

32  
29



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
"ACATLAN"

EL UNIVERSAL EN EL SEXENIO SALINISTA



TESIS PROFESIONAL  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADA EN PERIODISMO Y  
COMUNICACION COLECTIVA  
P R E S E N T A :  
ERICKA LOPEZ SANCHEZ



ACATLAN, EDO. DE MEXICO

1998.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

263300



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.

Gracias a la maestra **Virginia Medina** por el interés hacia este trabajo, por las muchas horas invertidas en leerlo y otras tantas en corregirlo para obtener un producto digno.

Al profesor **Leopoldo Cano**: aun después de compartir tres semestres sus conocimientos, tuvo la paciencia de brindarme toda su disposición y orientación en la recopilación y análisis de la información.

Agradezco profundamente a una de las personas que más ha creído en mi: **Rubén Laguna**, gracias por el valioso tiempo que le dedicaste a este trabajo, en su diseño, por los alientos dados en las horas de angustia, por la plena disposición de cedermme tu herramienta de trabajo, por ser mi amigo y maestro.

A mi maestra y amiga **Yolanda Aquino**, dedico este trabajo, porque su esencia representa en mi vida unos ojos lúcidos en medio de una ceguera blanca...

A mi madre: La calidad de tu presencia en mi vida me ha formado como ser humano, como profesionista, como mujer y me ha dotado de un valor intransferible: **dignidad**.

A mis hermanos: sin ellos esta primera culminación profesional hubiera sido muy difícil, gracias por su cariño y por el valioso ejemplo de lucha constante que me han dado.

**Hansi**: Porque tu llegada vino alegrar nuestros corazones...

Los gobiernos fuertes son los que no temen la verdad,  
y los amigos de esos gobiernos son los que saben decirla.

*Justo Sierra*

# Índice

<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>9</b>
<b>1. HISTORIA RECIENTE DE EL UNIVERSAL (1988-1994)</b>	<b>13</b>
<b>1.1. Fortalecimiento Económico y Diseño de la Política Editorial</b>	<b>17</b>
1.1.1. Estructura del área administrativa.	17
1.1.2. Estructura editorial.	23
1.1.3. El Despegue tecnológico y fortalecimiento editorial.	28
<b>1.2. Principales objetivos de los lineamientos editoriales</b>	<b>41</b>
<b>2. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL RÉGIMEN SALINISTA</b>	<b>45</b>
<b>2.1. Estructura interna de la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia de la República durante el régimen salinista</b>	<b>47</b>
<b>2.2. Objetivos y Estrategias de las Políticas de Comunicación Social</b>	<b>51</b>
<b>2.3. La popularidad de Carlos Salinas de Gortari</b>	<b>58</b>
<b>3. EL UNIVERSAL COMO MEDIO INFORMATIVO Y COMO EMPRESA PERIODÍSTICA DURANTE EL RÉGIMEN SALINISTA</b>	<b>73</b>
<b>3.1. Análisis de la política editorial de El Universal ante los diferentes hechos políticos económicos y sociales de 1988-1994</b>	<b>73</b>
3.1.2. Comicios electorales en Baja California, Chihuahua y Guanajuato	82
3.1.3. Privatización de la Banca y TELMEX	89
3.1.4. Aprobación del TLC.	94
3.1.5. Discursos de Carlos Salinas de Gortari en relación a los medios masivos de comunicación.	101
<b>3.2. La imagen salinista desde la perspectiva de El Universal</b>	<b>109</b>
<b>3.3. El Universal como empresa</b>	<b>111</b>
3.3.1. Tiraje	116
3.3.2. Porcentaje de publicidad gubernamental y comercial	121
3.3.3. Tecnología adquirida.	123
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>131</b>

## **BIBLIOGRAFÍA GENERAL**

**Bibliografía**

**137**

**Corpus**

**138**

**Documentos inéditos**

**140**

**Video y CD-ROM**

**141**

**Entrevistas**

**142**

**143**

## Presentación

En el desarrollo histórico de la prensa, ésta ha jugado diversas posiciones con respecto a las alianzas que ha hecho en ocasiones con el poder y otras veces con la sociedad. La prensa en algunos momentos ha señalado errores graves de los gobiernos, y gracias a ese foro con el que cuentan, aquellos que critican las acciones del poder, de algún modo han incidido en sus derrocamientos. Dentro de los ejemplos más reciente, el caso Watergate, ventilado en el *Washington Post*, provocó la caída del presidente de los Estados Unidos de Norteamérica, Richard Nixon. Poniéndose de esta forma como interlocutores de la sociedad, o de un cierto sector interesado en la caída de un régimen específico. Pero también se han dado casos de diarios apegados al poder de manera incondicional, sin importar los abusos que éste cometa; y también existen casos en los que el medio adopta una postura equilibrada entre el poder y la sociedad, para construir un clima de apoyo y cordialidad. En este sentido Gerald L. McGowan afirma en su libro *Prensa y Poder, 1854-1857*, que a través de la historia esta dinámica ha llevado a la prensa a consagrarse como un fuerte intermediario que tiene la facultad de interpretar el pensamiento del poder y la opinión del público; un intermediario que puede transmitir una realidad objetiva, pero también una realidad deformada a favor o en contra del poder o del público, según sean sus fines.

El trabajo conjunto entre **prensa-poder** o las fricciones que se han dado entre éstos, han ocurrido a lo largo de toda la historia y en cualquier país del mundo. Antes de hablar sobre esta situación en México y de ubicar dentro de este marco el tema de estudio, pasemos a hacer un recorrido por algunos países de Latinoamérica en distintas épocas, para reafirmar esta aseveración:

La Habana y Santiago de Cuba, en los inicios del siglo XIX fueron relevantes focos periodísticos, en estas ciudades se concentraron los periódicos más liberales de la época; pero como es común, se vieron obligados a moderar su tono por las imposiciones de los regímenes; por ejemplo, en 1826 aparece *El Noticioso Comercial de Santiago de Cuba*, editado por Loreto Espinal; este diario padece muchas dificultades durante sus diez años de existencia, uno de esos padecimientos fue suspender sus publicaciones cuatro meses, por no poder pagar la alta fianza que se imponía a los periódicos de información general, y que en cierta forma representaba un control para frenar un excedente de información política.

En Brasil el periodismo se desarrolló un poco más tarde que en los países más poblados de habla española, como México o Perú, incluida Cuba, pues La Metrópoli prohibía todo tipo de publicaciones y ante restrictivas normas, que impedían la configuración de una prensa propia, surgieron los panfletos clandestinos con la influencia ideológica de la Revolución

Francesa. Pero la invasión de Portugal por las tropas de Napoleón en 1807, hizo que "La Casa Real Lusa" se trasladara a Brasil y esto provocó la aparición de la prensa en el país: un 10 de septiembre de 1808 comienza a editarse *La Gazeta de Rio de Janeiro*. Nació así el primer periódico y al poco tiempo aparecieron las primeras normas de censura.

En Bolivia durante la dictadura de José M. Linares en 1860, se decide suprimir las ayudas a los periódicos afines y crear un *Boletín Oficial*, La decisión reveló la penuria en que se desenvolvían los periódicos bolivianos; pero *El telégrafo*, (1858), editado por Pablo Rodríguez, declara que sin esta ayuda le hacían falta cien suscriptores más para seguir editándose y como no consiguió esos suscriptores el bisemanario cesó el 4 de febrero con el número 195, y reapareció el 8 de marzo con el número 196, tras llegar a algún tipo de acuerdo con el poder, pues en su segunda aparición se mostró claramente gubernamental.

Ecuador es otro ejemplo. En la década de los treinta del siglo pasado, estaba como dictador Juan José Flores, quien organizó su propia prensa y creó de ese modo publicaciones como *El investigador*, *El amigo del orden* y *El nueve de octubre*, todos subvencionados por el gobierno; y a los editores de los periódicos opositores los lanzó al exilio. De ahí que la prensa editada por exiliados fue una constante en el periodismo ecuatoriano de muchas décadas.

A mediados del siglo XIX, con la llegada de Balmaceda al poder en Chile, se suspenden todos los periódicos que simpatizaban con los sublevados, pero en 1891, a su caída, vuelven a editarse bajo su misma línea liberal y con menos censuras.

Durante las primeras tres décadas del presente siglo, en Perú rigió la dictadura de Augusto B. Leguía, lo cual produjo un retroceso en las libertades. Sin embargo, aquí se dio un caso muy peculiar, pues a pesar de las censuras que ejerció el régimen hacia las publicaciones críticas, dos revistas semanales de gran audiencia: *Variedades*, (1920) y *Mundial*, (1910) se publicaron durante ese mandato de manera ininterrumpida y se les permitió hacer críticas moderadas, esto, gracias a que su edición no dependía de ninguna ayuda gubernamental.

En la era somocista de Nicaragua, se creó *La prensa gráfica*, un vespertino de corte sensacionalista, ideado por Somoza para neutralizar la influencia de los dos diarios más prestigiados de ese país: *La Prensa*, (1926) y *Novedades*, (1937) y en los últimos años del somocismo se redujeron aún más las libertades de expresión. La prensa fue dura en sus acusaciones al poder cuando, tras el terremoto de 1972, los Somoza se apropian de buena parte de las ayudas internacionales para los damnificados y la reconstrucción de Managua. Anastasio Somoza impuso tres años de censura previa, 1974-1977, al diario opositor. Hubo fuertes multas en los últimos años del régimen y en 1978 el propietario del diario, Pedro Joaquín Chamorro, fue asesinado por sicarios del dictador.

Como podemos ver sólo basta con buscar un poco en la historia de la nación que sea, para encontrar ejemplos de la manera en que se han relacionado la prensa y el poder y ver que éstos no distan mucho de lo que ha ocurrido en México.

De igual forma, en nuestro país han existido gobiernos que dentro de un contexto de nula libertad de imprenta hicieron desaparecer los diarios que no comulgaban con sus acciones políticas, o que ponían en evidencia sus errores, como fue el caso de *El Sol*, en la época de Agustín de Iturbide. Este periódico apareció en su primera época entre diciembre de 1821 y mayo de 1822 —después tendría dos reapariciones más, una en 1823 y otra en 1829— con el objetivo de presentar una ruda y verdadera oposición a Iturbide. *El Sol* propugnaba por un príncipe europeo a cargo del Imperio Mexicano. Situación que no toleró Iturbide y al ser coronado lo hizo desaparecer.

En la época de Santa Anna, la prensa oficial estableció una relación de complicidad con el poder, ésta proporcionó una imagen que no correspondía a la realidad, sino a los criterios subjetivos dictados por los intereses del poder. La prensa afin a este régimen se transformó en una máquina de propaganda con el objeto de mantener a Santa Anna en el poder. No se publicaban las revueltas que se suscitaban en contra del gobierno, las fuentes de información de la prensa eran de tercera mano, es decir, no mandaban corresponsales al lugar de los hechos, sino que recibían las noticias del gobierno, de cartas particulares y del rumor popular. Con estas actitudes, esta prensa renunció a su compromiso con la verdad y se transformó en instrumento de motivación para que la fe fuera el motor esencial del sistema de relaciones entre Santa Anna, la prensa y el pueblo, siendo la propia prensa quien promovía esa fe hacia su “Alteza Serenísima”. Y para quienes esta fórmula no les surtía efecto y continuaban atentando contra Santa Anna, les aplicó el miedo. A este miedo corresponden las descripciones de los “horrores cometidos por la revolución encabezada por Juan Álvarez”, pues las voces oficiales decían que mucha gente inocente perdió la vida por seguir a “esos infames, traicioneros no sólo del gobierno sino de la paz de la nación, y quien siguiera a ese tipo se les daría el destierro e incluso la pena de muerte”. Así lo que la fe no ganó el miedo lo inspiró. Sin embargo existieron periódicos opositores que si bien, no pudieron publicar abiertamente su opinión, si guardaron silencio en señal de desacuerdo con el gobierno, tal fue el caso de *El Siglo XIX*, (1841), *El Herald*, (1853) y *Le Trait D’Union*, (1850) este último tuvo más oportunidad de denunciar cosas, porque la barrera del idioma y su limitada circulación lo protegían.

