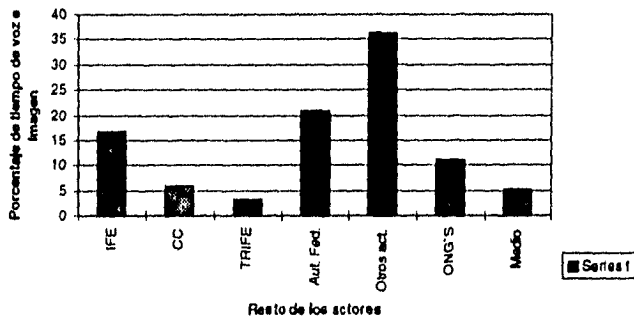


Gráfica 16. Porcentaje de tiempo de voz e imagen para partidos políticos en Enlace

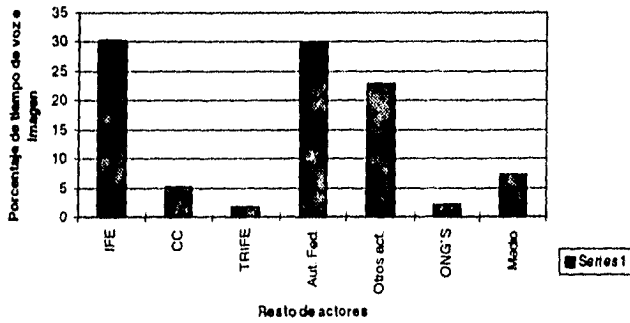


Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace

Gráfica 21. Porcentaje de tiempo de voz e imagen para el resto de los actores en 24 Horas, Hechos y Enlace

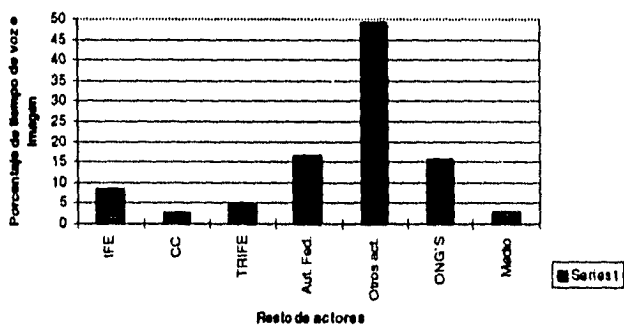


Gráfica 22. Porcentaje de tiempo de voz e imagen para el resto de los actores en 24 Horas

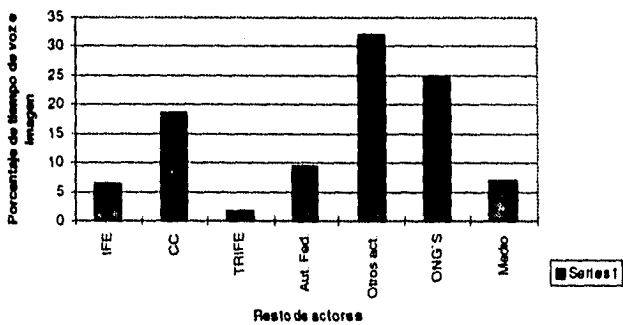


Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace

Gráfica 23. Porcentaje de tiempo de voz e imagen para el resto de los actores en Hechos



Gráfica 24. Porcentaje de tiempo de voz e imagen para el resto de los actores en Enlace



Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace

V.2.6 Planos televisivos utilizados durante la nota.

Como señalamos con anterioridad, en esta variable sólo nos remitiremos a analizar el tratamiento que se le dio a los candidatos presidenciales.

De tal forma, tenemos que si algún abanderado se vio beneficiado con la calidad, cantidad y variación en las tomas de sus actos proselitistas es Ernesto Zedillo. Estas fueron desde las tomas de acercamiento, en las que lo captaban en ángulos que lo favorecían y lo proyectaban como un personaje carismático y triunfalista; así como panorámicas de su campaña -que siempre se caracterizó por lo concurrida que resultaba-, y cerradas a los asistentes, quienes en cada mítin se mostraban alegres, entonando canciones o bailando. Además, fue el único contendiente que recibió la distinción de tener tomas aéreas de sus eventos proselitistas,⁵ hecho que nos provoca varias interrogantes: ¿Contó acaso cada medio con la infraestructura necesaria para llevarlas a cabo? Y de ser así ¿Porqué no hizo lo propio con los demás candidatos? o ¿Acaso dichas tomas fueron proporcionadas a los noticieros por el Partido Revolucionario Institucional? o ¿Fue el PRI el que invitó a los medios a subirse a su helicóptero -haya sido rentado, prestado o propio- para tomar las imágenes que vimos en pantalla? Nos inclinamos a pensar en estas dos últimas opciones como las más viables.

⁵A nuestro juicio, esta es la toma más importante que puede haber de un acto masivo como los cierres de campaña de un candidato presidencial-, ya que nos permite advertir la magnitud del mismo, en lo que a concurrencia se refiere, en todas sus proporciones.

Lo que sería recomendable es que los noticiarios hicieran público el origen de dicho material.

Lo anterior refuerza nuestra conclusión de que todos los elementos que conforman a los telediarios fueron utilizados para favorecer -en algunas ocasiones, desmedidamente- a la propuesta del Revolucionario Institucional.

Por el contrario, con otros candidatos no se hizo tal distinción e incluso, como en el caso de Cuauhtémoc Cárdenas, las tomas desfavorecieron totalmente su imagen con ángulos cerrados a su cara y cuerpo, que lo mostraban como una persona cansada y poco carismática. Asimismo, en contadas ocasiones se hizo un paneo general de la concurrencia en sus actos de campaña.

A continuación presentamos la referencia de las tomas aéreas, por noticiario, fecha y lugar, y un ejemplo descriptivo del caso de Morelia, Mich., que coincidió ser presentado en los tres noticiarios, cabe señalar que varían los ángulos presentados por cada uno de ellos, lo que nos hace pensar que pudo ser intencional ese cuidado por no coincidir en las mismas imágenes, en caso que el PRI les hubiera mandado dicho material. Otra hipótesis, puede ser que a cada medio se le haya invitado a subir al helicóptero y grabar ellos mismos los planos.

24 Horas.

- 3 de agosto de 1994. Tlalnepantla, Edo. de Mex., e Iztapalapa, D.F.
- 5 de agosto de 1994. Ecatepec, Edo. de Mex.
- 8 de agosto de 1994. Mérida, Yuc.
- 10 de agosto de 1994. Mazatlán, Sin.
- 12 de agosto de 1994. Morelia, Mich.: toma aérea que se va abriendo desde la tarima en la que Zedillo estaba, hasta captar toda la Plaza de Armas y la avenida Madero, en Morelia, saturada de pristas que los muestran incluso en las copas de los árboles, con gorras blancas y agitando banderines.
- 15 de agosto de 1994. Torreón, Coahuila. Tampico, Tamps.

Hechos.

- 3 de agosto de 1994. Tlalnepantla, Edo. de Mex., e Iztapalapa, D.F.
- 5 de agosto de 1994. Ecatepec, Edo. de Mex.
- 11 de agosto de 1994. Nogales, Son.
- 12 de agosto de 1994. Morelia, Mich. Toma aérea que se abre desde los arbustos de la avenida Madero, hasta abarcar la imagen de la Plaza de Armas en su totalidad y la catedral de Morelia,

completamente saturada por la concurrencia con gorras blancas, agitando banderines. Es visible la imagen de asistentes en las copas de los árboles.

Enlace.

-10 de agosto de 1994. Mazatlán, Sln.

-12 de agosto de 1994. Morelia, Mich. Toma aérea 1: se abre desde la parte trasera de la Catedral, hasta abarcar la Avenida Madero totalmente saturada de personas con gorras blancas, agitando banderines, y parte de la Plaza de Armas. Toma aérea 2: se abre desde el pódium hasta proyectar toda la avenida Madero, con la imagen repetida de la gente.

-15 de agosto de 1994. Tampico, Tamp. Torreón, Coahuila.⁶

-16 de agosto de 1994. Guanajuato, Gto.

(Revisar el Cuadro 8 en el anexo).

⁶Las tomas señaladas en negritas son las que coinciden en los tres noticiarios.

V.2.7 Juicios de locutor y reportero.

Como en varios de los otros apartados, es en éste en el que Ernesto Zedillo se ve favorecido de la misma forma. Del total de sus notas (58), en 22 de ellas hay juicios de valor positivos por parte del locutor y/o reportero (24 Horas, 13; Hechos, 7; y Enlace, 2). Del resto de los candidatos y demás actores, la tendencia fue neutra (ausencia de juicios de valor). En lo que respecta a los juicios negativos, el único que detectamos fue por parte de **24 horas** hacia el PRD. (Revisar el Cuadro 7 en el anexo).

Sobre este particular, nos basamos en la adjetivización de las noticias por parte del locutor y/o reportero para evaluar la información: en el caso de las notas positivas, cuando un noticiero halagaba directamente al actor, y en el caso de los candidatos cuando calificaba al acto de campaña como el mejor, lo que únicamente sucedió con Ernesto Zedillo; por ejemplo, en **24 Horas** el reportero Guillermo López, designado para cubrir la campaña del abanderado priísta, invariablemente evaluaba a esas jornadas como las mejores. Un caso muy elocuente es el del 12 de agosto en Morelia, Mich., en donde el noticiero dio el informe así: "Priístas de todo el estado llenaron la Plaza de Armas y todo lo largo de la avenida Madero. Jóvenes subieron a las copas de los fresnos para estar más cerca del candidato presidencial. Los michoacanos estuvieron alegres (imagen de asistentes bailando y cantando). En la primera fila mujeres jóvenes

bailando. Zedillo llegó acompañado de su esposa, *la multitud le respondió* (sonido abierto a la gente gritando ¡duro, duro, duro!). Habló a los priistas procedentes de municipios. Dijo que limpiamente, a través de los votos, los priistas tomarán Michoacán (voz e imagen a Zedillo). En esa entidad que tiene municipios gobernados por la oposición, Zedillo recordó las palabras de Melchor Ocampo que condenan la violencia (voz e imagen a Zedillo)..." Nos sorprende la capacidad del reportero de advertir el sentimiento de la concurrencia y de generalizar cuando señala que toda una entidad está alegre por la presencia del candidato.

En cuanto a las notas negativas, tenemos una en la que Jacobo Zabludovsky editorializó la información criticando directamente al PRD por una supuesta agresión física de este partido a Fernández de Cevallos en un acto en Morelia el 3 de agosto, con frases como "...se deben dar argumentos (entre los partidos), no agresión en esta última etapa de las campañas." Lo preocupante del juicio que presentamos es que Zabludovsky dio por un hecho que los agresores de Cevallos efectivamente fueron perredistas, sin preocuparse por verificar la veracidad de esa información, ya que el mismo agredido afirmó que no estaba seguro de la identidad de los ofensores en entrevista vía telefónica con **24 Horas**.

V.3 Evaluación general de los noticiarios.

Este punto lo queremos iniciar con las citas textuales de las imágenes y comentarios en reportes concernientes a Cárdenas, Cevallos y Zedillo el 15 de agosto en los tres noticiarios, para que los lectores den cuenta de las diferencias habidas entre las notas por candidatos y por informativos; con el objeto de mostrar además las características que se convirtieron en una constante en cada telediario, lo que contribuirá a darnos los elementos necesarios para evaluar a profundidad la situación que privó durante el proceso electoral de 1994 en los medios de comunicación que estudiamos.

24 Horas.

Ernesto Zedillo. Tres actos proselistas en una misma nota. Guillermo López es el reportero en todos.

1) Torreón. Toma aérea del estadio de beisbol Revolución

visiblemente lleno, enseguida una toma a los participantes en el mitin con gorras y agitando banderines del PRI y la CNC. Inicia la descripción del reportero: "En Torreón, corazón de la Comarca Lagunera se reunieron miles de campesinos con Ernesto Zedillo en el cierre de campaña con productores agropecuarios, los jardines y las tribunas del estadio de béisbol Revolución se llenaron con los hombres del campo de Coahuila y Durango. También acudieron de Tamaulipas, Chihuahua, Zacatecas, Aguascalientes y Querétaro (voz e imagen a Zedillo, quien propone mejoras en la vida de los campesinos).

Escucharon el compromiso de superar los problemas rurales, descapitalización, caciquismo, coyotaje, burocratismo y carteras vencidas. Líderes y militantes cantaron el himno al agrarismo" (imagen de los asistentes cantando y agitando sus banderines.)

2) Toluca. Imagen de 3/4 afocando a Zedillo en el pódium, saludando a militantes del PRI. Inicia descripción del reportero: "Zedillo viajó a Toluca en donde tomó la protesta a los representantes electorales del PRI en el Estado de México. Recordó que la oposición tendrá representantes en el 80 por ciento de las casillas electorales" (imagen de los asistentes aplaudiendo al candidato).

3) Tampico. Toma aérea del estadio de Tampico, enseguida, imagen de Zedillo visiblemente feliz, con las manos en alto, caminando hacia el pódium; panorámica a los asistentes con gorras y banderines del Partido. Inicia la descripción del reportero: "Por la tarde (Zedillo) viajó a Tampico, lo recibió un estadio de fútbol abarrotado hasta las cabeceras por entusiastas prístas: bailaron (imagen de pequeño conjunto de simpatizantes bailando), se emocionaron (sonido abierto de las exclamaciones de los asistentes), se acercaron al candidato y le regalaron flores que recibió su esposa Nilda Patricia" (imagen de 3/4 a Zedillo y su esposa despidiéndose del público). (Tiempo total 01'39", tiempo de voz e imagen 00'27")

Diego Fernández de Cevallos. Dos actos proselitistas en una misma nota. Reportero diferente en cada acto.

1) Michoacán. Toma panorámica de los asistentes que agitan banderines y aplauden al candidato. Nunca se abre el sonido para captar las exclamaciones de la concurrencia. Inicia descripción del reportero: "En Michoacán, Fernández de Cevallos invitó a los electores a emitir un voto razonado el 21 de agosto. Durante un mitin en la plaza principal de Sahuayo, población del bajo michoacano, Cevallos invitó a los mexicanos a que no se queden de espectadores porque ésto no sólo los afecta a ellos, sino al resto del país" (voz e imagen a Diego F. invitando a sufragar el 21 de agosto).

2) Guanajuato. Toma panorámica de los asistentes visiblemente contentos, agitando banderines; sigue toma de medio conjunto y por último, toma cerrada a Cevallos. Inicia descripción del reportero: "Diego Fernández de Cevallos efectuó su cierre de campaña proselitista en Guanajuato. En León, después de encabezar una marcha, dijo ante militantes de su partido que la tarea es luchar porque las estructuras de México sean del tamaño de la profundidad y de la dimensión de la grandeza (sic) del pueblo de México. Posteriormente, exhortó a los guanajuatenses y a todos los mexicanos a acudir a las urnas." (tiempo total 1'32", tiempo de voz e imagen 00'27")

Cuauhtémoc Cárdenas. Un acto proselitista.

1) **Sinaloa.** Toma panorámica de los asistentes visiblemente contentos, agitando banderas del PRD; enseguida, acercamiento a Cárdenas. Inicia la descripción del reportero: "El señor Cuauhtémoc Cárdenas, candidato del PRD a la Presidencia de la República, concluyó este lunes su campaña por el estado de Sinaloa. Durante un mitin realizado en la ciudad de Culiacán, Cárdenas dijo que la resistencia civil será un aspecto importante para que se respete el voto este 21 de agosto (voz e imagen a Cárdenas incitando a la resistencia civil y criticando al gobierno). El señor Cárdenas Solórzano volvió a referirse a los seguidores del PAN, a los que invitó a razonar su voto" (voz e imagen a Cárdenas criticando negativamente a Acción Nacional.) (Tiempo total de la nota 01'17", tiempo de voz e imagen 00'43")

Estas notas nos ilustran claramente la tendenciosidad de **24 Horas** en el tratamiento a cada candidato: al abanderado priista con una cobertura privilegiada en las imágenes, en la contextualización del acto por parte del reportero; además de que todas sus actividades del día fueron atendidas por un mismo enviado. Aquí cabe hacer un alto y subrayar que el problema no estriba en las características cualitativas de la nota de Zedillo, sino en el hecho de que esta distinción no se hizo con los otros candidatos; por ejemplo, con Cevallos y Cárdenas el reportero no cubrió su itinerario proselitista por completo, además de que nunca informó sobre el ambiente en los mítines, ni les dio tomas aéreas ni tanta variedad en los planos presentados. Estos ejemplos nos indican

que aún cuando las notas son similares cuantitativamente eso no significa que lo sean cualitativamente, lo que refleja diferencias y preferencias sustanciales.

Hechos.

Ernesto Zedillo.

Locutor: "En Tampico, ante casi 40 mil priistas, Ernesto Zedillo aseguró que se propone fortalecer a Petróleos Mexicanos a fin de que haya más empleos. El candidato del PRI invitó a votar y a ser vigilantes, dijo, de los comicios."

1) **Torreón.** Toma panorámica de un estadio de béisbol lleno en donde se aprecia a los asistentes con gorras blancas y carteles de la CNC. Inicia la descripción del reportero: "Torreón es el primer acto en el que se encuentra con más de 40 mil campesinos de las organizaciones correspondientes al norte del país. Ahí, Ernesto Zedillo señaló que busca fundamentalmente transformar al campo para que los hombres y las mujeres no lo abandonen en busca de mejores opciones. Reiteró su compromiso de devolver al campo lo mucho que éste ha dado a todo el país. Ahí se comprometió igualmente a cumplir a todos con palabra como son los hombres (sic) que trabajan en la tierra" (voz a Zedillo proponiendo mejoras en la vida de los trabajadores del campo; imagen de 3/4, al fondo la multitud en el estadio de béisbol). Finaliza el reportero diciendo: "Lunes de recorrido por Torreón, Coahuila; Toluca; Estado de México; y después Tampico, en donde se reúne también con toda la gente que milita con el Revolucionario Institucional y que convoca el 21 de agosto a votar con el razonamiento de un México mejor. Informan

los enviados especiales: Armando Reyes, camarógrafo, y Raúl Sánchez Carrillo, reportero. (tiempo total de la nota 01'46", tiempo de voz e imagen 00'26").

Diego F. de Cevallos.

1) Michoacán. Inicia la descripción del locutor: "...y Diego Fernández de Cevallos, el candidato del PAN, dice que el cambio que propone su partido es humanístico, justiciero y revolucionario. En Sahuayo, Michoacán, Diego Fernández pidió a sus simpatizantes que participen activamente el próximo domingo ya que, dijo, es necesario que en este momento de cambio nadie se quede como espectador, pues no es un juego de naipes, ni una final deportiva. Se trata de un proceso que puede afectar a cada mexicano y, desde luego, a cada una de nuestras familias, afirma Diego Fernández de Cevallos. (sólo cita e imagen de una plaza visiblemente llena de simpatizantes del blanquiazul, agitando banderas, tiempo total de la nota 00'36").

Cuauhtémoc Cárdenas.

1) Sinaloa. Inicia descripción del locutor: "El candidato del PRD está en Mazatlán, Sinaloa. El Ingeniero Cárdenas dice que de ganar las elecciones del próximo domingo, presentará su gabinete cuando sea oportuno y después de que haya concluido en su totalidad el proceso electoral. Sin embargo, sostuvo que integrará una administración con personas honestas y capaces, provenientes de las empresas, universidades y de los distintos sectores de la población, con el fin, dijo, de reestructurar todo. Entrevistado al

llegar al puerto de Mazatlán, Sinaloa, el Ingeniero Cárdenas aseguró que el sufragio ejercido en forma masiva puede contrarrestar cualquier maniobra que se pretenda hacer para alterar el resultado del próximo domingo". (no hay imágenes, sólo cita, tiempo total de la nota 00'45").

Este noticiario muestra diferencias sustanciales, tanto cuantitativa como cualitativamente, con respecto a los reportajes de un candidato a otro: mientras que todas las actividades de Ernesto Zedillo fueron cubiertas y presentadas por un mismo reportero, las de Diego Fernández y Cuahutémoc Cárdenas sólo son citadas por el locutor, con acompañamiento de imágenes en el mejor de los casos; sin embargo, cabe aclarar que en lo general sus notas fueron de mejor calidad, pero el problema es que sólo con ellos se permitían descuidar las notas, mientras que con Zedillo el tratamiento siempre fue como el ejemplo mostrado.

Enlace

Ernesto Zedillo.

Tres actos proselistas en una misma nota.

1) **Toluca.** Inicia el locutor: "En el Estado de México, el candidato presidencial del PRI, Ernesto Zedillo, afirmó que la presencia de los representantes de los partidos políticos es una garantía para el voto y para evitar que se invoque el fraude", enseguida, imágenes

de un auditorio lleno y los asistentes aplaudiendo, toma cerrada a Zedillo, visiblemente contento. Inicia la descripción del reportero: "El candidato presidencial del PRI, Ernesto Zedillo, aseguró que la competencia electoral ha sido limpia y justa, que los partidos contendientes aceptaron las reglas de la competencia y en consecuencia, dijo, deberán atenerse a los resultados del próximo domingo. Al tomar protesta a los representantes electorales del PRI en el Estado de México, Zedillo aseguró que esta figura en la mayoría de las casillas por parte de los nueve partidos políticos debe ser garantía de que el voto será respetado (voz e imagen de Zedillo criticando a la oposición, y adelantando que no habrá fraude; sonido abierto a los aplausos de sus seguidores). El candidato del PRI indicó que la democracia implica acatar la voluntad popular y considero que el 21 de agosto en todo el país se va a celebrar una nueva fortaleza de la democracia. A los responsables electorales del PRI los exhortó a conducirse siempre dentro de la ley, pero a defender con toda firmeza cada voto que obtenga su partido."