Pero las situaciones cambian al igual que los intereses y *El Siglo XIX*, opositor a ultranza de Santa Anna, al ascenso de Ignacio Comonfort a la presidencia de la República, se convirtió en portavoz oficial del gobierno y del partido moderado, lo que le valió severas críticas de su competidor *El Monitor Republicano*, (1844).

Caído el régimen de Santa Anna los periódicos conservadores, aunque derrotados, aliviados por no sentir ya el peso de la dictadura, se declaran partidarios de la libertad: *El Omnibus* con "Cien trompetas estrepitosas" y *La Verdad* por el sólo hecho de su resurrección, "*Libres como hoy nos hallamos para hablar de la verdad*".

En la época de Juárez y Lerdo la relación con la prensa adquiere otros matices, para evitar llegar a la censura, éstos optaron por una convivencia más inteligente y establecieron la modalidad de la subvención. Porfirio Díaz no pasó por alto esta estrategia y aumentó considerablemente las subvenciones a los periódicos oficiosos y favoreció con empleos y canonjías a los periodistas afines, al tiempo que organizaba el vacío oficial en torno a los disidentes. Con esto la prensa burocratizada se ocupó de sostener la filosofía oficial, identificada con los intereses de la nueva burguesía. La función de la prensa, según ellos, era la de colaborar con el gobierno con su labor de regeneración y alejar del pueblo toda idea revolucionaria.

También en la época porfirista, *La Patria*, fundada en 1877 por Ireneo Paz, como diario independiente y contrario al gobierno del general Díaz, inició su aproximación a la esfera oficial durante el mandato de Manuel González, enarblando el lema de "Industria, Paz y Progreso". Fue decididamente gobiernista al regresar Díaz al poder. Al final del porfiriato fue anticorralista.

*Le Trait D'Union* que se había mantenido como un diario opositor con Santa Anna, cambia su postura ideológica con Díaz: apoya la reelección con el fin de cuidar y acrecentar sus capitales dentro de México, pues la política económica porfirista acogió muy bien a las inversiones foráneas, principalmente las francesas.

En 1888, el gobierno tenía treinta periódicos subvencionados en la capital, que requerían para su sostenimiento, de unos cuarenta mil pesos al mes; veintisiete periódicos oficiales en los estados y casi toda la prensa del interior. *El Hijo del Ahuizote*, (1885) periódico fundado por Daniel Cabrera, de caricaturas satíricas en contra de Porfirio Díaz, que contribuyó en la formación de la conciencia revolucionaria entre el pueblo analfabeta, publicó en aquella época que, al estado mexicano le costaba sostener este aparato de propaganda oficial, tanto como a los 248 diputados y los 56 senadores federales y las 27 legislaturas locales, o sea poco más de un millón de pesos al año.

Las subvenciones a veces no resultaron y como estrategia más fina, antes de llegar a las persecuciones, confiscaciones, encarcelamientos y asesinatos de los periodistas, se limitó el número de voceadores a fin de disminuir la venta de los periódicos independientes. Sin embargo ésto tampoco surtió efecto y las acciones violentas no se hicieron esperar. En el caso de algunos periodistas encarcelados, al ser liberados estuvieron dispuestos a la

enmienda, aceptaron empleos y recompensas del gobierno a cambio de su silencio o de su apoyo. Por ejemplo *El Demócrata*, publicación hecha en su mayoría por jóvenes estudiantes fuertemente opositores, que apareció en febrero de 1893, en su reaparición en 1895 difundió que “toda oposición es estéril y altamente perjudicial a los intereses nacionales”; y a quienes de ningún modo pudo controlar el gobierno les aplicó el destierro como a Adolfo Carrillo editor de *El Correo del Lunes*, (1882).

*El Imparcial* es otro ejemplo de periódico que fue altamente beneficiado por el régimen. Apareció en 1896, dirigido por Rafael Reyes Spindola. Este diario inauguró la etapa del periodismo industrializado en México, bajo la protección oficial. Al recibir las subvenciones pagadas a varios periódicos por el gobierno, y gracias a su moderna maquinaria, pudo aumentar considerablemente el tiraje de ejemplares y venderse a un centavo. En todo momento esta publicación defendió a la clase en el poder.

Otro ejemplo de la coexistencia entre la prensa y el poder ya en el siglo XX, es el trato que estableció Álvaro Obregón con los editores de los periódicos durante su mandato, pues en un principio la mayoría fue muy hostil y lo atacaron constantemente. Sin embargo Obregón supo tolerar todos los agravios y revertir esta situación bajo el principio de su famosa frase: “no hay un general que aguante un cañonazo de cincuenta mil pesos”, que aplicado a editores y periodistas, muchos aceptaron. Los historiadores hablan de que Obregón fue el primer presidente de este siglo en “contemporizar con los reporteros de los distintos diarios en forma amigable y más abierta”.<sup>1</sup>

Por otro lado, en enero de 1925, durante la administración de Plutarco Elías Calles, don Félix Fulgencio Palavicini publicó *El Globo*, dotado de los mejores servicios internacionales, pero fracasó a los tres meses por iniciar una campaña tenaz contra el ministro de Hacienda de aquella época, Alberto J. Pani, quien veladamente amenazó a los comerciantes e industriales que daban publicidad a este diario, y éstos se vieron en la necesidad de retirarla, lo que hundió al periódico.

Cuatro años después nace *El nacional revolucionario*, (1929) que tiempo más tarde se tituló *El Nacional*, bajo la dirección de Basilio Badillo y como un diario propiedad del gobierno y por consecuencia afín al Partido Nacional Revolucionario, ahora Partido Revolucionario Institucional, situación que no le restó audiencia pese a su ideología progubernamental.

*Excélsior*, (1917) fue otro ejemplo de periódico nacional que tuvo fricciones con el poder, en la segunda mitad del siglo XX. Este diario conoció una etapa de gran prestigio en los

<sup>1</sup> REED Torres, Luis y María del Carmen RUIZ Castañeda. *El Periodismo en México: 500 años de Historia*. México. Ed. EDAMEX, 3<sup>a</sup>. ed. 1995. p.290.

años setenta (de 1968 a 1976) bajo la dirección de Julio Scherer García quien pretendió convertirlo en un diario independiente y crítico para con la gestión del presidente Luis Echeverría, lo que provocó fuertes pugnas y la salida de este editor del periódico, situación que puso en evidencia los “modestos límites” de la libertad de expresión que reinaba en el país en ese periodo presidencial.

Así, siguiendo este recorrido, donde únicamente se citan algunos de los muchos casos que han existido sobre la coexistencia y enfrentamientos entre la prensa y los gobiernos, *El Universal en el Sexenio Salinista* viene a ser una muestra más de las vinculaciones que se construyen entre la prensa y el poder en la historia reciente de nuestro país, dentro de un contexto donde se habla de una absoluta libertad de expresión, pluralidad ideológica, fortalecimiento de la democracia, nuevas formas de hacer política y justo cuando el gobierno —salinista— cuenta, como ninguna otra administración, con una excelente instrumentación de su política de comunicación social. De ahí surge la inquietud de averiguar cómo un diario de alcance nacional, con reconocido prestigio como lo es *El Universal* se relacionó con el poder, los intereses que entraron en juego de ambas partes, la forma que se comportó frente a la sociedad, las estrategias implícitas de convivencia que se establecieron durante los seis años y las retribuciones que fueron obteniendo cada uno los actores de acuerdo al rol que desempeñaron.

## Introducción

El objetivo general de este trabajo es conocer la relación prensa—poder en la historia reciente de nuestro país, saber de qué manera se construyen los lazos de acercamiento entre el medio y el gobierno, los intereses que entran en juego, cómo se establecen las pautas a seguir, quien las va marcando, y los beneficios que se obtienen. Todo esto a través de un caso concreto: el desempeño de *El Universal* como empresa y como medio informativo, en el campo periodístico nacional, durante el régimen salinista (1988-1994).

*¿Por qué elegir un ejemplo de la relación prensa—poder en el sexenio que gobernó Carlos Salinas de Gortari?* Porque precisamente con Carlos Salinas se instrumentaron las políticas de comunicación social más eficaces que haya tenido cualquier gobierno mexicano en la historia reciente, situación que lo llevó a una exitosa popularidad, apoyada en una imagen positiva en el terreno nacional e internacional. Las estrategias de comunicación inevitablemente permearon todas las estructuras del país, entre las que se hallan los medios masivos de comunicación, ya sea con una actitud crítica y demandante hacia el gobierno o de apoyo absoluto hacia éste, vieron modificadas sus formas de actuar, tanto en el ámbito informativo como en el empresarial. Y el hecho de escoger un medio impreso para este tipo de análisis se debe a que *El Universal* es el periódico más antiguo de la historia contemporánea y él que más modificaciones ha vivido. Esto nos permite observar, a su vez, la evolución que se ha dado entre las relaciones prensa-poder; y cómo se conciben éstas a finales del siglo XX, justo dentro del sexenio más polémico de los últimos años.

De todos los diarios de alcance nacional que existen en el país, se opta por *El Universal*, porque se parte del supuesto de que este periódico, se benefició más que ningún otro medio impreso de la preferencia del régimen salinista, quien lo eligió prácticamente como el principal vocero de sus acciones. Esto gracias a que contribuyó a consolidar la imagen positiva del presidente de la República a nivel nacional y su programa de gobierno, siguiendo un apego irrestricto a las estrategias de la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia de la República, con la finalidad de satisfacer sus propios intereses empresariales y de poder.

De este modo, la presente investigación reconoce la eficaz política de comunicación social de ese régimen; sus principios fundamentales, los sectores hacia los cuales se orientaron más, los mecanismos empleados y, por supuesto, las políticas que se establecieron para los

medios masivos de comunicación. Asimismo se hace un acercamiento al rol que cumplió *El Universal* en el proyecto económico salinista y la forma en que éste se reflejó en su política editorial, el cual le permitió contribuir a la sustentación de todo el aparato gubernamental, y así conocer las implicaciones que se dieron en la vida empresarial de este diario.

La naturaleza del tema hace que la parte fuerte del presente trabajo se sustente en investigación hemerográfica; de documentos oficiales de la Presidencia de la República; entrevistas testimoniales y visitas a las instalaciones de *El Universal*, para conocer su equipo tecnológico y funcionamiento. Estudiar un caso de la historia reciente implica enfrentarse a un vacío de investigaciones al respecto, donde se puedan consultar datos y posturas sobre el objeto de estudio, y con lo único que se cuenta es con información dispersa, no trabajada por especialistas en el tema, con opiniones de personas involucradas en la dinámica laboral de *El Universal* y con fuentes periodísticas en abundancia, que de ningún modo, se considera le resta seriedad al trabajo, ya que se llevó a cabo una abundante recopilación de datos, así como un riguroso análisis de los mismos, lo que evitó caer en juicios de valor; además se procuró buscar información oficial de primera mano. En ese sentido, se tuvo éxito, puesto que no sólo se contó con las publicaciones de la Unidad de Crónica de la Presidencia de la República, sino con documentos elaborados directamente por la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia de la República en este sexenio; se entrevistó a algunas personas muy cercanas al director de *El Universal*, Juan Francisco Ealy Ortiz, y con mucha experiencia dentro de este diario.