2) Torreón. Toma aérea del estadio de béisbol visiblemente lleno de gente con gorras y agitando banderines. Inicia descripción del reportero: "Por la mañana, Ernesto Zedillo, se reunió con campesinos de la comarca lagunera en el estadio de béisbol Revolución de Torreón Coahuila. El candidato presidencial refrendó su compromiso por atender los rezagos en el campo y la elevación del nivel de vida de los campesinos (voz e imagen a Zedillo proponiendo mejoras en la vida de los campesinos). Otro día agitado en la campaña electoral de Zedillo, tal como lo marcó el reloj del tiempo electoral, en cuestión de horas estuvo en Coahuila, Estado de México y Tamaulipas.

3) Tampico. Toma aérea del estadio de fútbol de Tampico. Inicia descripción del reportero: "En Tampico, último punto visitado este día, rico en petróleo, pero todavía con marcados rezagos sociales, Zedillo dijo que el PRI tiene las propuestas de gobierno para superarlas y exhortó al príismo local a comprometerse con un triunfo electoral contundente el próximo domingo" (Tiempo total 02'33", tiempo voz e imagen 00'28").

Diego Fernández de Cevallos

1) Guadalajara. Inicia el locutor: "En Jalisco, el candidato presidencial del PAN, Diego Fernández de Cevallos, afirmó que el pueblo de México tiene la capacidad de decidir el rumbo de la nación. Enseguida, toma panorámica de los asistentes visiblemente entusiasmados, en su mayoría todos portan distintivos del PAN.

Inicia la descripción del reportero: "En una ciudad inconforme, por golpeada, el abanderado panista reiteró su llamado al cambio, hay que dejar atrás, dijo, estructuras corruptas. (voz e imagen de Fernández de Cevallos criticando negativamente al gobierno). En su exhortación al voto, el abanderado panista dijo que el 21 de agosto el pueblo tiene la opción de elegir al presidente de México por primera vez en 65 años, agregó, el gobierno tiene desventajas.(Voz e imagen a Diego Fernández exhortando al voto el 21 de agosto). Fernández de Cevallos se refirió directamente al candidato priista, a quien volvió a invitar a un debate económico, porque todavía hay tiempo, dijo, si hay voluntad. El candidato blanquiazul contraatacó algunas críticas en su contra (sic) (voz e imagen a Fernández de Cevallos defendiéndose ante supuestas críticas y

calificando negativamente al gobierno como 'soberbio y sectario'. Sonido abierto y toma panorámica de la multitud). A pesar de su aparente seguridad en la victoria el próximo domingo, Diego Fernández de Cevallos dijo que ni él partido ni su partido saldrán derrotados en caso de no ganar" (voz e imagen a Diego Fernández de Cevallos autoelogiando la presencia de él y su partido en el proceso electoral). El 'jefe' Diego reiteró que un cambio sólo es posible con votos, insistió, y por el honor de un pueblo (sic). (tiempo total de la nota 02'50" y tiempo total de voz e imagen 01'37").

El caso de Enlace es el que más equitativo se muestra tanto en la calidad como en la duración de las notas, a pesar de que no cubrieron las actividades de Cárdenas en ese día, ni la totalidad de las de Cevallos; sin embargo, la generalidad fue la de ponderar a Ernesto Zedillo por sobre los demás.

Los casos que presentamos son representativos del modelo que siguió cada noticiario, por lo que las tendencias advertidas fueron una constante en cada uno; claro está, con sus pequeñas variantes. De tal forma, el análisis comparativo que de entre ellos resulta nos lleva a concluir que el caso más radical de privilegiar cualitativamente la propuesta del abanderado priista, fue el de **24 Horas**, que utilizó todos los recursos técnicos posibles para hacer de las notas de Zedillo las mejores, y que el hecho de que haya otorgado tiempos muy parejos a los tres principales candidatos, fue solo una simulación. Esto no quiere decir que los otros telediarios no hayan hecho lo propio; sin embargo, como en el caso de **Enlace**, a pesar de que se dio más énfasis al número y duración de las notas referidas a Zedillo, se cuidó su contenido con el mínimo de

adjetivizaciones y contextualizaciones. Con *Hechos*, aún cuando no llegó al grado de **24** *Horas*, sí mostró una clara tendencia por atender con mayor atención la información del priísta y descuidar la del resto de los abanderados, especialmente la de Cárdenas y Cevallos.

Hecho el análisis comparativo de los noticiarios, no queremos concluir este capítulo sin antes ilustrar la evaluación general de cada uno de ellos, para, finalmente, dar paso a nuestro último apartado, el de las *Conclusiones y Propuestas*.

V.3.1 24 Horas.

Ya señalamos anteriormente que, a nuestro juicio, la pluralidad que el noticiario mostró, dando espacio a los nueve candidatos, fue falsa, ya que en el análisis de cada rubro, advertimos la claridad de su tendencia a favorecer a Ernesto Zedillo y a su partido. Las variables que así lo prueban son: tiempo total, tiempo de voz e imagen, planos televisivos, y juicios de locutor y reportero. En lo referente al tratamiento general a los candidatos, el telediario asignó un reportero especial para cada uno de los tres principales abanderados: Cárdenas, Zedillo y Cevallos, lo que no con los restantes, a quienes se les cubrió con los corresponsales de las entidades que aquellos visitaban. Resalta el hecho de que candidatos como Cecilia Soto y Jorge González Torres hayan sido rebasados por un margen muy reducido por Cárdenas y Fernández de Cevallos (ver Gráfica correspondiente).

Otros actores que destacan por el tratamiento que dio el informativo fueron las Instancias gubernamentales, las que tenemos delimitadas con los nombres de: Autoridades Federales y el Instituto Federal Electoral. A éstas se les favoreció en las siguientes variables: Tiempo total, tiempo de voz e imagen, jerarquización de las notas y segmentos de tiempo. En contraparte, los actores relegados a un segundo término fueron las ONG's y los Consejeros ciudadanos.

Estos datos nos llevan a la siguiente conclusión:

24 horas confirmó en estas tres semanas de estudio lo que a la vista de todos ha sido una constante en su historia: su tendencia a favorecer al gobierno en turno al otorgarle espacios que le den a éste la oportunidad de legitimarse. Y con respecto al proceso electoral que nos ocupa, es claramente visible la preocupación del noticiario por destacar la figura del candidato del partido oficial por sobre la de los demás. La aparente pluralidad que mostró el telediario es falsa, si tomamos en cuenta las cifras que nos evidencian la tendenciosidad en su comportamiento. Sin embargo, aún cuando nuestras aseveraciones son contundentes, no dejamos de reconocer avances de **24 horas** con respecto a procesos electorales anteriores, y a la función social que le ocupa, a través del otorgamiento de espacio a otras voces diferentes de las oficiales.

V.3.2 Hechos.

La atención de este noticiario se centró en los abanderados del PRI, PAN y PRD; sin embargo, sólo a Ernesto Zedillo le asignó un reportero especial que cubriera todos sus actos, y con el resto fue el propio Javier Alatorre quien informó de las actividades de aquellos, aunque excepcionalmente asignó un reportero a Cárdenas y a Cevallos cuando sus giras proselistas eran en el área metropolitana o en importantes plazas de la República. Aquí cabe comentar que el 16 de agosto de 1994, en el cierre de campaña de Diego F. de Cevallos en Guanajuato, el reportaje presentado fue hecho por la cadena estadounidense de televisión TELEMUNDO, en voz de un reportero argentino; asimismo, los días 9 y 17 de ese mes, justamente en las notas relativas a Cárdenas y a Cevallos, se presentaron fallas técnicas de audio e imagen. Estos hechos nos llevan a cuestionar a la empresa Televisión Azteca sobre la seriedad con la que preparan la información de candidatos de oposición, porque casualmente dichas fallas no aparecieron en los reportes de las actividades del candidato del PRI.

En general, es pertinente afirmar que nuevamente Ernesto Zedillo es beneficiado por un noticiario de televisión con el caso que presentamos; sin embargo, hubo otro contendiente que recibió un trato preferencial y que incluso estuvo por encima de las cifras de Zedillo en el rubro de tiempo de voz e imagen. Se trata de Diego Fernández de Cevallos, a quien se distinguló con una entrevista en vivo al finalizar su cierre de campaña -el último de ellos- en la ciudad de Monterrey, N.L. (tiempo total de esa nota:

7'05", voz e imagen en esa nota: 4'30"), oportunidad que Javier Alatorre aprovechó para hacer lo propio con el líder nacional de Acción Nacional, Carlos Castillo Peraza (tiempo total en esa nota: 7'06", voz e imagen en esa nota: 6'26"), lo que llevó las cifras de este partido, muy por encima de los otros.

En lo referente a los seis candidatos restantes, en el mejor de los casos, **Hechos** sólo otorgó dos espacios.

Por último, en lo que al resto de los actores se refiere, es la fuente Otros actores la que acaparó poco más del 50 por ciento del tiempo total, hecho que es de llamar nuestra atención, si tomamos en cuenta que más del 20 por ciento de esas cifras fueron generadas por organismos empresariales, lo que duplicó los tiempos de otros grupos igualmente involucrados en el proceso, como el San Angel. A estas cifras siguieron las de instancias gubernamentales (Autoridades federales e IFE) (ver Cuadro 4 en el anexo).

Lo anterior nos permite concluir que:

Hechos repitió las tendencias de 24 Horas: su desempeño fue parcial en beneficio del candidato del PRI, Ernesto Zedillo, y del gobierno, lo que le permitió a éste promover y legitimar el proceso electoral, dejando a un lado las voces críticas.

Las únicas variantes que distinguen a **Hechos** del noticiario de Televisa, es que privilegió a un candidato y su partido, diferentes del oficial; además de que mostró un

especial interés por abrir espacios a las voces de la Iniciativa Privada, suceso que nos atrevemos a vincular con el origen del dueño de Televisión Azteca, Ricardo Salinas Pliego, quien es parte de ese grupo.

V.3.3 Enlace.

Este noticiario se abocó a cubrir básicamente los actos de campaña de Ernesto Zedillo, Diego Fernández y Cuauhtémoc Cárdenas, aunque otorgó espacios más o menos considerables a los restantes. La tendencia a beneficiar al candidato del PRI es una constante en *Enlace* en todas las variables estudiadas.

Lo que cabe resaltar es la especial atención que este informativo mostró ante el proceso, ya que a pesar de su duración -sólo 30 minutos, cuando los otros dos son de una hora-, proporcionalmente dedicó mayor tiempo de sus emisiones a éste. Otro punto a su favor es que a pesar de distinguir a las instancias gubernamentales con espacios considerables, hizo lo propio con voces críticas: por ejemplo, en el rubro ONG's fue Alianza Cívica la agrupación que más presencia tuvo en *Enlace*, además de que los Consejeros Ciudadanos encontraron un espacio importante en el noticiario, por encima del obtenido en los otros dos.

Concluimos entonces que:

Enlace favoreció con su equipo al candidato del PRI, Ernesto Zedillo, en todas las variables estudiadas.

Por otro lado, a pesar de que abrió espacios a voces críticas, diferentes de las oficiales, no dejó de privilegiar a las instancias gubernamentales que en todo momento se proclamaron por hacer de esas las elecciones más confiables y legítimas de nuestra historia; hecho que nos lleva a preguntarnos: ¿Es el gobierno el que impone esta actitud al informativo que él mismo permisiona? o ¿Es el propio noticiario el que se autocensura, y que a pesar de abrirse a voces antagonistas del gobierno, tiene como prioridad favorecer a éste?

En este espacio queremos rescatar una conclusión que nosotros pensamos comprende la dirección de cada noticiario, en lo que se entiende como su propuesta de país: **24 horas** se inclinó por el unipartidismo, al promover el matrimonio PRI-gobierno; por su parte, **Hechos** mostró una clara tendencia a preferenciar el bipartidismo PRI-PAN; y **Enlace** distinguió una propuesta más democrática con cabida a diferentes voces, pero siempre anteponiendo los intereses del gobierno.

Expuesto el análisis de nuestros resultados, queremos dejar abierta la reflexión que en este momento nos hacemos: ¿Hasta qué punto la situación en 1994 de los dueños de las empresas privadas de comunicación Televisa y Televisión Azteca -con Emilio Azcárraga Milmo y Ricardo Salinas Pliego al frente, respectivamente- influyó en el comportamiento de sus noticiarios? Los que siempre se mostraron a favor del binomio PRI-Gobierno. Además ellos han expresado en varias ocasiones; el primero su militancia priista y; el segundo su simpatía y admiración por la entonces clase

gobernante -Carlos Salinas y su equipo- (Revisar el recuento de las propiedades de los empresarios citados y sus puntos de vista sobre la Televisión y el PRI en el Capítulo IV).

Con todos los elementos presentados a lo largo del trabajo, nuestro propósito es hacer en el siguiente apartado una evaluación general de los mismos a través de su interrelación, que constituirán las conclusiones, elemento final de nuestra tesis. encontramos que una forma de privilegiar la información del Gobierno y del candidato oficial, Ernesto Zedillo, fue a través del orden y la duración de sus notas, por sobre los demás actores.

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.

1994: ¿Medios de comunicación imparciales?

A través de la observación y del análisis de cada emisión de los noticieros, nos fue posible constatar que efectivamente, tal como Buscema afirma (ver capítulo 1), la manipulación informativa en los noticieros de televisión aparece en varios niveles: desde el modelo de objetividad e interpretación que el noticiero simula ante los espectadores, a través de comentarios, como los señalados a **24 Horas** en voz de Jacobo Zabłudovsky y del reportero Guillermo Ortiz; por medio del ocultamiento de la información, que bien lo representó el rubro de Voz e imagen, en el que a través de los ejemplos pudimos constatar la preocupación de quien preparaba los reportajes por resaltar algunas partes del discurso y ocultar otras; y de la reconstrucción de la información, que comprende desde detalles estrictamente técnicos, hasta cualitativos como los que Miguel Acosta y Luz Parra señalan (ver Capítulo I), los que tuvimos oportunidad de verificar en el énfasis con el que se preparó cada nota, ejemplo que ilustramos al final del capítulo anterior. En dichas ilustraciones nos fue igualmente posible constatar la manipulación informativa por medio de la aplicación de la Agenda-setting en los noticieros, y encontramos que una forma de privilegiar la información del Gobierno y del candidato oficial, Ernesto Zedillo,

fue a través del orden y la duración de sus notas por sobre los demás actores.

Siguiendo en materia de manipulación, es de nuestro interés saber qué incita a los noticieros a seguir esta conducta.

Si bien recordamos, en el primer Capítulo señalábamos que es el gobierno, en muchos casos, el que propicia dicha distorsión de forma directa o indirecta. Pensamos que la hipótesis señalada no se aleja del estudio que nos ocupa: ya tenemos la evidencia de que los dueños de las empresas de medios de comunicación más importantes en nuestro país se han declarado abiertamente a favor de las políticas gubernamentales y, en el caso de Televisa, Emilio Azcárraga no ha vacilado en afirmar públicamente su militancia priísta (ver capítulo IV). Consideramos que aquí hay una relación de reciprocidad, de pagar muy bien los favores recibidos: en México, el gobierno es el que otorga concesiones para operar medios de comunicación, así que ¿Porqué no pensar en una actividad malintencionada de las autoridades de hacer dicha elección no bajo principios éticos, sino de conveniencia, de dar las licencias a quien él sabe no le causará problemas sino que, por el contrario, podría resultar su benefactor; y que por su parte, los afortunados agradecen tales distinciones con espacio al gobierno para que, principalmente, legitime su poder? Con esto no queremos que se interprete que necesariamente interviene directamente en las actividades de quienes poseen a los medios, queremos dejar abierta la idea de que los propios dueños son quienes promueven la autocensura y la manipulación porque finalmente les conviene la permanencia de un sistema que los beneficia.

En lo que a la televisión del Estado se refiere, específicamente Canal 11, es notable la falta de interés por parte del gobierno por inyectarle recursos y convertirla en una televisión nacional de servicio público eficaz; asimismo, es claramente visible la supeditación existente por parte de los directivos del Canal hacia las autoridades en tanto que su barra noticiosa en Enlace únicamente simula una aparente apertura que resulta una falacia, ya que no se les da espacios significativos a otros grupos diferentes del gobierno.

Por consiguiente, podemos afirmar que en el proceso electoral de 1994 los medios de comunicación estudiados manipularon la información, manteniendo a su vez una actitud parcial ante los actores: los principales de ellos, los candidatos, tuvieron un trato desigual, ya que vieron un favoritismo, algunas veces desmedido, hacia el abanderado del Partido Revolucionario Institucional, Ernesto Zedillo Ponce de León. Lo mismo ocurrió con las instancias gubernamentales, las que en todo momento resultaron beneficiadas por los telediaros, que procuraron no abrir espacios suficientes a las voces críticas, diferentes de las oficiales.

Desde nuestro punto de vista, los tres noticiarios se preocuparon siempre por proyectar una sola imagen del proceso electoral: la que el gobierno promovía, la de unas elecciones confiables, imparciales y democráticas, lo que a nuestro juicio es erróneo, ya que de la misma forma se tenía que dar cabida a quienes no estaban de acuerdo con esa posición, para que el espectador tuviera ante sí un abanico de información lo

suficientemente amplio para evaluar y decidir lo que mejor le conviniera. Ésto nos lleva a pensar en el papel que juega la televisión no sólo en los procesos electorales de un país, sino en la vida cotidiana de las sociedades: interviene como una vía eficaz entre el gobierno y la sociedad para la integración de ésta; es decir, a las autoridades no les interesa que los ciudadanos se pregunten cosas, ni mucho menos que critiquen el orden establecido y pretendan transformarlo. La información tiene como función esencial incorporar los temas y los valores del sistema social existente; los poseedores de los medios de comunicación dictan a través de su programación los temas en los que debemos pensar y la forma en que tenemos que hacerlo; ellos nos conciben como "espectadores", como receptores pasivos, incapaces de reflexionar en profundidad ni ejercer una mentalidad crítica.

Lo anterior nos lleva a una segunda conclusión: durante el proceso electoral de 1994 se violó el derecho que tenemos los mexicanos de recibir información veraz, plural, objetiva, equitativa y oportuna, por parte de quienes tienen el deber de hacerlo, lo que en nuestra Carta Magna está referido como el "Derecho a la Información" en su artículo 6o. Consecuentemente, esto impidió que dichos medios no cumplieran con su función social capital. Asimismo, concluimos que la legislación propia de los medios de comunicación en nuestro país, constituida en la Ley Federal de Radio y Televisión es, en algunos casos, letra muerta. Esto lo podemos confirmar en el hecho de que tanto el Gobierno como los que reciben concesiones no acatan lo establecido en ella, a pesar de que está

perfectamente delimitado el ordenamiento en el artículo 4o que reza así: **"...la televisión constituye una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social"**. Otro caso lo encontramos en el artículo 5o de esa misma ley, mismo que indica que: **"La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán: ... IV) Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacional."** Es obvio que con las evidencias presentadas sea posible advertir el incumplimiento de este mandato, ya que dichos informativos presentaron una visión parcial de los hechos, lo que de ninguna manera contribuye al fortalecimiento de la vida y unidad democráticas de nuestro país. Pensamos hasta cierto punto lógica dicha actitud, ya que mientras las dos partes -medios de comunicación y gobierno- se vean beneficiadas, no hay razón para que acaten las normas. De ahí que insistimos en la idea de que si alguien tiene que establecer y vigilar el cumplimiento de las leyes en materia de comunicación es la Cámara de Diputados y no Secretarías de Estado, como la de Gobernación y la de Comunicaciones y Transportes que son parte del gobierno.

¿Qué concluimos del estudio? Que los medios de comunicación electrónicos en México están caminando al ritmo que les marca el gobierno: si recordamos, durante las elecciones de 1988 no se hablaba de la necesidad de democratizar el

país y, por lo tanto, los medios no dieron apertura a voces antagonistas de las oficiales; pero en 1994 nos encontramos con el hecho de que cada vez eran más los que exigían transparencia y pluralidad, y que fueron las mismas autoridades las que adoptaron este discurso para controlarlo, para ponerle límites y no permitir un avance más allá del que él quisiera. Así, tuvimos en el proceso electoral de ese año una apertura de los medios electrónicos de comunicación -a través de sus noticiarios- hasta cierto punto simulada, porque no quisieron arriesgarse más allá de las restricciones impuestas por el gobierno; lo que de ninguna forma contribuyó a la apertura y promoción de una vida democrática en México.

Consideramos imposible un cambio mientras no tomemos conciencia de la urgencia en hacer respetar nuestras leyes, en conducirnos con honestidad, y -ésto va para los que ejercen la labor periodística- en no divorciar el binomio libertad-responsabilidad.

Por lo tanto, necesitamos una apertura en el otorgamiento de concesiones de medios de comunicación, para hacer de éstos una vía eficaz de propagación de información plural, veraz, equitativa, oportuna y objetiva -y que se entienda la objetividad, tal como M. Collon afirma, no como un sinónimo de neutralidad, sino como la procuración de una información que refleje los procesos reales, que "no

los mistifique convirtiéndolos en mitos"¹ -. Finalmente, consideramos urgente para los mexicanos un marco jurídico que garantice, ahora y siempre, la posibilidad de defender el derecho a la información, para que no sea más un privilegio del gobierno.

¹Michel Collon. Informe: ¡Ojo con los media!. España: IRU, 1995. págs. 342-343.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta Miguel y Parra Luz. Los procesos electorales en los medios de comunicación. México: AMDH-UIA, 1995.

Aisina Miguel, La construcción de la noticia. Barcelona: Paidós 1989. (Paidós-Comunicación)

Arredondo Ramírez, Pablo. Así se calló el sistema. comunicación y elecciones en 1988. México: Universidad de Guadalajara, 1989.

Bohmann, Karin, Medios de comunicación y sistemas informativos en México. México: Alianza Editorial, 1994.