La información que se obtuvo de las entrevistas fue muy valiosa, ya que aportaron el otro lado de la historia no oficial del periódico y precisaron todas aquellas dudas sobre los movimientos en las áreas directiva y periodística, y sobre todas aquellas cuestiones que tienen que ver con el crecimiento empresarial, reflejado en la modernización del equipo tecnológico. Por tanto esta tesis es de tipo informativo, documental, con un soporte histórico que refuerza y justifica la importancia de las relaciones de poder entre los regímenes y los medios impresos en la vida política, económica y social de México.

El método empleado consistió en hacer una revisión exhaustiva diaria de la política editorial de *El Universal*, desde el 1 de diciembre de 1988, hasta el 1 de diciembre de 1994. Con la intención de hacer un registro de las secciones del periódico, de su diseño, de los cambios que se presentaron en dichas secciones, conocer si se crearon otras; de los suplementos especiales; conocer a sus articulistas más destacados, sus columnistas, caricaturistas; saber quién estaba al frente de cada sección y todo lo que tenía que ver con su política editorial.

Se cuantificó la publicidad comercial y gubernamental en líneas ágrafas, asimismo se trató de identificar, en la medida de lo posible, las notas pagadas por el gobierno o sus dependencias. Además de la selección previa que se hizo de los hechos políticos, sociales y

económicos más sobresalientes del sexenio salinista, —Reformas constitucionales a los artículos 3º, 27 y 130; comicios electorales donde ganó el PAN, Baja California, Chihuahua y Guanajuato; privatizaciones como las de la Banca y TELMEX; la aprobación del TLC y los discursos que pronunció Carlos Salinas entorno a los medios masivos de comunicación—, se revisó la postura editorial del diario frente a estos sucesos.

También se llevó un control de las modificaciones del área administrativa, los puestos que se crearon, la remoción de los directivos y las funciones de las gerencias, para ver sus implicaciones en la manera de informar del diario y en su repercusión empresarial. Al tiempo que esta consulta diaria permitió registrar las noticias que *El Universal* manejó en primera plana, como noticia de ocho columnas, las notas que publicó en relación con las acciones que emprendió como empresa periodística, sus adquisiciones tecnológicas, y la publicidad trimestral de su certificación pagada.

Posteriormente, se recabaron los estudios que existen sobre las relaciones prensa-poder en la historia de México, es decir, las primeras políticas de comunicación que se encaminaron a tratar de regular la existencia de la prensa, cómo fueron evolucionando, hasta obtener documentos oficiales de la Presidencia de la República del sexenio de Carlos Salinas. De igual forma se reunieron las publicaciones de la Unidad de Crónica de este régimen y algunas publicaciones extranjeras, que hablaron de la popularidad de Salinas, como *News week*, *El Espectador*, *Time*, entre otras; además de investigar todos los reconocimientos otorgados a este presidente, para comprobar el éxito de su imagen.

Una vez que se conoció la política editorial del periódico y las políticas de comunicación del gobierno; se entrevistaron a colaboradores de *El Universal*, para verificar los supuestos que fueron surgiendo, aclarar dudas y precisar algunos puntos, estas entrevistas aportaron más información, que enriquecieron la perspectiva más allá de lo previsto y permitieron hacer un análisis más fino del objeto de estudio.

Asimismo, se estableció un método particular para llevar a cabo el análisis comparativo del discurso que empleó Carlos Salinas para anunciar sus reformas, con el utilizado por el periódico para dar su opinión sobre estas mismas acciones y conocer así su postura editorial frente a estos hechos. Para lo cual se requirió reunir todos los editoriales que hablaron sobre los acontecimientos ya mencionados, seleccionar los párrafos más contundentes y de esos señalar las palabras o enunciados que coincidían con los conceptos que promovió la Dirección de Comunicación Social, de ese modo se recopiló la información y se presentó en cuadros, los cuales facilitaron la realización del análisis.

Por último fue necesario acudir a las instalaciones de *El Universal* para conocer su equipo tecnológico y precisar aclaraciones sobre su funcionamiento y saber por qué se le consideró en su momento, como la maquinaria más sofisticada del país y de América Latina.

La estructura temática del presente trabajo se encuentra constituida de la siguiente manera: en el primer capítulo se hace un esbozo de la historia reciente de *El Universal*, a partir de que Juan Francisco Ealy Ortiz asume la dirección general; se describe la constitución del área directiva y del área periodística; se detallan los principios de su política editorial; su despegue tecnológico y fortalecimiento editorial. Lo que permitió hacer un análisis de los objetivos de sus lineamientos editoriales.

En el segundo capítulo se habla de los antecedentes de las políticas de comunicación social en México, se explica la función de la Dirección encargada de diseñar dichas políticas, la forma en que se encuentra estructurada; se profundiza en los objetivos y estrategias de las políticas de comunicación del régimen salinista y cómo éstas lograron construir una exitosa imagen de Carlos Salinas en el ámbito nacional e internacional; en este último apartado, donde se analiza la popularidad del entonces presidente, se integran fotografías de las portadas de revistas tanto nacionales como extranjeras en donde apareció Salinas, así como muchas otras que refuerzan el texto.

En el tercer capítulo, a través de un análisis comparativo, se presenta la postura editorial de *El Universal* ante los diferentes hechos políticos, económicos y sociales más representativos del sexenio salinista: las reformas hechas a los artículos 3o, 27 y 130 constitucionales; los triunfos electorales de Acción Nacional en Baja California, Chihuahua y Guanajuato; las privatizaciones de la Banca y Teléfonos de México; la aprobación del Tratado de Libre Comercio y los discursos de Carlos Salinas en relación a los medios masivos de comunicación. El análisis mencionado permite establecer la imagen salinista que plasmó el periódico en sus páginas todos los días, durante los seis años. Aquí se describe también al periódico como empresa: las acciones empresariales que ejecutó y manejó como sucesos espectaculares; sus alianzas con otras corporaciones industriales; el comportamiento que tuvo su tiraje a lo largo de estos seis años; mediante un muestreo se presenta el porcentaje de su publicidad gubernamental y comercial; y un balance del crecimiento tecnológico que tuvo de 1988 a 1994. Finalmente este trabajo se cierra con las conclusiones en donde se integran todas las reflexiones obtenidas una vez terminada la investigación.

## 1. Historia reciente de El Universal (1988-1994)

Cada periodo presidencial trae consigo características muy específicas, pues cada elemento componente de la estructura nacional tiende a moldear los rasgos del gobierno en turno y viceversa, y esta mutua influencia dota al gobierno de un perfil propio. Es por eso que podemos hablar del cardenismo, alemanismo o salinismo. Las relaciones entre el poder en turno y los medios masivos de comunicación, también tienen características distintivas en cada periodo. Así se puede decir que los medios de comunicación masiva han tenido diferentes comportamientos en cada periodo presidencial e incluso dentro de un mismo sexenio los medios adoptan diversas posturas en su manera de informar y de relacionarse con el poder, de ahí que se les clasifique como opositores, neutros o voceros del gobierno.

Durante el régimen de Carlos Salinas de Gortari, *El Universal* no fue ajeno a ello, y acogió un proyecto basado en un fortalecimiento empresarial, de acercamiento con el gobierno, para tener un contacto más estrecho con el círculo del poder. Este diario legitimó día a día las acciones del presidente. Sin embargo ante la sociedad mexicana y la prensa internacional aparentó enarbolar un proyecto periodístico moderno, plural e independiente que a su vez le ayudó a validar su consolidación en el mercado.

En este capítulo se describirá y analizará como se entrelazó el fortalecimiento de *El Universal* a nivel directivo y la forma en que esto ayudó a delinear su política editorial.

La historia de "El Gran Diario de México", como fue denominado a partir de la dirección de Miguel Lanz Duret, se divide en tres etapas, que corresponden a las direcciones de Félix F. Palavicini 1916-1923; Lanz Duret 1923-1969 y Juan Francisco Ealy Ortiz 1969- a la fecha.

El diario nacional más antiguo de la ciudad de México, testigo directo y reflejo fiel de la conformación del México contemporáneo, nació en los umbrales del constitucionalismo y se presentó como un diario promotor de las instituciones en México. Impulsor de la paz postrevolucionaria y promotor del desarrollo industrial y comercial, desde sus orígenes contó con un fuerte apoyo financiero y tecnológico que le permitió durante muchos años, fungir como el principal competidor de su histórico rival: *Excélsior*.

Sin embargo, una década antes de la llegada de Juan Francisco Ealy Ortiz, el 23 de octubre de 1969, el periódico entró en una situación muy crítica, el crecimiento de su infraestructura fue muy incipiente por lo cual se adquirieron grandes deudas y en consecuencia el avance tecnológico se frenó. "Es conveniente señalar que la falta de correspondencia entre la aceptación de las publicaciones de esta casa editorial, y la estrategia financiera y administrativa, condujo a una gradual e irreversible obsolescencia del equipo y la maquinaria con que entonces contaba la empresa".<sup>2</sup>

Iniciada la década de los sesenta, a este gran problema, se le agregó el enfrentamiento con el sindicato. Para muchos, los conflictos sindicales fueron los obstáculos para sacar a la empresa de la crisis financiera, dichos conflictos también aumentaron cada vez más las precarias condiciones en las que subsistía la empresa editorial y a la vez evitaron por mucho tiempo la innovación en el formato del periódico, ya que el contrato laboral contenía cláusulas que impedían modificaciones, "una de las muchas 'conquistas' sindicales, consistía en que el diario no debía rebasar 22 páginas, y en caso de que así fuera se debía pagar horas extras".<sup>3</sup>

Existían seis sindicatos: Unión Linotipográfica Mexicana, Sindicato de Empleados de Periódicos, Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa y Trabajadores de Actividades Anexas y Conexas, Sindicato de Dibujantes, Sindicato de Agentes de Anuncios de la Prensa del Distrito Federal y la Unión de Trabajadores de Periódico, a los que, según decían los propios directivos era imposible controlar.

Estas confrontaciones internas, asegura el propio diario en su publicación "**Los designios del futuro. El Universal 25 años decisivos**", provocaron la pérdida de prestigio del periódico, lo que implicó de igual manera, una pérdida de clientes y el desgaste de las instalaciones y el equipo. *El Universal* se mantenía en pie gracias a su sección del "*Aviso Oportuno*" y a la publicidad de *El Universal Gráfico*.

Bajo este panorama Juan Francisco Ealy Ortiz asumió la dirección general. En su afán por restablecer el orden en esa empresa y hacerla competitiva, la administración de Ealy Ortiz se caracterizó por el impulso de tres principales medidas: 1. saneamiento económico, 2. rompimiento de las relaciones con los sindicatos, 3. la modernización de edificios y equipo.

En el camino hubo intentos fallidos por parte de los sindicatos para cerrar la empresa. El enfrentamiento se agudizó: Por un lado, intensas oposiciones a derogar las cláusulas que establecían el pago adicional en caso de que se rebasaran las 22 páginas de una edición de

<sup>2</sup> *Los designios del futuro. El Universal 25 años decisivos*. México. Ed. El Universal Compañía Periodística Nacional S.A. de C.V. 1994, p.19.

<sup>3</sup> *Ibid.*, p.28.

*El Universal* e infructuosas huelgas que se vieron apagadas por la habilidad de Ealy Ortiz, al lograr la derogación de la cláusula ya mencionada. Con lo que el **Aviso Oportuno**, incrementó sus páginas, y se pudo vender más publicidad.

Cuando estalló la última huelga, a finales de 1970, la administración creó una estrategia, que consistió en ofrecer toda clase de facilidades a aquellos empleados que no la apoyaran, para que continuaran laborando; esto a cambio de su renuncia al Sindicato y la aceptación de una nueva afiliación a otra agrupación sindical, que resultó ser incondicional a la dirección, con lo que se debilitó toda la fuerza de las agrupaciones sindicales anteriores. Y consecuentemente se incrementó el personal de confianza en un 20 por ciento.

Un nuevo conflicto se presentó en 1976 entre la empresa y los trabajadores; principalmente con los linotipistas, que se oponían rotundamente a la introducción de las computadoras. Pero ante la realidad de la modernización y el avance de la empresa los argumentos de los trabajadores fueron endebles y su movimiento se debilitó: Ealy había triunfado.

El 15 de enero de 1976 Ealy Ortiz inauguró el edificio de Iturbide 7:

“...este es el primer edificio construido especialmente para la elaboración de un periódico. Nada de lo que en él existe deja de responder a una necesidad en ese orden; nada de lo que se supone debe existir, ha dejado de ser instalado”.<sup>4</sup>

A partir de ese momento empezó la inminente renovación gradual de la tecnología de *El Universal*, que más tarde lo pondrían nuevamente a la vanguardia periodística.

El siguiente paso de la batalla modernizadora y empresarial que se propuso esta empresa editorial fue crear una política editorial plural, es así como conjuntó a una gran cantidad de articulistas de las más diversas tendencias ideológicas; uno de los primeros colaboradores que en este periodo se distinguió por su carácter crítico hacia el régimen, totalmente ajeno al pensamiento oficialista y que escribió para este proyecto en *El Universal* fue Heberto Castillo, dirigente del Movimiento Estudiantil del 68, quien desde su celda en Lecumberri enviaba sus artículos .

El reconocimiento oficial ante el avance del periódico, en esta nueva etapa, que dotó al diario de una gran influencia por su postura crítica, no se hizo esperar: el 7 de junio de 1982, Juan Francisco Ealy Ortiz recibió el Premio Nacional de Periodismo y de Información y fue declarado “**Editor del año 1981**”.

---

<sup>4</sup> *Ibid.*, p.68.

Los primeros frutos de esta renovación eran un hecho, pero las reformas debían de continuar y en ese año de elecciones presidenciales, Ealy decide enviar a un reportero con cada candidato, para cubrir su campaña, al mismo tiempo que decide que sea el propio periódico el que sufrague los gastos de éstos. Con lo cual declara —o aparenta— su independencia y reafirma su postura crítica en su línea editorial al hacer público que no aceptaría ninguna dádiva que comprometiera el tono de la información del periódico. Todo esto para demostrar que *El Universal* era independiente, como el mejor de los periódicos norteamericanos.

Paralelamente a la idea de constituirse como un diario independiente del gobierno, prosigue de manera gradual el crecimiento de su infraestructura y en octubre de 1986 Ealy inaugura el edificio de Bucareli 8. Era apenas la antesala del éxito financiero que tendría cuatro años después.

En esta etapa de reorganización *El Gran Diario de México* vivió dos periodos presidenciales, el de José López Portillo y el de Miguel de la Madrid Hurtado. Fidel Samaniego<sup>5</sup>, periodista de este diario, señala que con el primero la relación se mostró un tanto beligerante; con el segundo se dieron pequeños roces y enfrentamientos aunque el medio nunca llegó a conformarse como opositor. Sin embargo Samaniego enfatizó que con Carlos Salinas la relación se volvió muy cercana y cordial.

Con esta relación tan estrecha entre Ealy Ortiz y Carlos Salinas se produjo la cobertura de la campaña electoral de 1987. Samaniego se convirtió en el principal vínculo entre estos dos personajes, pues en *El Gran Diario de México* existe la tradición, como en la mayoría de los diarios, de que el reportero que cubre la fuente de la Secretaría donde sale el candidato sea el mismo que se vaya a la campaña. Es así, como a Fidel Samaniego, reportero de la fuente de la Secretaría de Programación y Presupuesto, le tocó cubrir la campaña electoral de Carlos Salinas.

Samaniego empezó a desarrollar crónicas con un estilo muy personal, le dio mucho color a las notas y crónicas, donde realizó el contacto del candidato con la gente, resaltó mucho las actitudes de los públicos e introdujo numerosas figuras retóricas, como analogías, metáforas, comparaciones, y otras figuras literarias, en un trabajo de creación periodística, con el que “logra romper el molde de este género”, según sus propias palabras. Y el 7 de junio de 1989, se le otorgó a este periodista el Premio Nacional de Periodismo en el “Género Crónica” y después de 12 años, exceptuando la asistencia del 7 de junio de 1982, Juan Francisco Ealy acudió a esta ceremonia, los motivos por los cuales no se presentaba

---

<sup>5</sup> Reportero de *El Universal* que cubrió los actos de Carlos Salinas desde que era Secretario de Programación y Presupuesto y que durante la campaña presidencial de 1988 empezó a desarrollar crónicas bastante atractivas acerca de las actividades de Salinas, que lo hicieron merecedor de el Premio Nacional de Periodismo en el Género Crónica en 1989 y a lo largo de todo el sexenio plasmó la historia política del entonces presidente con un toque literario.

eran tres fundamentalmente: la poca y no buena relación que tuvo con los dos presidentes anteriores; la mala organización de los editores para llevar a cabo esta celebración y la tercera, que nunca nadie de *El Universal* había ganado un premio de esta naturaleza, desde que se instituyó esta modalidad.

Tras una invitación personal del entonces secretario de Gobernación, Fernando Gutiérrez Barrios, Juan Francisco Ealy asiste a la ceremonia de premiación y a partir de ese momento, es el editor que va a más giras nacionales e internacionales en todo el sexenio: Guatemala, Cuba, Brasil, Colombia, Japón, Australia y Singapur; pagando el mismo sus gastos, hecho que señalaba en todo momento.

## **1.1. Fortalecimiento Económico y Diseño de la Política Editorial**

### **1.1.1. Estructura del área administrativa.**

Para estudiar el concepto editorial de *El Universal* en el periodo (1988-1994), resultó imprescindible hacer una revisión hemerográfica con el objeto de conocer las modificaciones de sus dos grandes áreas que lo conformaron: la directiva y la editorial; que comprendió desde el 1 de diciembre de 1988 hasta el 1 de diciembre de 1994.

En la era Ealy, y sobre todo el periodo estudiado, el área directiva se ha caracterizado por la estrecha cercanía que existe entre el director general y sus gerentes, subgerentes y subdirectores. Juan Francisco Ealy llegó a la dirección general con un grupo de amigos, compañeros de la escuela -La Bancaria Comercial-, entre los que se encuentran: Eduardo Castillo, Ignacio Ayala, José Manuel Viveros, Daniel López Barroso y Carlos Barrios. A todos ellos los ha mantenido siempre con él, en lugares estratégicos. La otra parte de su equipo de trabajo se constituye por personas que se han ganado su confianza con el paso del tiempo, entre ellos están: Fernando González de la Vega, Joffre de la Fontaine, Ariel Ramos, Gaspar Rivera Barrios, Rubén Velasco de Lira y Luis Sevillano U. Posteriormente hace que se integren más elementos. Sin embargo todos los que mencionamos anteriormente y que conforman el primer círculo, son los que toman las grandes decisiones.

Todos estos personajes se convierten en sus piezas de ajedrez y como mencionaba Fidel Samaniego, en la entrevista que se le realizó: "Ealy como el rey que detenta el poder, los sube, los baja, a veces los enfrenta; los lleva a sus otros negocios, los exilia, luego los perdona y los regresa, a otros los pone a que lleven sus papeles y dinero personal". Es decir, estos movimientos corresponden a medidas que lo conducen hacia su afianzamiento como

director general con gran poder y que se reflejan en el fortalecimiento de un área administrativa bastante espectacular y sólida, que además dió la idea de la constitución de un gran proyecto editorial.

En los siguientes cuadros se ejemplifica como se dieron las remociones en el área directiva.

**CUADRO I. CARGOS DIRECTIVOS DE EL UNIVERSAL.**

CARGO	NOMBRE	CAMBIOS	FECHA DE INGRESO Y/O CARGO	FECHA DE EGRESO
Presidente y Director General	Juan Francisco Ealy Ortiz		-	
Gerente General	Daniel López Barroso		-	
Vicepresidente	Gaspar Rivera Barrios		-	
Vicepresidente del Consejo Editorial	Luis Sevillano U.	Desaparece este puesto y Luis Sevillano U. ocupa nuevamente el cargo de Subdirector General, al reestructurarse el área editorial	8-ene-90 17-jun-92	
Subgerente General	Carlos M. Barrios	Desaparece este puesto	-	22-mayo-91
Subdirector General	Luis Sevillano U.		-	9-ene-90
	Jorge Villa Alcalá		1-feb-90	17-jun-92
	Luis Sevillano U.		17-jun-92	
Subdirector Editorial	Alfonso Maya Nava		-	
	Alfonso Maya Nava	Debido a cambios en el área editorial, se nombra a dos subdirectores más en dicha área, ratificando su puesto en la misma Alfonso Maya	17-jun-92	
	Erique Aranda Pedroza		17-jun-92	
	Roberto Rock Lechón		17-jun-92	
Coordinador General Editorial	Pedro Alvarez del Villar	Puesto de nueva creación	12-sept-89	
Gerente de Operación	Fernando González de la Vega	Desaparece el puesto	-	17-jun-92
Gerente de Relaciones Públicas	Joffre de la Fontaine		2-ene-89	28-ago-89
Gerente de Publicidad y Relaciones Públicas	Joffre de la Fontaine	El puesto se fusiona con el Gerente de Publicidad	29 ago-89	
Gerente de Publicidad	Roberto Monti G.		29 ago-89	
	Eduardo Castillo C.	Desaparece este puesto al fusionarse con la Gerencia de Relaciones Públicas	-	16-ene-89 28-ago-89
Gerente de ventas	Eduardo Castillo C.	Puesto de nueva creación	29-ago-89	16-jun-92

**CUADRO 1. CARGOS DIRECTIVOS DE EL UNIVERSAL (CONT.)**

CARGO	NOMBRE	CAMBIO	FECHA DE INGRESO	FECHA DE EGRESO
Jefe de Redacción	Mario A. Campa			4-dic-92
Jefe de Información	Emilio Viale	Deja de aparecer en el organigrama	29-agos-89	16-jun-92
Jefe de Información	Juan Rodríguez R.	Puesto de nueva creación	17-jun-92	16-nov-93
	Guillermo Valencia R.		17-jun-92	
	Guillermo Valencia R.		16-nov-93	
Subgerente Comercial	José Manuel Viveros	Únicamente queda un jefe de información	29-agos-89	1-sept-92
Gerente Adjunto	Rubén Velasco de Lira	Puesto de nueva creación	1-dic-93	
Subgerente	Rubén Velasco de Lira	Puesto de nueva creación	20-ene-93	
Consejo Editorial	David Galván Haro		8-ene-90	3-nov-93
	Luis Sevillano U.			
	Miguel Castro Ruiz			
	Gaspar Rivera Barrios			
	Francisco Cárdenas Cruz			
	Fernando González de la Vega			
	Daniel López Barroso			
	Alfonso Maya Nava			
Consejo Editorial	Joffre de la Fontaine		4-nov-93	
	Miguel Castro Ruiz			
	Agustín Barrios Gómez			
	Ángel Trinidad Ferreira			
	Franco Carreño			
	Alfonso Maya Nava			
	John Alius			
	Fidel Sarmiento			
	Juan Francisco Ealy Jr.			
	Paco Ignacio Taibo I			
Asesor Editorial	Luis Javier Soltana		5-abril-94	

El puesto de Daniel López Barroso corresponde al área editorial, sin embargo, por ser uno de sus más allegados colaboradores y por su permanencia vitalicia en el puesto, se menciona en este apartado. Él llegó a este cargo, cuando *El Universal* estaba en la ruina, y tuvo la habilidad de negociar con los trabajadores la forma del pago de su salario, que en los tiempos más difíciles se caracterizó por darles una parte en efectivo y la otra en vales. Sin embargo, su permanencia en este sitio ha frustrado las expectativas de crecimiento de los jefes del área periodística dentro de esta empresa, pues este puesto representa el máximo nivel al que pueden ellos aspirar.