COFIPE. Instituto Federal Electoral. México: IFE, 1994.

Collon, Michel, Informe: ¡Ojo con los media!, España: IRU, 1995.

Cremoux, Raúl. La Legislación Mexicana en Radio y Televisión. México: UAM, 1989.

De Moragas, Miguel. Sociología de la Comunicación de masas I, México: Gustavo Gili, 1993.

De Moragas, Miguel. Sociología de la Comunicación de masas II, México: Gustavo Gili, 1993.

De Moragas, Miguel. Sociología de la Comunicación de masas III, México: Gustavo Gili, 1993.

- De Moragas, Miguel.** Sociología de la Comunicación de masas IV. México: Gustavo Gili, 1993.
- De Moragas, Miguel.** Teorías de Comunicación , México: Gustavo Gili, 1991.
- Diccionario de Comunicación.** Varios autores, México: Nueva Imagen, 1994.
- Duverger, Maurice.** Métodos en las Ciencias sociales. Barcelona: Ariel, 1993.
- Eco Umberto,** Apocalípticos e integrados. España: Lumen, 1988.
- Eco Umberto,** Cómo se hace una tesis. España: Gedisa, 1994.
- Fernández Areal Manuel,** Introducción al derecho a la información. Barcelona : A.T.E., 1977.
- Fernández, Fátima.** Los medios de difusión masiva en México. México: Juan Pablos, 1992.
- Gómez Mont, Carmen** El desafío de los nuevos medios de comunicación en México. México: Diana, 1992.
- Gallardo Cano, Alejandro.** Curso de teorías de la comunicación, México: U.N.A.M, 1989.
- Hosti, Ole.** "Content Analysis: An Introduction"(Extracto de su obra Content Analysis for Social Sciences and Humanities, s.l.: Addison Wesley, c1969 en Morns Janowitz y paul M. Hirsch, eds. Reader in Public Opinion and Mass Communication. Third Edition. New York: The Free Press, 1981.
- Iyengar, Shanto.** Televisión y Opinión Pública. México: Gemika, 1994.
- Iyengar, Shanto y Kinder, Donald.** Información es Poder. México: Gemika, 1993.

- Krippendorff, Klaus.** Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Barcelona: ed Paidós, 1990. (paidós Comunicación, núm. 39)
- Leñero, Vicente.** Manual de periodismo. México: Ed Grijalbo, 1986.
- Michel Guillermo.** Para leer los medios. México: Trillas, 1990.
- Pascual Moncayo, Pablo, et .al.** Las elecciones de 1994. México: Cal y Arena, 1995.
- Pérez Fernández del Castillo, Germán, et. al.** La voz dos votos: un análisis crítico de las elecciones de 1994. México: Flasco y grupo editorial Porrúa, 1995.
- Pérez Espino, Efraín.** Los motivos de Televisa. México: U.N.A.M, 1991.
- Rivers, Willam y Mathews, Cleeve.** La ética en los medios de comunicación. México: Gemika, 1992.
- Roszak, Theodore.** El culto a la información. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1990.
- Sánchez Ruiz, Enrique.** La investigación de la Comunicación en México. México: Ediciones de comunicación, 1988.
- Toussaint, Florence et al.** Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado. México: La Jornada ediciones-CIICH/UNAM, 1995.
- Trejo Delabre, Raúl, et al.** Las redes de Televisa. México: Claves Latinoamericanas, 1991.
- Trejo Delabre, Raúl, et al.** Televisa el quinto poder. México: Claves Latinoamericanas, 1991.

Vilches, Lorenzo. La Televisión. Los efectos del bien y el mal. España: Paidós Comunicación, 1993.

Vilches Lorenzo. Manipulación de la Información

Televisiva. España: Paidós Comunicación, 1989.

Villanueva, Ernesto. El sistema jurídico de los medios de comunicación en México. México: Universidad Autónoma Metropolitana, 1995.

Wolf, Mauro. La investigación de la comunicación de masas. México: Paidós, 1994.

Wright, Charles. Comunicación de masas. México: Paidós Comunicación, 1993.

HEMEROGRAFÍA.

PROCESO NÚM. 861. 3 DE MAYO DE 1993

PROCESO núm. 873 26 de julio de 1993 p. 6-13.

PROCESO núm. 922 4 de Julio de 1994 p. 7-16.

La Jornada núm. 3608. 24 de septiembre de 1994, p.1,10.

Tarifas y datos de medios audiovisuales. México: Meiods publicitarios mexicanos, S.A. de C. V., junio 1994.

VIDEOGRAFÍA

Grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace del 1 al 19 de julio.

Videoteca de la Academia Mexicana de Derechos Humanos, coordinación de seguimiento de medios.

ANEXO I
GLOSARIO MÍNIMO DE TÉRMINOS.

AutFed. Autoridades Federales
APT. Alvaro Pérez Treviño
CC. Consejeros Ciudadanos
CCS. Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano
COFIPE. Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales
CSG. Cecilia Soto González
DFC. Diego Fernández de Cevallos
EZP. Ernesto Zedillo Ponce de León
FDN. Frente Democrático Nacional
IFE. Instituto Federal Electoral
JGT. Jorge González Torres
MLO. Marcela Lombardo Otero
ONG's. Organizaciones no gubernamentales
OtrosA. Otros Actores
PAN. Partido de Acción Nacional
PARM. Partido Auténtico de la Revolución Mexicana
PDM-UNO. Partido Demócrata Mexicano- UNIÓN Nacional Opositora
PFCRN. Partido del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional
PPS. Partido Popular Socialista

PRD.	Partido de la Revolución Democrática
PRI.	Partido Revolucionario Institucional
PT.	Partido del Trabajo
PEM.	Pablo Emilio Madero
PVEM.	Partido Verde Ecologista Mexicano
RAT.	Rafael Aguilar Talamantes
TRIFE.	Tribunal Federal Electoral y fiscal especial para delitos electorales

ANEXO II
CUADROS DEL ESTUDIO

Cuadro 1

Número total de notas en los noticiarios: 24 Horas, Hechos y Enlace.

	EZP	DFC	CCS	CSG	JGT	RAT	MLO	PEM	APT	Total
24 Horas	17	14	15	18	15	8	8	13	9	113
Hechos	18	16	17	2	2	1	0	2	1	59
Enlace	23	18	13	5	8	1	8	5	2	81
Total	58	48	45	23	25	10	14	20	12	253
	PRI	PAN	PRD	PT	PVEM	PFCRN	PPS	PDM	PARM	Total
24 Horas	4	2	3	0	0	1	2	0	2	14
Hechos	4	6	8	1	1	1	1	2	2	24
Enlace	3	7	5	1	1	1	1	1	1	21
Total	11	15	14	2	2	3	4	3	5	59
	IFE	CC	TRIFE	AutFed	ONG's	OtrosA	Medio	Total		
24 Horas	18	2	3	21	4	13	4	63		
Hechos	21	4	8	22	12	50	3	120		
Enlace	18	8	3	14	10	21	3	183		
Total	53	14	14	57	26	84	10	258		

Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 horas, Hechos y Enlace del 1 al 19 de agosto de 1994.

Cuadro 2

Jerarquización de las notas en 24 Horas.

24 Horas										
	EZP	DFC	CCS	CSG	JGT	RAT	MLO	PEM	APT	Total
Presentación de la emisión	1	3	1	1	1	1	1	1	1	11
Vinculación a la presentación	1	2	1	1	1	1	0	1	1	9
Sin relación con la presentación	15	9	13	14	13	6	5	11	7	93
Total	17	14	15	16	15	8	6	13	9	103
	PRI	PAN	PRD	PT	PVEM	PFCRN	PPS	PDM	PARM	Total
Presentación de la emisión	1	1	0	0	0	0	1	0	1	4
Vinculación a la presentación	1	1	1	0	0	1	1	0	1	6
Sin relación con la presentación	2	0	2	0	0	0	0	0	0	4
Total	4	2	3	0	0	1	2	0	2	14
	IFE	CC	TRIFE	AutFed	ONG's	Otros A	Medio	Total		
Presentación de la emisión	5	0	0	9	0	4	0	18		
Vinculación a la presentación	4	0	0	6	0	3	0	13		
Sin relación con la presentación	7	2	3	6	4	6	4	32		
Total	16	2	3	21	4	13	4	63		

Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 horas, Hechos y Enlace del 1 al 19 de agosto de 1994..

Cuadro 2.1

Jerarquización de las notas en el noticiario *Hechos*.

Hechos										
	EZP	DFC	CCS	CSG	JGT	RAT	MLO	PEM	APT	Total
Presentación de la emisión	2	1	1	0	0	0	0	0	0	4
Vinculación a la presentación	3	1	2	0	0	0	0	0	0	6
Sin relación con la presentación	13	14	14	2	2	1	0	2	1	49
Total	18	16	17	2	2	1	0	2	1	59
Hechos										
	PRI	PAN	PRD	PT	PVEM	PFCRN	PPS	PDM	PARM	Total
Presentación de la emisión	1	1	1	0	0	0	0	0	0	3
Vinculación a la presentación	1	1	1	0	0	0	0	0	0	3
Sin relación con la presentación	2	4	4	1	1	1	1	2	2	18
Total	4	6	6	1	1	1	1	2	2	24
Hechos										
	IFE	CC	TRIFE	AutFed	ONG's	OtrosA	Medio	Total		
Presentación de la emisión	2	0	0	2	1	9	0	14		
Vinculación a la presentación	2	1	0	3	1	5	0	12		
Sin relación con la presentación	17	3	8	17	10	38	3	94		
Total	22	4	8	22	12	50	3	120		

Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace del 1 al 19 de agosto de 1994.

Cuadro 2.2

Jerarquización de las notas en el noticiero *Enlace*.

Enlace										
	EZP	DFC	CCS	CSG	JGT	RAT	MLO	PEM	APT	Total
Presentación de la emisión	7	4	3	1	2	1	1	1	1	21
Vinculación a la presentación	8	3	3	0	1	0	0	0	0	15
Sin relación con la presentación	8	9	7	4	5	0	7	4	1	45
Total	23	16	13	5	8	1	8	5	2	81
Enlace										
	PRI	PAN	PRD	PT	PVEM	PFCRN	PPS	PDM	PARM	Total
Presentación de la emisión	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vinculación a la presentación	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2
Sin relación con la presentación	3	6	4	1	1	1	1	1	1	19
Total	3	7	5	1	1	1	1	1	1	21
Enlace										
	IFE	CC	TRIFE	Aut Fed	ONG's	OtrosA	Medio	Total		
Presentación de la emisión	4	1	1	2	0	6	1	15		
Vinculación a la presentación	4	4	1	4	1	6	1	21		
Sin relación con la presentación	8	3	1	8	9	9	1	36		
Total	16	8	3	14	10	21	3	75		

Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace del 1 al 19 de agosto de 1994.

Cuadro 3

Segmentos de tiempo en el que fueron presentadas las notas en el noticiario
24 Horas.