Gaspar Rivera Barrios, vicepresidente de esta empresa editorial, es otro personaje a quien Ealy ha mantenido hasta la fecha inamovible en su cargo y su mayor aportación se ubica en su amplio conocimiento del derecho laboral, muy útil para los propósitos de consolidación de la empresa, frente a las demandas de los trabajadores.

Luis Sevillano U. es el hombre que tiene más historia dentro de *El Universal*, su padre trabajó en los talleres de este periódico, nunca fue reportero de excelencia, pero estuvo mucho tiempo en el área de redacción. Posteriormente Ealy lo mantenía como emergente, siempre ocupando puestos vacantes de manera temporal. El 9 enero de 1990, cuando a nivel de organigrama se crea el Consejo Editorial, Luis Sevillano dejó la subdirección general y fue nombrado vicepresidente de dicho Consejo. Cabe destacar que fungió sólo en el papel, es decir, en realidad él sólo hacía la corrección de estilo y el cabeceo. Posteriormente el 17 de junio de 1992, debido a la reestructuración del área editorial, nuevamente fue nombrado como subdirector general, de este modo desapareció el cargo que ocupaba; Ealy ya no lo mueve en el resto del sexenio.

En el periodo de análisis de este trabajo, la función de Carlos Barrios dentro de este diario fue muy corta, sin embargo, desempeñó un papel estratégico en la negociación del despido de empleados. En la época de la disolución de los sindicatos, Barrios ocupaba la subgerencia general, y en mayo de 1991 sale y se encarga de los negocios personales de Ealy Ortiz, con lo cual desapareció este puesto; más por motivos operativos en relación a los otros negocios del director de *El Gran Diario de México*, que por cuestiones de la estructura interna del periódico.

Fernando González de la Vega no fue la excepción y de secretario particular pasó a la gerencia comercial, luego a la de publicidad y finalmente, de enero de 1989 y durante todo el periodo de estudio estuvo como gerente de operaciones.

Joffre de la Fontaine, es una persona que llegó a fortalecer las relaciones públicas de *El Universal*. Fidel Samaniego lo define como un eficaz operador que le reveló a Ealy todos los secretos del buen decir, del buen convivir, de cómo comportarse con los poderosos y hasta

cómo vender su producto; es decir, construyó los protocolos que Ealy debía seguir en relación a los publicistas y las grandes empresas, con el objeto no sólo de incrementar la venta de sus espacios publicitarios, sino de ganarse un reconocimiento en el mundo empresarial; ya que la adopción de estas políticas reflejaban una nueva conceptualización de las relaciones de negocios. Por tal motivo se decidió fusionar la Gerencia de Publicidad con la de Relaciones Públicas. Esta modificación originó la salida de Eduardo Castillo, gerente de publicidad, el 28 de agosto de 1989 y una coordinación más estrecha entre González de la Vega, gerente de operaciones, y de la Fontaine. Este trabajo en conjunto, pronto trajo frutos en las ganancias publicitarias, pues el incremento de éstas se deja ver desde mayo de ese año.<sup>6</sup> —La excelente labor de Joffre de la Fontaine lo ha llevado a permanecer en esta gerencia hasta la fecha—.

Eduardo Castillo C., pasó a ocupar la gerencia de ventas por casi tres años y en la famosa reestructuración de junio del 92, Ealy Ortiz lo nombra secretario particular de la gerencia general y automáticamente este puesto salió del organigrama.

Después de atender otros negocios de Ealy, José Manuel Viveros es designado subgerente comercial, en agosto de 1989. Cargo que Viveros desempeña hasta finales de 1992, ya que fue asesinado en un asalto. Este puesto se ocupó hasta enero de 1993 por David Galván Haro.

Rubén Velasco de Lira regresa en diciembre de 1993 a *El Universal*, tras una serie de diferencias que había tenido con el director de este periódico, como gerente adjunto y ha permanecido en él hasta la fecha.

Revisando la estructura del organigrama, donde no sólo existe una constante remoción de personas, sino que los puestos aparecen y desaparecen con facilidad, se reafirma la declaración de Fidel Samaniego, en el sentido de que estos cambios responden más a estrategias de Juan Francisco Ealy, en relación con este equipo de trabajo, sus comportamientos y el resto de sus negocios, que a proyectos concretos del trabajo periodístico.

Todos son piezas del ajedrez y Juan Francisco Ealy Ortiz los mueve de acuerdo a las reglas que él mismo establece, es decir, según sus intereses. Pero eso sí, estos colaboradores que funcionan como piezas del tablero siempre reciben grandes recompensas. “En el área de la gerencia se procura que todos estrenen coches del año, por los intercambios con los clientes a quien publicitan la venta de automóviles, que en lugar de pagar con dinero, pagan con productos”.<sup>7</sup>

<sup>6</sup> En una reunión con publicistas, Fernando González de la Vega, a nombre del director general entrega premios a los agentes de publicidad por el incremento del 1000% en sus ventas. *El Universal*, 4 mayo de 1989, primera plana.

<sup>7</sup> En entrevista al columnista político Fidel Samaniego.

### 1.1.2. Estructura editorial.

En esta investigación que comprende desde los inicios de 1988, podemos apreciar que en el área periodística se encontraba como subdirector editorial Alfonso Maya Nava; en la jefatura de la redacción Mario A. Campa; su formato constaba de diez partes: la primera sección contenía tanto noticias nacionales como internacionales. En la primera plana aparecía la nota de ocho columnas, así como la segunda nota de importancia, en la primera y segunda columnas. Cuando menos cinco fotografías se incluían en la primera plana diariamente.

"Pulso Político" de Francisco Cárdenas Cruz, Premio Nacional de Periodismo en 1982, era la única columna de la primera sección que aparecía de lunes a viernes, durante los seis años se publicó de manera regular. Más tarde en septiembre de 1991 Félix Fuentes ocupaba ese mismo espacio los sábados con su columna "En la Línea" y con llamada para la página 2 los "Comentarios de Barrios Gómez". El domingo el análisis político lo hacía Ángel Trinidad Ferreira con "La Rueda del Poder", esta columna dejó de aparecer en julio de 1992 y en abril de 1993 nuevamente se publicó. "Pasarela Política" de Juan Bustillos era otra columna de fin de semana, esta también tuvo interrupciones en su aparición, pero como lo indica Samaniego, éstos movimientos obedecen a cuestiones personales de los propios columnistas, como ofrecimientos de cargos importantes en otros medios o fricciones con los directivos.

**CUADRO 2. COLUMNISTAS DE EL UNIVERSAL DE PRIMERA PLANA.**

COLUMNISTAS	NOMBRE DE LA COLUMNA	FECHA DE APARICION	FECHA DE CONCLUSION
Francisco Cárdenas Cruz	Pulso Político	-	
Angel Trinidad Ferreira	La rueda del poder	-	12-julio-92
Angel Trinidad Ferreira	La rueda del poder	25-abril-93	
Juan Bustillos	Pasarela Política	-	26-ene-91
Juan Bustillos	Pasarela Político	19-julio-92	25-abril-93
Barrios Gómez	Comentarios	26-ene-91	
Felix Fuentes	En la línea	7-sept-91	

Entre semana, la segunda página contenía el pase de "Pulso Político", el cartón de Efrén Maldonado, Premio Nacional de Periodismo 1985, los artículos de Miguel Ángel Ferrer, los lunes, el pronóstico del clima acompañado del reporte del Índice Metropolitano de Calidad del Aire (IMECA). Y en la última columna de esta página, el directorio.

Los reporteros de esta primera sección eran: Fidel Samaniego, Isabel Zamorano, Arturo Zárate Vite, Francisco Arroyo, Raúl Correa, Eleazar Franco, Javier Rodríguez Lozano, Manuel Ponce, Guillermo Valencia, Juan Rodríguez, Manuel Alonso, Juan Arvizu, Eduardo Correa, Carlos Velasco, Diana Anabel Mendoza, J. Rodríguez Gómez y Víctor González. De todos estos reporteros, sólo Arturo Zárate y Juan Arvizu continúan laborando en *El Universal*. En cuanto a su plana de opinión, concurrían una gran cantidad de articulistas de todos los

partidos políticos, este espacio lo promovían como el foro más destacado de opinión de la prensa nacional.

**CUADRO 3. ARTICULISTAS DE EL UNIVERSAL.**

ARTICULISTAS	PARTIDO POLITICO
Jesús González Schmal	PAN
Ricardo Pascoe Pierce	PRD
Baltazar Ignacio Valadez	PDM
Gerardo Unzueta	PRD
Gerardo Medina Valdés	PAN
Blanca R. Esponda	PRI (senadora)
Rosario Ibarra	PRI
José González Torres	PAN
José Augusto García Lizama	PDM
Heberto Castillo	PRD
Alejandro Avilés	PAN
Rosario Guerra	PRI (diputada)
Eduardo Valle*	Articulista
Lucinda Nava A.	PRT
Héctor Delgado	PFCRN
Gustavo Salinas Iñiguez	PRI
José Angel Conchello	PAN
Manuel J. Clouthier	PAN
Genaro Alamilla Arteaga	Obispo
Guillermo Fabela Quiñones	Articulista
Manuel Sánchez Vite	PRI
Díaz Ruanova	Periodista
Omersindo Magaña Negrete	PDM
Carlos Medina Plascencia	PAN

Nota: únicamente son algunos de los articulistas que colaboraron entre 1988-1994 con mayor regularidad y de los más importantes; ya que en la nómina llegaron a figurar 300 articulistas.

\*De los llamados periodistas independientes.

**En la Provincia:** esta sección estuvo bastante tiempo a cargo de Roberto Rock Lechón, él la reestructura y crea así la mejor área de correponales del país. Dos columnas formaban parte de ésta, una informativa, "*El País en Síntesis*" y otra de opinión "*Política y República*", firmada por el editor de la sección. En junio de 1989 se introdujo una página editorial llamada "*Así piensa México*", publicada los lunes, miércoles y sábados, en donde militantes de los diversos partidos políticos, funcionarios públicos, intelectuales y académicos escribían sus posturas ante las diferentes problemáticas que se presentaban en sus regiones, acentuándose con ello su política de apertura política e ideológica.

**Internacional:** hasta mayo de 1990 Leopoldo Cano funge como editor de esta sección, se jubila y entra Víctor Barreto Monter. La sección **Internacional** compartía espacios simultáneos con la información nacional, se nutría básicamente de la información de las

agencias internacionales como United Press International (UPI), Associated Press (AP), Associated France Press (AFP), EFE y Reuter. Únicamente tenían dos corresponsales José Carreño Figueras en Washington y Félix Bayón en París.

**Mundo Financiero:** al frente de esta sección estaba Enrique Aranda Pedroza. Se componía de noticias económico-financieras, de una plana llamada *Universo Publicitario*, en donde se destacaban los éxitos y nuevos proyectos de los anunciantes. Desde que se empezó con esta revisión hemerográfica, hasta febrero de 1990 Herminio Rebollo Pinal tenía su columna "*Mundo Financiero*", tres meses después Aranda entra con su columna "*Indicador Financiero*" y se crea la columna "*Los Especialistas*", la cual compartían Roberto Sánchez de la Vara, Mauricio Rossell y Miguel León Garza, todos especialistas financieros.

**Cultura:** Su editor hasta el momento continúa siendo Paco Ignacio Taibo I, se caracterizaba por su ausencia de fotografías, esto con el fin de dar lugar a la creación artística de jóvenes ilustradores. Era común ver el dibujo "Nuestro gato oculto", del editor y la columna "*Esquina baja*" de este mismo.

**Espectáculos:** el editor era Leopoldo Meraz, que sale del diario en junio de 1994, tras una atractiva oferta del periódico Ovaciones. En ella se publica hasta el momento la información sobresaliente de la música, teatro y cine, principalmente. Su esquema permite presentar no menos de cinco fotografías tanto en la primera plana como en la contraportada. La columna de esta sección era "*El fabricante de estrellas*"

**Nuestro Mundo:** esta sección dirigida un tiempo por Yolanda Cabello —hasta marzo de 1989— y luego por Mario de la Reguera, se componía de tres partes, y era la única que sus planas eran a color. Contenía información de la sociedad, la ciencia, el arte y la moda. La primera parte presentaba en primera plana la columna del editor "*Hey!*", y eventualmente la denominada "*Socialités de hoy*", de Hortensia Guerrero, "*Atisbos*" de René Najera y "*Los martes... recuerdos*" de José Luis Planter.

**Deportes:** el editor de deportes era Jorge Escobasa Licona. La primera plana sólo incluía cabezas y llamadas de notas, apuntalada con fotografías. En las páginas dos y tres se encontraba la información de fútbol, las columnas "*Hablemos de fútbol*" de José Manuel Flores y "*¡Ah Caramba!*" de José Ramón Fernández. En beisbol la información corría a cargo de los reporteros Rodrigo Sandoval Peña, y la opinión de Raúl Mendoza con su "*Bola de nudillos*". La información taurina era responsabilidad de Guillermo Salas.

**Universo Joven:** de aparición semanal en un principio, iba dirigida a los jóvenes y era elaborada por jóvenes. Su editor era Enrique Bustamante Martínez, él recibía apoyo en la

coordinación de René Solorio Estrada y Bertha Fernández, reporteros titulares. La mayoría de las notas de **Universo Joven** eran de los pasantes de la carrera de Comunicación de la UNAM, que realizaban en este periódico sus prácticas, debido a un convenio establecido entre esta institución y *El Universal*. La integración de este tipo de secciones se hacía con el fin de ofrecer un mercado más atractivo para los publicistas y de buscar un reconocimiento en la sociedad por su apoyo en la profesionalización de los jóvenes.

**Aviso Oportuno:** la sección más antigua del diario; en ese tiempo constaba de tres cuerpos. La primera plana de su primera parte presentaba lo más destacado de la “nota roja”.

En relación a su cuadro de caricaturistas *El Universal* contaba con un numeroso y prestigiado equipo, caracterizados todos por ser muy críticos. A continuación se presentan.

**CUADRO 4. CARICATURISTAS DE EL UNIVERSAL**

CARTONEROS	SECCION
Efrén Maldonado	Segunda página de la primera sección
Aarón	Segunda página de la primera sección y la Cultural
Naranja	Sección editorial
Helióflores	Sección editorial
Luy	Página 8 o 10 de la primera sección
Alán	Página 8 o 10 de la primera sección y en la sección de "Partidos políticos en El Universal", los domingos
Rubén	Partidos políticos en El Universal y en Estados
Romero	Partidos políticos en El Universal
Rius	Estados
Maa	Estados
Trizas	Estados
Kemchs	Internacional
Villa	Financiera y Cultural
Castruita	Cultural
Guadalupe Rosas	Cultural
Nostragamus	Cultural
Spencer	Cultural
Sagolop	Cultural
Morán	Deportes
Ramón	Deportes
Omar	Suplente de la primera sección
Terrazas	Suplente
Nerlicón	Suplente

A lo largo de estos seis años, la dinámica en la información fue la siguiente: se agregaron otras planas que atrajeron a más publicistas, cambiaron de nombre algunas secciones, los jefes de sección pasaron a ser editores, realizando las mismas actividades, pero la línea de mostrarse como un periódico plural, siempre se mantuvo vigente. Sin embargo, estas modificaciones y en particular las que sufrieron la sección de **Estados** y **Finanzas** tienen una relación muy estrecha con su crecimiento económico, y es por eso que se describirán aquí los hechos más importantes que vivió este diario, en cuanto a la promoción de su proyecto periodístico, tanto dentro como fuera del país, las medidas que como empresa moderna llevó a cabo para elevar su status dentro de la prensa mexicana y la vinculación que tuvo con la sociedad mexicana y los proyectos del gobierno en turno.

### 1.1.3. El Despegue tecnológico y fortalecimiento editorial.

El 14 de junio de 1989, siete días después de que Fidel Samaniego recibió el Premio Nacional de Periodismo en el género "Crónica", la directiva de Associated Press (AP) acudió a las instalaciones de El Gran Diario de México en donde Eloy Aguilar, director de esta agencia manifestó lo siguiente:

"Un país esta surgiendo en México, son tiempos de esperanza y realizaciones, en este ámbito **El Universal** tiene un liderazgo dentro del periodismo mexicano y una trascendencia indiscutible de la que existe constancia aquí y en el extranjero".<sup>8</sup>

Estos pequeños homenajes hacían que el director de este diario mencionara reiteradamente que ellos no le debían nada a nadie y mucho menos tenían lazos que los obligaran a mantener criterio alguno.

"No le debemos nada a nadie, ni tenemos hipotecas y menos lazos humillantes de obligada dependencia, ya que nuestro criterio jamás ha sido colocado en subasta alguna".<sup>9</sup>

A partir de este momento los reconocimientos de destacadas personalidades hacia los trabajadores o a la labor misma del director, se convirtieron en muestra de aceptación, ante una carrera de crecimiento empresarial sin interrupciones.

El 21 de junio de ese mismo año, en la sección de **En la Provincia** se agregó una plana dedicada a las noticias más importantes del estado de Morelos, incrementando con ello su cobertura de información a nivel regional.

Dos meses más tarde inauguraron el edificio Felix F. Palavicini y pusieron en marcha una novedosa rotativa Harris 845; a este acto concurrió el entonces presidente de la República, Carlos Salinas, quien los felicitó por su esfuerzo y dejó de manifiesto su respeto a la crítica de buena fe, pues ésta, señaló, fortalece el crecimiento de la patria.

---

<sup>8</sup> "Tiene El Universal el liderazgo dentro del periodismo mexicano", El Universal, 14 de junio de 1989, primera plana.

<sup>9</sup> Ibid., primera plana

Para la instalación de este nuevo equipo se dio un gran despliegue publicitario, Ealy Ortiz acudió directamente a la aduana a dar el banderazo de salida a los 21 trailers que transportaban la rotativa. Y en su entrada al D.F. Ealy la recibió acompañado del entonces regente de la ciudad, Manuel Camacho Solís.

A este auge tecnológico se incorporó un nuevo equipo de trabajo: Emilio Viale como jefe de información y Pedro Álvarez del Villar como coordinador general editorial, ambos excolaboradores de Scherer en el Excélsior. La empresa consideraba este periodo, en el que cumplían 73 años, la culminación de una etapa y el inicio de otra, que sería la del gran desarrollo tecnológico, caracterizada por la adquisición de maquinaria de punta, que facilitaría la edición del periódico y el aumento del servicio de ventas de sus espacios publicitarios, principalmente, y en donde según sus propias palabras seguiría campeando la libertad y el pluralismo que los había venido caracterizando.

Esta nueva etapa empezó con la conformación del Consejo Editorial, el 8 de enero de 1990, pero este supuesto proyecto periodístico se quedó sólo a nivel de organigrama, mencionó Fidel Samaniego, ya que nunca estuvo en sesiones. Luis Sevillano era el único encargado de cabecear y corregir la redacción. Casi al mes Jorge Villa Alcalá, también colaborador de Scherer en el Excélsior, ocupó la subdirección general.

**CUADRO 5. CONSEJO EDITORIAL**

CARGO	NOMBRE	FECHA DE INGRESO/CAMBIO	FECHA DE EGRESO
Consejo Editorial	Luis Sevillano U. Miguel Castro Ruiz Gaspar Rivera Barrios Francisco Cárdenas Cruz Fernando González de la Vega Daniel López Barroso Alfonso Maya Nava	8-ene-90	3-nov-93

Villa Alcalá, Álvarez del Villar y Emilio Viale se integraron como grupo y junto con los reporteros formaron un buen equipo, que a consideración de Samaniego, en ese momento hicieron un buen periódico, que se reflejaba en las notas, en el tratamiento de la información, por ejemplo salen de la primera sección las noticias internacionales y se les crea su propia sección, cambian de nombre las secciones de **En la Provincia** por **Estados**, la de **Mundo Financiero** por **Finanzas**, se especializa más la información, y **El Universal en la cultura** por **Cultura**; asimismo se crea la sección **Universo Joven**, con el fin de atraer lectores jóvenes, o mejor dicho, mostrar a los publicistas que sus espacios también eran rentables para la publicidad que se dirige a este sector, pues sus lectores eran en su mayoría personas de cuarenta años en adelante. Es así como este grupo le da al periódico un toque vanguardista, es decir, organiza la información de acuerdo al momento empresarial por el que transcurría el diario, el de un concepto de apertura al cambio.

Muy relacionado a lo que más tarde sería *Universo Joven*, en abril de 1990, pero con un sentido de labor social y de trabajo conjunto con las instituciones, *El Universal* firma un convenio con la UNAM de colaboración, que consistió en abrir sus espacios a los estudiantes de comunicación para la realización de prácticas, cursos complementarios y publicaciones.

En ese mismo año, como estrategia publicitaria unida a *El Universal*, Kodak designó a este diario como "fotógrafo oficial" en la cobertura del Mundial Italia 90; durante el desarrollo de este evento, publicaron fotografías a color e incrementaron el número de páginas de la sección deportiva, con el fin de darle una mejor y mayor cobertura.

Hasta aquí su desarrollo era significativo, pero aún dentro de los parámetros de las empresas periodísticas, les hacía falta encabezar cambios espectaculares y el 8 de junio, *El Gran Diario de México* decidió certificar su circulación pagada a través de la prestigiada organización internacional, Certified Audit of Circulation, INC, convirtiéndose así en la primera empresa periodística mexicana que hacía pública esta información, lo que significaba una seriedad profesional para con sus lectores y anunciantes, específicamente, ya que éstos pagaban inserciones publicitarias en los diarios mexicanos, sin tener un conocimiento del universo real de lectores a los que estaban llegando. La cantidad de periódicos que se tiran no son todos los que se afirman y menor aún las ventas reales, pues la sociedad mexicana por idiosincrasia no lee diarios, y se consideraba que mostrar estas cifras disminuiría las ventas de publicidad. Al respecto Ealy Ortiz expresó lo siguiente:

"Invariable en su firmeza y seriedad profesional, así como en su política de honestidad, veracidad y credibilidad basada en una total independencia económica, esta casa editorial decidió certificar la circulación pagada de *El Universal*, decano de la prensa capitalina"<sup>10</sup>

Asimismo, anunciaba su participación en la creación del Instituto Verificador de Medios, proyecto gestado por iniciativa de las principales agencias de publicidad, e invitaba al resto de la prensa a certificar su circulación.