	EZP	DFC	CCS	CSG	JGT	RAT	MLO	PEM	APT	Total
Primeros cinco minutos	2	3	2	2	2	2	2	2	2	19
5:00 al 10:00	5	3	3	1	0	2	1	0	2	17
10:01 al 20:00	2	4	3	5	6	0	1	5	1	27
20:01 al 30:00	6	3	3	3	2	1	1	2	1	22
30:01 al 40:00	1	1	4	5	5	3	1	4	3	27
40:01 al 50:00	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
50:00 en adelante	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	17	14	15	16	15	8	6	13	9	113
	PRI	PAN	PRD	PT	PVEM	PFCRN	PPS	PDM	PARM	Total
Primeros cinco minutos	1	1	0	0	0	0	1	0	1	4
5:00 al 10:00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
10:01 al 20:00	1	1	1	0	0	0	1	0	1	4
20:01 al 30:00	1	0	0	0	0	1	0	0	0	4
30:01 al 40:00	1	0	2	0	0	0	0	0	0	1
40:01 al 50:00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
50:00 en adelante	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	4	2	3	0	0	1	2	0	2	14
	IFE	CC	TRIFE	AutFed	ONG's	OtrosA	Medio	Total		
Primeros cinco minutos	5	0	0	13	0	4	1	23		
5:00 al 10:00	4	0	0	2	1	1	1	9		
10:01 al 20:00	4	0	1	4	3	2	0	14		
20:01 al 30:00	2	1	1	2	0	4	1	11		
30:01 al 40:00	1	0	1	0	0	0	1	3		
40:01 al 50:00	0	1	0	0	0	2	0	3		
50:00 en adelante	0	0	0	0	0	0	0	0		
Total	16	2	3	21	4	13	4	63		

Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace del 1 al 19 de agosto de 1994.

Cuadro 3.1

Segmentos de tiempo en el que fueron presentadas las notas en el noticiario *Hechos*.

Hechos										
	EZP	DFC	CCS	CSG	JGT	RAT	MLO	PEM	APT	Total
Primeros cinco minutos	3	2	2	0	0	0	0	0	0	7
5:00 al 10:00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10:01 al 20:00	6	3	3	0	0	0	0	0	1	12
20:01 al 30:00	7	7	8	1	1	1	0	2	0	28
30:01 al 40:00	2	4	4	1	1	0	0	0	0	12
40:01 al 50:00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
50:00 en adelante	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	18	16	17	2	2	1	0	2	1	59
	PRI	PAN	PRD	PT	PVEM	PFCRN	PPS	PDM	PARM	Total
Primeros cinco minutos	2	2	2	0	0	0	0	0	0	8
5:00 al 10:00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10:01 al 20:00	1	1	1	0	0	0	0	1	1	4
20:01 al 30:00	0	2	3	1	1	1	1	1	1	10
30:01 al 40:00	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3
40:01 al 50:00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
50:00 en adelante	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	4	6	6	1	1	1	1	2	2	24
	IFE	CC	TRIFE	AutFed	ONG's	OtrosA	Medio	Total		
Primeros cinco minutos	3	1	0	5	3	15	0	27		
5:00 al 10:00	6	1	2	3	0	18	0	20		
10:01 al 20:00	5	1	0	8	5	9	1	27		
20:01 al 30:00	3	1	3	7	2	10	2	28		
30:01 al 40:00	2	0	2	0	1	5	0	10		
40:01 al 50:00	2	0	1	1	1	3	0	8		
50:00 en adelante	0	0	0	0	0	0	0	0		
Total	21	4	6	22	12	50	3	120		

Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace del 1 al 19 de agosto de 1994.

Cuadro 3.2

Segmentos de tiempo en el qua fueron presentadas las notas en el noticiario *Enlace*.

Enlace										
	EZP	DFC	CCS	CSG	JGT	RAT	MLO	PEM	APT	Total
Primeros cinco minutos	7	4	3	1	2	1	1	1	1	21
5:00 al 10:00	1	0	1	1	0	0	1	0	0	4
10:01 al 20:00	13	10	7	3	5	0	4	3	0	45
20:01 al 30:00	2	2	2	0	1	0	2	1	0	10
30:01 al 40:00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
40:01 al 50:00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
50:00 en adelante	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	23	16	13	5	8	1	8	5	1	80
Enlace										
	PRI	PAN	PRD	PT	PVEM	PFCRN	PPS	PDM	PARM	Total
Primeros cinco minutos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
5:00 al 10:00	0	2	1	0	0	0	0	0	0	3
10:01 al 20:00	2	4	3	0	0	0	0	0	0	9
20:01 al 30:00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30:01 al 40:00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
40:01 al 50:00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
50:00 en adelante	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	3	7	5	1	1	1	1	1	1	21
Enlace										
	IFE	CC	TRIFE	AutFed	ONG's	OtrosA	Medio	Total		
Primeros cinco minutos	6	1	1	7	0	12	1	28		
5:00 al 10:00	5	3	0	2	4	2	0	16		
10:01 al 20:00	5	4	2	5	6	6	1	44		
20:01 al 30:00	0	0	0	0	0	1	1	2		
30:01 al 40:00	0	0	0	0	0	0	0	0		
40:01 al 50:00	0	0	0	0	0	0	0	0		
50:00 en adelante	0	0	0	0	0	0	0	0		
Total	16	8	3	14	10	21	3	75		

Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace del 1 al 19 de agosto de 1994.

Cuadro 5.1

Tiempos por día para los candidatos presidenciales del PRI, PAN y PRD, del 1 al 17 de agosto de 1994 en los tres noticieros estudiados.

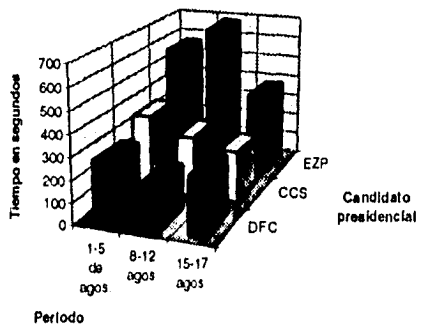
24 Horas	1	2	3	4	5	Total	8	9	10	11	12	Total	15	16	17	Total
EZP	01'28"	01'28"	01'53"	02'37"	01'58"	09'24"	03'18"	02'00"	02'24"	01'50"	01'49"	11'21"	01'39"	02'11"	02'25"	06'15"
DIFC	00'58"	00'00"	01'29"	01'10"	00'56"	04'33"	01'01"	00'00"	00'00"	00'00"	02'20"	03'21"	01'32"	00'57"	01'53"	04'22"
CCS	01'04"	01'07"	01'11"	01'16"	01'15"	05'53"	01'31"	01'02"	00'53"	01'23"	01'17"	04'35"	01'17"	00'58"	01'35"	03'50"
Hechos	1	2	3	4	5	Total	8	9	10	11	12	Total	15	16	17	Total
EZP	01'18"	02'00"	02'20"	02'32"	02'25"	10'35"	03'01"	02'21"	02'52"	01'39"	01'23"	11'16"	01'42"	02'18"	03'35"	07'35"
DIFC	00'53"	01'26"	01'15"	01'26"	01'11"	06'11"	01'26"	01'00"	01'52"	01'20"	00'42"	06'20"	00'36"	01'26"	07'05"	09'07"
CCS	00'57"	02'40"	00'54"	00'47"	01'12"	06'30"	01'02"	01'08"	01'47"	01'09"	01'40"	06'47"	00'45"	01'16"	01'22"	03'43"
Enlace	1	2	3	4	5	Total	8	9	10	11	12	Total	15	16	17	Total
EZP	02'03"	02'05"	01'59"	02'56"	01'44"	10'47"	01'40"	01'50"	02'51"	02'31"	02'28"	11'20"	02'33"	02'28"	02'59"	08'00"
DIFC	00'28"	00'00"	01'32"	00'33"	01'55"	04'28"	00'36"	02'10"	02'22"	00'28"	00'00"	05'16"	02'50"	03'10"	01'21"	07'21"
CCS	02'29"	01'42"	00'00"	00'28"	00'00"	04'39"	02'33"	00'00"	02'04"	01'42"	01'57"	08'16"	00'00"	02'48"	01'50"	04'38"

* Suma de más de una nota

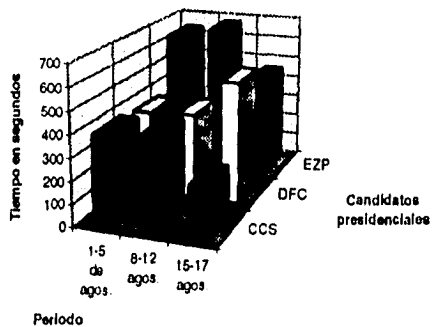
** Se omitió la suma del tiempo de las presentaciones de la emisión.

Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 horas. Hechos y Enlace.

Gráfica 25. Tiempo en segundos por semana para los candidatos presidenciales del PRI, PAN y PRD en 24 Horas

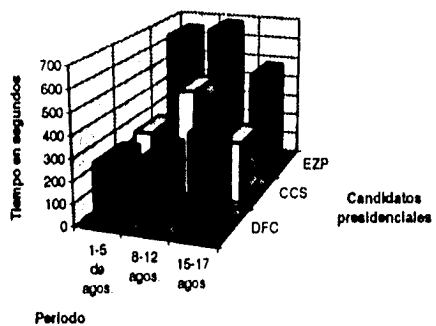


Gráfica 26. Tiempo en segundos por semana para los candidatos presidenciales del PRI, PAN y PRD en Hechos



Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace

Gráfica 27. Tiempo en segundos por semana para los candidatos presidenciales del PRI, PAN y PRD en Enlace



Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace

Cuadro 5

Tiempo de voz e imagen en los noticiarios 24 Horas, Hechos y Enlace.

	EZP	DFC	CCS	CSG	JGT	RAT	MLO	PEM	APT	Total
24 horas	10'25"	06'44"	05'58"	02'31"	04'23"	02'00"	01'22"	02'40"	01'48"	37'49"
Hechos	09'10"	11'52"	08'52"	00'00"	01'04"	00'00"	00'00"	00'38"	00'00"	29'38"
Enlace	10'13"	07'42"	05'29"	00'35"	02'02"	00'00"	02'29"	01'00"	00'09"	29'39"
Total	29'48"	26'18"	18'17"	03'06"	07'29"	02'00"	03'51"	04'18"	01'57"	1h37'04"
	PRI	PAN	PRD	PT	PVEM	PFCRN	PPS	PDM	PARM	Total
24 Horas	00'57"	00'23"	00'13"	00'00"	00'00"	00'00"	00'23"	00'00"	00'23"	02'18"
Hechos	01'10"	06'23"	02'14"	00'00"	00'00"	00'00"	00'00"	00'00"	00'43"	10'30"
Enlace	01'00"	01'28"	01'22"	00'00"	00'00"	00'00"	00'00"	00'00"	00'00"	03'50"
Total	03'07"	08'14"	03'49"	00'00"	00'00"	00'00"	00'23"	00'00"	01'06"	18'39"
	IFE	Conse	TRIFE	AutFed	ONG's	OtrasAct	Medio	Total		
24 Horas	36'37"	04'08"	03'13"	31'20"	02'49"	24'32"	04'06"	1h46'45"		
Hechos	24'24"	02'38"	11'49"	25'43"	22'43"	1h33'21"	02'28"	3h03'06"		
Enlace	15'01"	06'27"	02'33"	08'40"	11'11"	23'42"	04'00"	1h11'34"		
Total	1h16'02"	13'13"	17'35"	1h05'43"	36'43"	2h21'35"	10'34"	6h01'25"		

Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace del 1 al 19 de agosto de 1994.