"Los tiempos modernos exigen instrumentos de trabajo más confiables y argumentos de ventas irrefutables para ser fuertes a la apertura económica, por eso invito a los demás diarios a certificar su circulación."<sup>11</sup>

La certificación de su tiraje evidenciaba una plena disposición para adecuarse a la apertura económica y a las exigencias de competitividad que marcaba el proyecto de nación de ese momento. Y en consecuencia debía promover todas aquellas acciones encaminadas a este fin no sólo en sus páginas, sino también en los foros donde se presentaba su director general. Así

<sup>10</sup> "Certificación de la circulación pagada". *El Universal*, 8 de junio de 1990, primera plana.

<sup>11</sup> *Ibid.*, primera plana.

durante un homenaje que el gobierno del estado de Nuevo León le hizo a Juan Francisco Ealy por su trayectoria en el periodismo, dijo que las medidas tomadas por Carlos Salinas en relación a la apertura de las fronteras para el suministro de papel, era un gran acierto, porque la existencia de PIPSA representaba el punto de ataque que utilizaban los gobiernos extranjeros para poner en entre dicho la libertad de expresión del país, con esto queda claro dijo Ealy, la buena fe del gobierno en sus relaciones con los medios de comunicación. Y no desaprovechó la oportunidad de utilizar como promoción los elogios que les hizo el presidente por la adquisición de su nueva tecnología, pues de ese tipo de maquinaria no había en México, situación que los ponía a la vanguardia ante la apertura comercial.

Las metas fijadas para 1990 se habían logrado con bastante éxito, ahora había que plantearse otras, y en enero de 1991 durante la comida anual de *Los Universales*, Ealy Ortiz anunció la siguiente fase de adquisición de maquinaria y de equipo, la continua publicación de su certificación pagada y el incremento de publicidad en sus páginas.

Efectivamente, los objetivos fijados para 1991 se cumplieron. Durante el festejo de su 75 aniversario, inauguraron la rotativa Harris 1600, con la presencia de Carlos Salinas de Gortari, Otto Granados, José Córdoba Montoya y representantes de diarios internacionales tales como, *El País*, *Miami Herald* y *Usa Today*.

En lo concerniente a la publicidad, se hace más constante la publicación de las secciones especiales a color, por lo regular promovían la visita a diferentes estados de la República, e insertaban la publicidad de ciertos hoteles o restaurantes, como resultado de la vinculación con empresas prestadoras de servicios turísticos y la secretaría del ramo. Otras secciones informaban sobre los avances dentro de la computación, en ellas se destacaban ciertas marcas de empresas dedicadas a este negocio, y en algunas más se hacían reportajes sobre autos de carreras y de colección, en las que también se publicitaban marcas de cigarros o aditivos para automóviles. Era muy común ver, también, en estas secciones, la promoción gubernamental y de partidos políticos, ya que constantemente aparecía el emblema del PRI, y de otros partidos; de Pronasol, e incluso de Sindicatos como el SNTE (Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación). Esto sin aludir a la gran cantidad de inserciones de información de las distintas secretarías de Estado y otros organismos gubernamentales, incluida la Presidencia de la República.

**CUADRO 6. SECCIONES ESPECIALES A COLOR DE EL UNIVERSAL**

FECHA	NOMBRE DEL SUPLEMENTO
22-oct-89	Tlaxcala, recorrido cultural. <sup>12</sup>
27-oct-89	Auto Universal, sección dedicada a los de carreras
11-feb-90	Monterrey, recorrido cultural
16-abr-90	Puebla, recorrido cultural
24-abr-90	Publicación de una serie de 11 artículos sobre Juan Pablo II y sus escritos apostólicos, por el padre Samuel Bernardo Lemus <sup>13</sup>
20-mayo-90	Chihuahua, recorrido cultural
12-sept-90	Auto Universal
11-oct-90	Auto Universal
14-dic-90	Universo de la Computación
3-feb-91	Yucatán
26-feb-91	Auto Universal
14-mar-91	Universo de la Computación
16-mar-91	Exportación y Comercio
22-mar-91	Ventana Turística
30-abril-91	Transportes aire y mar
5-may-91	Ventana Turística
2-jun-91	Los Eclipses
7-jun-91	Ventana Turística
16-jun-91	85-91 Nuevo León un sexenio
23-jun-91	Auto Universal
24-jun-91	Universo de la computación
7-jul-91	Ventana Turística
2-oct-91	Publicación de notas importantes a lo largo de la historia de El Universal <sup>14</sup>
2-oct-91	Publicación de notas importantes a lo largo de la historia de El Universal
3-oct-91	Historia de El Universal <sup>15</sup>
4-oct-91	Historia de El Universal
5-oct-91	Información del PRI
7-oct-91	Auto Universal
10-nov-91	Auto Universal
18-dic-91	Auto Universal
5-ene-92	Ventana Turística
15-mar-92	Carita Paris (belleza)
30-mar-92	Universo de la computación
5-may-92	Universo femenino
15-jun-92	Auto Universal
30-oct-92	Primera Expo Industrial Tlanepantla
15-mar-93	Muebles y maderas
23-mar-93	Curso de la Historia (Mercados mexicanos)
1-oct-94	Historia de El Universal en B/N

Nota: Este cuadro da un panorama general del tipo de suplementos que se publicaban, debido a que en la busca hemerográfica no se encontró la regularidad de éstos. Sin embargo en 1991, se hace público el incremento de los mismos, lo que significa la venta de otros espacios como los suplementos, además de la venta de los espacios dentro de las secciones regulares del periódico.

El éxito de Ealy no se resumía sólo en el logro de sus objetivos empresariales, sino también en el excelente manejo de su imagen, que le hacía el departamento de Relaciones Públicas, el cual lo proyectó como un líder. Así lo prueban sus encuentros con presidentes de otras naciones y los constantes homenajes en los diferentes estados de la República.

<sup>12</sup> Contiene inserciones de publicidad comercial y gubernamental. Así ocurre con todos los suplementos de los estados.

<sup>13</sup> Esta sección fue editada en blanco y negro.

<sup>14</sup> En este suplemento se insertó publicada del SNTE, de la red de caminos y de Pronasol.

<sup>15</sup> Mismas características que el suplemento anterior.

En julio de 1991, el entonces presidente de Guatemala, Jorge Serrano Elías visitó las instalaciones de esta empresa editorial y los felicitó por la apertura de sus páginas a la oposición y les dijo que este ejemplo debía ser emulado por el resto de los periódicos del mundo, que más que foros democráticos caían en el amarillismo y sensacionalismo.

En octubre la Universidad de Durango le entregó a Ealy el galardón Francisco Zarco, por la trayectoria liberal y plural de "*El Gran Diario de México*".

Durante 1992 la imagen empresarial de un exitoso *Universal* se acrecienta más: en marzo, se reinaugura el edificio Félix F. Palavicini y con motivo de este acontecimiento organizan un simposio sobre el Tratado de Libre Comercio, al que asisten los entonces secretarios de Comercio, Jaime Serra; de Relaciones Exteriores, Fernando Solana y el de Hacienda, Pedro Aspe. Este hecho, a su vez, lo afianzó como el principal promotor de las iniciativas del gobierno salinista. La justificación de realizar este simposio fue la siguiente:

"El interés por convocar a este simposio es parte del compromiso que tenemos con la opinión pública para ayudarla a comprender con mayor objetividad, el proceso de los cambios estructurales que nos depara la nueva realidad mundial, la participación de diversas personalidades nos ilustrará sobre la complejidad de las negociaciones que se están llevando a cabo..."<sup>16</sup>

Otra muestra de su crecimiento económico fue el anuncio que hizo el 7 de mayo, de inscribir acciones a la Bolsa Mexicana de Valores, lo cual hablaba de su gran solidez financiera. También hicieron público que con los recursos captados de esta operación emprenderían los siguientes proyectos en el área editorial:

- a. La zonificación de ediciones dentro del área metropolitana, a fin de conseguir el efecto de "diario local" con base en el manejo de la información comunitaria relevante, sin perder características y contenidos que hacen de *El Universal* una empresa editorial de proyección nacional.
- b. Acelerar la publicación de ediciones regionales diarias en las principales concentraciones urbanas aledañas al distrito federal, bajo el mismo concepto editorial.<sup>17</sup>

Esta decisión de cotizar en la Bolsa, comenta Samaniego, se tomó a partir de una sugerencia personal de Carlos Salinas al director de este periódico, quien además le ofreció la asesoría de Oscar Espinoza Villareal para llevar a cabo su limpieza fiscal y financiera. Cabe señalar que Espinoza Villareal en esos tiempos era director de Nacional Financiera, con

<sup>16</sup> "Analistas del TLC en el simposio de El Universal", *El Universal* 11 de marzo de 1992, primera plana.

<sup>17</sup> "Inicia trámites El Universal para inscribir sus acciones a la Bolsa", *El Universal*, 7 de mayo de 1992, primera plana.

lo cual se puede presumir que existe la posibilidad de que haya habido un financiamiento especial por parte de esa institución gubernamental hacia esta empresa editorial.

Ealy anunció este proyecto como producto del clima de creciente estabilidad y apertura comercial, que había permitido la política aplicada por la administración de Carlos Salinas. Ante esto, declaraba, que ellos se veían en la obligación de entregar a la sociedad un diario que además de su pluralismo y honestidad en el manejo de la noticia, le garantizara un nivel de información comparable en cantidad y calidad al disponible en los países desarrollados.

Por otro lado, como resultado del éxito de la certificación en su tiraje, ya que las agencias de publicidad habían sido las principales promotoras, a partir de junio de 1992 se incrementó su publicidad, según cifras publicadas por el propio *Universal*, tuvieron un aumento en ventas en relación al año anterior -1991- de 6.7%, es decir, 14,361,000 líneas ágatas -39,345 planas aproximadamente-.

Un hecho más, que rompería con la tradición de los medios de comunicación en México y que nuevamente patentizó su fortaleza económica, fue la decisión de cubrir los gastos personales de sus reporteros, en los viajes presidenciales internacionales, en septiembre de ese año. Esto no fue más que el resultado de una plática que tuvo Ealy Ortiz con el presidente de la República, durante una gira por Australia, donde el director de este periódico le hizo saber que a partir de la siguiente gira, ellos pagarían los gastos y dicha postura era con el fin de iniciar un saneamiento en las relaciones prensa-gobierno, pero en el fondo, querían reflejar su aparente autonomía del régimen. La plática se hizo pública a través de la crónica de Fidel Samaniego y semanas más tarde el gobierno estableció formalmente esta nueva regla. Otra vez este periódico le servía al régimen para adoptar medidas que por la sola iniciativa del gobierno no habrían tenido resultado.

A lado de estos grandes anuncios, la inauguración de nuevas instalaciones regionales no cesaba y en noviembre se abren otras oficinas en el Estado de México.

En cuanto a su organización en el área periodística, se da una significativa remoción de personas. Internamente existía una pugna por el poder, entre el grupo de Emilio Viale; Jorge Villa Alcalá y Pedro Álvarez del Villar, con el de Enrique Aranda, Roberto Rock y Luis Sevillano, -éstos últimos trabajadores de muchos años de *El Universal*- que acabó con el despido de los tres primeros el 16 de junio de 1992.

Con esto Luis Sevillano ocupó la subdirección general y tanto Enrique Aranda como Roberto Rock la subdirección editorial, lo que implicó la entrada de nuevos directores en las áreas de

**Finanzas y Estados.** Y como jefes de información se incorporaron Juan Rodríguez R. y Guillermo Valencia R., reporteros de la primera sección de *El Universal*.