Cuadro 6

Características de las notas presentadas en el noticiario **24 Horas**.

24 Horas	EZP	DFC	CCS	CSG	JGT	RAT	MLO	PEM	APT	Total
Voz e imagen	14	8	12	13	13	6	4	9	5	84
Cita e imagen	3	5	3	2	2	2	2	4	4	27
Solo voz	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Solo imagen	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Solo cita	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	17	14	15	18	15	8	6	13	9	113
	PRI	PAN	PRD	PT	PVEM	PFCRN	PPS	PDM	PARM	Total
Voz e imagen	2	1	0	0	0	0	1	0	1	5
Cita e imagen	2	1	1	0	0	0	1	0	1	6
Solo voz	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Solo imagen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Solo cita	0	0	2	0	0	1	0	0	0	3
Total	4	2	3	0	0	1	2	0	2	14
	IFE	CC	TRIFE	AutFed	ONG's	OtrosA	Medio	Total		
Voz e imagen	5	2	2	11	2	8	4	34		
Cita e imagen	10	0	1	8	2	5	0	26		
Solo voz	0	0	0	0	0	0	0	0		
Solo imagen	1	0	0	1	0	0	0	2		
Solo cita	0	0	0	1	0	0	0	1		
Total	16	2	3	21	4	13	4	63		

Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace del 1 al 19 de agosto de 1994.

Cuadro 6.1

Características de las notas presentadas en el noticiario *Hechos*.

Hechos	EZP	DFC	CCS	CSG	JGT	RAT	MLO	PEM	APT	Total
Voz e Imagen	13	11	11	0	2	0	0	1	0	38
Cita e Imagen	2	3	3	2	0	1	0	0	1	12
Solo voz	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Solo Imagen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Solo cita	3	2	3	0	0	0	0	0	0	9
Total	18	16	17	2	2	1	0	1	1	59
	PRI	PAN	PRD	PT	PVEM	PFCRM	PPS	PDM	PARM	Total
Voz e Imagen	2	4	3	0	0	0	0	0	1	10
Cita e Imagen	1	1	2	1	1	1	1	2	1	11
Solo voz	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Solo Imagen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Solo cita	1	1	1	0	0	0	0	0	0	3
Total	4	6	8	1	1	1	1	2	2	24
	IFÉ	CC	TRIFE	AutFac	ONG's	OtrosA	Medi	Total		
Voz e Imagen	9	4	5	14	8	36	3	79		
Cita e Imagen	3	0	3	0	0	2	0	8		
Solo voz	0	0	0	0	0	0	0	0		
Solo Imagen	0	0	0	0	0	0	0	0		
Solo cita	9	0	0	8	4	12	0	33		
Total	21	4	8	22	12	50	3	120		

Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace del 1 al 19 de agosto de 1994.

Cuadro 6.2

Características de las notas presentadas en el noticiero *Enlace*.

Enlace										
	EZP	DFC	CCS	CSG	JGT	RAT	MLO	PEM	APT	Total
Voz e imagen	14	8	8	1	4	0	5	2	1	43
Cita e imagen	9	8	5	4	4	1	3	3	1	38
Solo voz	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Solo imagen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Solo cita	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	23	18	13	5	8	1	8	5	2	81
Enlace										
	PRI	PAN	PRD	PT	PVEM	PFCRN	PPS	PDM	PARM	Total
Voz e imagen	2	3	3	0	0	0	0	0	0	8
Cita e imagen	1	4	2	1	1	1	1	1	1	13
Solo voz	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Solo imagen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Solo cita	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	3	7	5	1	1	1	1	1	1	21
Enlace										
	IFE	CC	TRIFE	AutFed	ONG's	OtrosA	Medio	Total		
Voz e imagen	3	6	1	5	8	12	2	37		
Cita e imagen	13	2	2	9	2	9	1	38		
Solo voz	0	0	0	0	0	0	0	0		
Solo imagen	0	0	0	0	0	0	0	0		
Solo cita	0	0	0	0	0	0	0	0		
Total	16	8	3	14	10	21	3	75		

Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 horas, Hechos y Enlace del 1 al 19 de agosto de 1994.

Cuadro 7

Juicios de locutor y reportero en el noticiario **24 Horas**.

	EZP	F	CCS	CSG	JGT	RAT	MLO	PEM	APT	Total
24 Horas										
Juicios positivos	13	1	0	0	0	0	0	0	0	14
Juicios negativos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Juicios pos y neg	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ausencia de jul	13	17	18	13	18	9	7	18	12	123
No hay loc o rep	8	11	12	13	12	7	5	10	6	84
Total	34	29	30	26	30	18	12	28	18	221
	PRI	A	PRD	PT	PVEM	PFCRN	PPS	PDM	PARM	Total
Juicios positivos	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Juicios negativos	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Juicios pos y neg	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ausencia de juicios	5	3	2	0	0	2	2	0	3	17
No hay loc o rep	2	1	3	0	0	1	1	0	1	9
Total	8	4	6	0	0	3	3	0	4	28
	IFE	CC	TRIFE	AutFac	ONG's	OtrosA	Medio	Total		
Juicios positivos	0	0	0	0	0	1	0	1		
Juicios negativos	0	0	0	0	0	0	0	0		
Juicios pos y neg	0	0	0	0	0	0	0	0		
Ausencia de juicios	21	2	5	30	7	18	4	87		
No hay loc o rep	11	2	1	12	1	7	4	38		
Total	32	4	6	42	8	26	8	126		

Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechso y Enlace del 1 al 19 de agosto de 1994.

Cuadro 7.1

Juicios de locutor y reportero en el noticiero *Hechos*.

Hechos	EZP	DFC	CCS	CSG	JGT	RAT	MLO	PEM	APT	Total
Juicios positivos	7	0	0	0	0	0	0	0	0	7
Juicios negativos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Juicios pos y neg	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ausencia de jul	22	19	23	2	2	1	0	2	2	73
No hay loc o rep	7	13	11	2	2	1	0	1	0	37
Total	36	32	34	4	4	2	0	3	0	117
	PRI	PAN	PRD	PT	PVEM	PFCRN	PPS	PDM	PARM	Total
Juicios positivos	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Juicios negativos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Juicios pos y neg	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ausencia de juicios	7	8	10	2	2	2	2	3	4	40
No hay loc o rep	1	3	2	0	0	0	0	1	0	7
Total	8	12	12	2	2	2	2	4	4	48
	IFE	CC	TRIFE	AutFed	ONG's	OtrosA	Medio	Total		
Juicios positivos	1	0	1	2	0	9	1	1		
Juicios negativos	1	0	0	0	0	1	0	0		
Juicios pos y neg	0	0	0	0	0	0	0	0		
Ausencia de juicios	14	13	13	32	18	71	3	157		
No hay loc o rep	10	2	2	10	6	19	2	51		
Total	26	8	16	44	24	100	6	224		

Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace del 1 al 19 de agosto de 1994.

Cuadro 7.2

Juicios de locutor y reportero en el noticiario *Enlace*.

Enlace	EZP	DFC	CCS	CSG	JGT	RAT	MLO	PEM	APT	Total
Juicios positivos	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Juicios negativos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Juicios pos y neg	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ausencia de jui	35	23	22	5	8	1	8	5	2	109
No hay loc o rep	9	9	4	5	5	1	8	5	2	48
Total	48	32	13	10	13	2	16	10	4	159
	PRI	PAN	PRD	PT	PVEM	PFCRN	PPS	PDM	PARM	Total
Juicios positivos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Juicios negativos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Juicios pos y neg	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ausencia de juicios	4	10	8	1	1	1	1	1	1	28
No hay loc o rep	2	4	2	1	1	1	1	1	1	14
Total	6	14	10	2	2	2	2	2	2	42
	IFE	CC	TRIFE	AutFed	ONG's	OtrosA	Medio	Total		
Juicios positivos		0	0	0	0	0	0	0		
Juicios negativos		0	0	0	0	0	0	0		
Juicios pos y neg		0	0	0	0	0	1	1		
Ausencia de juicios	20	13	4	17	28	33	5	118		
No hay loc o rep	12	3	2	11	4	9	2	43		
Total	32	16	6	28	30	42	8	162		

Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace del 1 al 19 de agosto de 1994.

Cuadro 8

Planos televisivos utilizados en los noticiarios 24Horas, Hechos y Enlace.

24 Horas	EZP	DFC	CCS	CSG	JGT	RAT	MLO	PEM	APT	Total
Toma aerea	8	0	0	0	0	0	0	0	0	6
Toma panoramica	11	3	1	4	0	1	0	0	0	20
Toma de pequeno conjunto	11	5	8	8	5	4	4	4	1	48
Medio acercamiento	11	5	8	8	10	4	4	8	3	61
Acercamiento	11	4	10	12	11	5	5	10	6	74
Toma de detalle	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	50	17	25	32	28	14	13	22	10	209
Hechos	EZP	DFC	CCS	CSG	JGT	RAT	MLO	PEM	APT	Total
Toma aerea	4	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Toma panoramica	14	10	6	0	0	0	0	1	0	31
Toma de pequeno conjunto	15	14	13	0	2	0	0	1	1	48
Medio acercamiento	15	14	14	0	2	0	0	1	1	49
Acercamiento	9	8	6	1	1	1	0	0	1	25
Toma de detalle	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Total	57	44	39	2	5	2	0	3	3	155
Enlace	EZP	DFC	CCS	CSG	JGT	RAT	MLO	PEM	APT	Total
Toma aerea	4	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Toma panoramica	18	8	8	0	1	0	0	0	0	33
Toma de pequeno conjunto	18	7	8	0	2	0	1	0	0	34
Medio acercamiento	18	9	9	0	3	0	1	0	0	38
Acercamiento	13	9	7	1	5	0	7	4	1	47
Toma de detalle	0	0	0	4	0	0	0	0	0	4
Total	65	33	32	5	11	0	9	4	1	160

Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24Horas, Hechos y Enlace del 1 al 19 de agosto de 1994.

Cuadro 9

Tiempo total y de voz e imagen en los tres noticiarios para los candidatos, partidos políticos y el resto de los actores.

	Candidatos	Partidos Políticos	Resto de los Actores	Total
24 Horas	1h 57' 19"	05' 57"	1h 46' 45"	3h 50' 01"
Hechos	1h 22' 13"	24' 59"	3h 03' 06"	4h 50' 18"
Enlace	1h 28' 42"	12' 21"	1h 11' 34"	2h 52' 37"
Total	4h 48' 14"	43' 17"	6h 01' 25"	11h 32' 56"
	Candidatos	Partidos Políticos	Resto de los Actores	Total
24 Horas	37' 49"	02' 19"	57' 00"	1h 37' 08"
Hechos	29' 36"	10' 30"	1h 08' 13"	1h 48' 19"
Enlace	29' 39"	03' 50"	21' 08"	54' 34"
Total	4h 48' 14"	43' 17"	6h 01' 25"	4h 18' 01"

Fuente: Monitoreo realizado por los autores a grabaciones de 24 Horas, Hechos y Enlace del 1 al 19 de agosto de 1994.

ANEXO III
MANUAL DE CÓDIGOS
HOJA DE VACIADO DE DATOS
HOJAS DE CAPTURA

MANUAL DE CODIGO
ELECCIONES FEDERALES DE 1994

V	HOJA	COLUMNA	CODIGO	DESCRIPCION
V1	1	1-4		Número de registro
V2	1	5-8		Fecha de la nota
		5-6		Mes
		7-8		Día
V3	1	9		Nombre de la fuente
			1	24 Horas
			2	Hechos
			3	Enlace
V4	1	10-11		Número de aparición de la nota en el día
V5	1	12		Jerarquización de la nota
			1	Presentada en el resumen introductorio
			2	Vinculada con el resumen introductorio
			3	Sin relación con el resumen introductorio
V6	1	13		Segmento de tiempo en que apareció la nota
			1	Primeros cinco minutos
			2	Del minuto cinco al diez
			3	Del minuto diez al veinte
			4	Del minuto veinte al treinta
			5	Del minuto treinta al cuarenta
			6	Del minuto cuarenta al cincuenta
			7	Del minuto cincuenta en adelante
V7	1	14-17		Duración de la nota
		14-15		Minutos
		16-17		Segundos
				Características de la nota
V8A	1	18	1	Voz del locutor
V8B	1	19	2	Voz del reportero
V8C	1	20	3	Imagen transmisión directa
V8D	1	21	4	Imagen grabada
V8E	1	22	5	Imagen de archivo
V9	1	23		Tipo de nota
			1	Nota de presentación o "cabecera"
			2	Informativa
			3	Entrevista en el estudio
			4	Otro tipo de entrevista
			5	Editorial
			6	Comentario
			7	Otros
		24		Planos televisivos utilizados durante la nota
V10A	1	25	1	Toma aérea
V10B	1	26	2	Toma panorámica
V10C	1	27	3	Plano de pequeño conjunto
V10D	1	28	4	Medio acercamiento
V10E	1	29	5	Acercamiento
V10F	1	30	6	Toma de detalle

V	HOLLA	COLUMNA	CODIGO	DESCRIPCION
V11	1	31		Autor de la nota
			1	Reportero
			2	Locutor
			3	Comentarista
V12	1	32		Evaluación de lo afirmado por el locutor
			1	Presencia de juicios o actitudes positivas
			2	Presencia de juicios o actitudes negativas
			3	Presencia de juicios o actitudes positivas/negativas
			4	Ausencia de juicios de valor o actitudes
			5	No hay locutor
V13	1	33		Evaluación de lo afirmado por el reportero
			6	Presencia de juicios o actitudes positivas
			7	Presencia de juicios y actitudes negativas
			8	Presencia de juicios o actitudes positivas/negativas
			9	Ausencia de juicios de valor o actitudes
			0	No hay reportero
				Fuente de la noticia
V14	1	34	1	Ernesto Zedillo
V15	1	35	2	Diego Fernández de Cevallos
V16	1	36	3	Cuauhtémoc Cárdenas Solerzano
V17	1	37	4	Cecilia Soto
V18	1	38	5	Jorge González Torres
V19	1	39	6	Rafael Aguilar Talamantes
V20	1	40	7	Marcela Lombardo
V21	1	41	8	Alvaro Pérez
V22	1	42	9	Pablo Emilio Madero
V23	1	43	0	PRI
V24	1	44	1	PAN
V25	1	45	2	PRD
V26	1	46	3	PT
V27	1	47	4	PVEM
V28	1	48	5	PFCRN
V29	1	49	6	PPS
V30	1	50	7	PARM
V31	1	51	8	PDM-UNO
V32	1	52	9	IFE
V33	1	53	0	Consejeros Ciudadanos
V34	1	54	1	TRIFE
V35	1	55	2	Otras Autoridades
V36	1	56	3	ONG's
V37	1	57	4	Otros Actores
V38	1	58	5	Medio (locutor, reportero)
				Acto proselitista realizado
V39	1	59		Tratamiento a los actores políticos
			1	Voz e imagen
			2	Cita e imagen
			3	Únicamente voz
			4	Únicamente imagen
			5	Únicamente cita

	HOJA	COLUMNA	CODIGO	DESCRIPCION
				Tendencia en el tratamiento a los actores por parte del medio
V40	1	60		Ernesto Zedillo
			1	Positiva
			2	Negativa
			3	Neutra
V41	1	61		Diego Fernández
			4	Positiva
			5	Negativa
			6	Neutra
V42	1	62		Cuauhtémoc Cárdenas
			7	Positiva
			8	Negativa
			9	Neutra
V43	1	63		Cecilia Soto
			1	Positiva
			2	Negativa
			3	Neutra
V44	1	64		Jorge González Torres
			4	Positiva
			5	Negativa
			6	Neutra
V45	1	65		Rafael Aguilar Llanusa
			7	Positiva
			8	Negativa
			9	Neutra
V46	1	66		Marcela Lombardo
			1	Positiva
			2	Negativa
			3	Neutra
V47	1	67		Alvaro Pérez
			4	Positiva
			5	Negativa
			6	Neutra
V48	1	68		Pablo Emilio Mader
			7	Positiva
			8	Negativa
			9	Neutra
V49	1	69		PRI
			1	Positiva
			2	Negativa
			3	Neutra
V50	1	70		PAN
			4	Positiva
			5	Negativa
			6	Neutra

	HOJA	COLUMNA	CODIGO	DESCRIPCION
V51	1	71		PRD
			7	Positiva
			8	Negativa
			9	Neutra
V52	1	72		PE
			1	Positiva
			2	Negativa
			3	Neutra
V53	1	73		PVEM
			4	Positiva
			5	Negativa
			6	Neutra
V54	1	74		PFORN
			7	Positiva
			8	Negativa
			9	Neutra
V55	1	75		PPS
			1	Positiva
			2	Negativa
			3	Neutra
V56	1	76		PARM
			4	Positiva
			5	Negativa
			6	Neutra
V57	1	77		PDM-UNO
			7	Positiva
			8	Negativa
			9	Neutra
V58	1	78		IFE
			1	Positiva
			2	Negativa
			3	Neutra
V59	1	79		Consejeros Ciudadanos
			4	Positiva
			5	Negativa
			6	Neutra
NHC	1	80	1	FIN HOJA DE CAPTURAS
VI	2	1-4		Número de registro
V60	2	5		TRIFE
			7	Positiva
			8	Negativa
			9	Neutra
V61	2	6		Otras Autoridades
			1	Positiva
			2	Negativa
			3	Neutra
V62	2	7		ONG's
			4	Positiva
			5	Negativa
			6	Neutra

HOJA	COLUMNA	CODIGO	DESCRIPCION
V63	2	8	Otros Actores
		7	Positiva
		8	Negativa
		9	Neutra
			Interacción entre actores
V64	2	9	1 Autología de Zedillo como opción política
V65	2	10	2 Autología de la oposición
V66	2	11	3 Autología de las autoridades electorales
V67	2	12	4 Elogio/apoyo al PRI
V68	2	13	5 Elogio/apoyo a las Autoridades electorales
V69	2	14	6 Elogio/apoyo a la oposición
V70	2	15	7 Autocrítica del PRI
V71	2	16	8 Autocrítica de la oposición
V72	2	17	9 Autocrítica de las autoridades electorales
V73	2	18	0 Crítica al gobierno
V74	2	19	1 Crítica al PRI
V75	2	20	2 Crítica a la Oposición
V76	2	21	3 Crítica entre la Oposición
V77	2	22	4 Crítica a las autoridades electorales
V78	2	23	5 Debate entre actores
V79	2	24	6 Respuesta o defensa del actor aliado
V80	2	25-28	Tiempo de voz e imagen
NHC	2	80	2 FIN DE HOJA DE CAPTURA 2

ANÁLISIS DE CONTENIDO SOBRE LAS ELECCIONES DE 1994
HOJA DE TEMAS

NOTICARIO: 24 HORAS

NUMERO DE HOJA: 01

Hora y minuto de inicio	Temas y características de la noticia (tema, título, autor, canal, programa)	Tiempo total	Tiempo por hora
08:10"	UN ERRO DEL PSD EN ARIELIA INTENTA ACE DER A F0Z DE CEVALLOS (ZABUDOVSKY)	00:51"	
08:42"	ZEDILLO PRESENTARÁ SU ESPERADO DISCURSO EN MATERIA POLITICA Y DEMOCRATICA (ZABUDOVSKY)	00:19"	
08:51"	ZEDILLO DINO EN IZTAPALAPA QUE PRESERVARÁ LOS DERECHOS LABORALES (MIGUEL ÁNGEL EN IZTAPALAPA Y TLAHUACAPULTEPEC)	01:53"	00:47"
09:04"	LA CONTENDIA POR LA PRESIDENCIA DEBE SER POLITICA (FERNÁNDEZ DE CEVALLOS)	01:29"	00:47"
12:25"	"HAY INTERESES PATRIALES QUE INTENTAN IMBIBIR EL PROCESO ELECTORAL" (MARCOS LUMBA)	00:51"	00:29"
15:21"	"TENGO CONFIANZA EN EL JUICIO DE LA DEMOCRACIA LA CUAL PARTICIPARÁ EN LA VOLENCIA (MIGUEL ÁNGEL)	01:11"	00:20"
14:31"	¿QUÉ PASÓ EL DÍA DEL AÑO EL SÍMBOLO? (TREVINO)	00:31"	00:19"
15:00"	"SE DEBE OSMIR A TORNARLOS POR INTERESES LOS A INDICENAS" (TREVINO Y MARRERO)	00:51"	
15:58"	LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ME HAN BENEFI- CIADO (SOTO)	00:35"	00:19"
16:32"	CONZALET TERRES ES UN CARICATURISTA	00:44"	00:15"
19:43"	ENTREVISTA VÍA TELEFÓNICA A CEVALLOS, DESDE DE LA AGRESIÓN POR PARTE DE SUBIESTOS PERREÑISTAS	01:54"	01:44"
21:39"	ZABUDOVSKY COMENTA: "SE DEBEN DAR ARIELIA MÉTOS NO AGRESIÓN EN ESTA ÚLTIMA CIA- PA DE LAS CAMPAÑAS"	00:13"	
13:56"	TEMPERAMENTOS DE LA IGLESIA SE REFLEJA EN EL PROCESO ELECTORAL	01:11"	00:17"