Como era de suponerse *El Universal* tenía que manejar estas modificaciones de manera espectacular, sin mencionar nunca las causas reales de estos ajustes. Por lo tanto las difundieron como una profunda "reestructuración para enfrentar los retos del nuevo siglo y mantener el liderazgo como periódico independiente", por tal motivo también pusieron en vigor un nuevo mecanismo de remuneración para los trabajadores del área editorial, que según Ealy, establecería un modelo más equitativo y eficiente para la estimulación del personal y la elevación de la calidad, ya que este mecanismo consistiría en retribuir con mejor salario a quien más produjera.

A juicio de Fidel Samaniego, este intento de modernización se quedó sólo en eso, pues el proyecto de cómo se iba aumentar la productividad estuvo a cargo de una empresa que no tenía experiencia en compañías periodísticas y no supo aplicar los criterios en cuanto a las diferencias de trabajo; es decir, la existencia de notas pequeñas, porque así debían de ser, las notas grandes y los tiempos que se invierten en cada una de ellas. No obstante, Juan Francisco Ealy aclaró que con el propósito de subrayar la necesidad de mantener una igualdad entre su personal, anunció el retiro de las comisiones de publicidad y la creación de un fondo común derivado de las mismas para los agentes de publicidad y reporteros. El propósito de lo anterior fue aparentar un carácter modernizador de la actividad periodística y de progresiva profesionalización.

Sin embargo, esta reestructuración es considerada por Samaniego como un retroceso en el proyecto periodístico, ya que Sevillano era una persona con mucha experiencia dentro del periódico, pero no era la persona adecuada para ese cargo, pues se necesitaba de alguien más agresivo en el manejo de la información. Y agrega que este grupo influyó en la salida del jefe de redacción, Mario A. Campa, pues lo empezaron a marginar y en diciembre de 1992 se fue, y hasta la fecha no existe jefe de redacción.

En el manejo de su información se dan dos puntos importantes en ese año: la compra *al New York Times* de la distribución exclusiva de una serie de artículos que escribió Mijail Gorbachov sobre la Perestroika y la creación de una nueva sección llamada **Publicitaria**, que no fue más que una mayor cobertura de lo que antes era **Universo Publicitario**, sección que implementó con la participación de la Asociación Mexicana de Agencias Publicitarias (AMAP).

De igual forma, en 1992 la imagen de su director general continuó promoviéndose exitosamente; el 22 de marzo el gobierno del estado de Coahuila le brindó un homenaje, cuatro días después el secretario de Comercio, Jaime Serra lo invitó al acto donde se

anunciaba la modernización de la política de subsidio de la masa y la tortilla, el 2 de octubre el presidente de Guatemala le entregó la condecoración "Orden Presidencial", y a principios de diciembre Gorbachov visitó sus instalaciones.

1993 siguió siendo un año de expansión: la sección de Estados aumentó su número de páginas; el 18 de enero apareció en ella una plana más denominada "Frontera Norte", en la que se daban las noticias más relevantes de esta zona, y el 4 de marzo, *El Universal* anunciaba a sus publicistas la nueva edición de la zona norte que cubriría algunas regiones estratégicas del área metropolitana de la ciudad de México. En este acto les dijo: "No tenemos ataduras ni ligas con nadie que comprometa nuestra línea editorial. Aquellos que se sientan lastimados, afectados por estas iniciativas tendrán que seguir gimiendo desde el reducto de sus madrigueras"<sup>18</sup> El tono de su director era beligerante, retador, una y otra vez lo empleaba para demostrar su gran independencia.

En febrero inaugura nuevas instalaciones de la edición regional "*El Universal de Morelos*", y durante este acto, su director general se congratuló del gran despliegue tecnológico que había emprendido y destacó además, que en el proceso de cambio que se venía dando en la prensa mexicana, únicamente sobrevivirían los diarios con independencia económica y editorial, pues el verdadero periodismo mexicano no sólo trascendería, sino que cobraría una mayor dimensión social y sería capaz de competir a nivel mundial. A fin de año abre otras instalaciones en Naucalpan, en esta inauguración asiste el gobernador del Estado de México, Emilio Chuayffet, quien lo califica como un periódico de vanguardia, debido a su alto registro de circulación certificada, así como por su alta calidad profesional y la concertación de diversas ideologías en sus páginas. Además, establece un convenio con una importante empresa periodística de Canadá, *Quebecor*, que consistió en intercambiar noticias.

Ealy en su postura de empresario notable y ya consagrado en el ramo periodístico, el 10 de noviembre fue invitado de honor en la Cámara Hispana de Comercio de San Antonio, ahí destacó la coincidencia entre los propósitos de *El Universal* y la actitud de la administración de Carlos Salinas, en favor de clarificar y depurar las relaciones entre la prensa y el gobierno.

Dentro de este marco de logros, *El Universal* no olvidó su trabajo con la sociedad y el 20 de agosto firmó otro acuerdo con la UNAM, con lo cual se ampliaba el ya existente, pues a partir de ese momento los estudiantes de comunicación de la ENEP Acatlán y Aragón, también se integraban al programa de prácticas profesionales, además de que la información publicada por este diario se incluyó en una red de cómputo internacional de la Universidad para consulta de la comunidad.

---

<sup>18</sup> "Reunión con publicistas de la casa editorial de *El Universal*", *El Universal*, 4 de marzo de 1993, primera plana.

La última acción de este año fue la renovación de su Consejo Editorial y por primera vez, desde su creación, entraba en funciones, con reuniones cada mes, en ellas se analizaba el corte del periódico y proyectos.

**CUADRO 7. CONSEJO EDITORIAL**

CARGO	NOMBRE	FECHA DE INGRESO/CAMBIO	FECHA DE EGRESO
Consejo Editorial	Joffre de la Fontaine Miguel Castro Ruiz Agustín Barrios Gómez Ángel Trinidad Ferreira Franco Carreño Alfonso Maya Nava John Alius Fidel Samaniego Juan Francisco Ealy Jr. Paco Ignacio Taibo I	4-nov-93	

En el último año del sexenio salinista, el avance de *El Universal* siguió su curso. Habían transcurrido 24 días de 1994, cuando esta compañía periodística anunciaba la compra del diario "*El Sonorense*". Tres meses después, la apertura de un nuevo periódico regional "*El Independiente*" y sus nuevas oficinas en el estado de Puebla. La idea de crear numerosos diarios locales era con la finalidad, así lo informaba la empresa, de captar información nacional como internacional y redactarla de acuerdo a la tradición cultural del periodismo histórico de la región.

Aunada a su expansión editorial en la República Mexicana y sus intercambios informativos con prestigiados periódicos extranjeros, *El Universal* puso en marcha el 2 de octubre el Sistema Satelital de Comunicación.

Paralelo a este crecimiento empresarial, en su área periodística se daban algunos movimientos: en abril ingresó Luis Javier Solana como asesor editorial. Solana años atrás ya había estado como director de *El Gran Diario de México*: durante mucho tiempo fue director del periódico "*Cine Mundial*" y en la época de López Portillo tuvo a su cargo la dirección de Comunicación Social de la Presidencia de la República. En resumen era una persona de mucha experiencia, con pleno conocimiento en el manejo de la información oficial y de las relaciones entre el Poder y los medios.

Asimismo, en junio se crea la sección *Nuestra Ciudad*, en la cual se publicaba información de las 16 delegaciones del D.F.

Por otro lado, las constantes relaciones públicas y los reconocimientos a Juan Francisco Ealy y a su diario continuaron en 1994: en enero el embajador de los Estados Unidos en México, James R. Jones visitó sus instalaciones con la intención de conocer su moderna tecnología, un par de días después, Ealy acompañó a Colosio, en calidad de invitado especial, en su campaña electoral por el estado de Coahuila. Y por si fuera poco, en septiembre la Comisión permanente del Congreso de la Unión, le hizo un reconocimiento a *El Universal*, por su equilibrio informativo durante las campañas electorales de 1994. Otro de los grandes logros de su director general, fue su ingreso al grupo The Conference Board, el 2 de octubre de ese año, una de las instituciones más prestigiadas en el mundo de los negocios que reúne a los empresarios y ejecutivos más distinguidos de los cinco continentes.

Casi dos meses más tarde, Ealy viajó al Vaticano para saludar personalmente a Juan Pablo II. Éste fue presentado ante el máximo jefe de la iglesia católica como el director general de un notable diario mexicano.

Como último evento organizado por *El Universal* dentro de este sexenio y de esta etapa de éxitos, se convocó a un simposio denominado “Las relaciones Prensa-Gobierno”, al que asistieron voceros y portavoces de los líderes mundiales; jefes de Estado, miembros de la comunidad periodística internacional y académicos. Ante todos ellos Ealy dijo que abrir las puertas cerradas de la información gubernamental era deber de los periodistas, pero no cerrarlas era obligación de las autoridades.

En el evento el director de comunicación social de la Presidencia de la República, José Carreño Carlón, reconoció que *El Gran Diario de México* “accionó una clara iniciativa para certificar su tiraje, como parte fundamental en la transparencia de la relación de los medios de comunicación ante la sociedad y el gobierno, y puso de manifiesto el peso de los medios de información sobre los aparatos tradicionales del poder —partidos políticos, iglesia, sindicatos—.”<sup>19</sup> Carlos Salinas, también presente en el evento, elogió la labor del presidente y director general de este periódico, por su afán de ir creando la transformación no sólo de su medio informativo, sino del periodismo en México.

Al día siguiente, el 27 de noviembre de 1994, todos los miembros de esta empresa se reunieron con el entonces presidente electo, Ernesto Zedillo, quien les garantizó respeto a la libertad de expresión, y una gran amistad. Ealy, por su parte, enfatizó que las relaciones entre prensa y gobierno debían fincarse no sólo en reglas más claras, sino totalmente definidas y adecuadas al momento que se estaba viviendo, ya que así se había hecho notar en el simposio.

---

<sup>19</sup> “Simposio: Relación Prensa-Gobierno”. *El Universal*, 26 de noviembre de 1994, primera plana.

Esta visita era la culminación de una etapa histórica en la vida de esta compañía periodística y el inicio de otra, cuya situación sería muy diferente; ya que, tras la devaluación y las repercusiones del “efecto tequila”; la exitosa imagen de Carlos Salinas empezó a decaer: no había empresas “sólidas” para encarar esta crisis, por tanto su proyecto de empresa competitiva y moderna se vio menguada y peor aún cuando en septiembre de 1995, se giró una orden de aprehensión en contra de Ealy Ortiz por problemas fiscales. Con esto dejó de existir la cordial relación que guardaba con el poder. Eran otros tiempos y ahora el presidente de la República se llamaba Ernesto Zedillo.

Enseguida se presenta un cuadro donde se muestran todos los cambios que se mencionaron en el área periodística entre 1988 y 1994.

**CUADRO 8. EDITORES.**

CARGO	NOMBRE	SECCIÓN	CAMBIOS	INGRESO/AUSENTO
Editor Provincia	Roberto Rock L.	Nacional <sup>10</sup> En la Provincia <sup>21</sup>	Dentro de esta sección se crea una página editorial llamada "Ahí piensa México", en donde se da cabida a diferentes posturas ideológicas	3-jun-89
Editor Estados	José Guadalupe Viruquis	Estados Estados <sup>22</sup>	Plana dedicada a las noticias del estado de Morelos <sup>23</sup>	22-jun-89
Editor Internacional	Leopoldo Cano C.	Primera sección; sólo internacional Internacionales	Cambia de nombre de la sección ESTADOS Cambio debido al ascenso de Roberto Rock	7-mayo-90 17-jun-92
	Vicior Barreto Monter		Salen de la primera sección las noticias internacionales; se crea la sección de INTERNACIONALES	2-feb-90
	Francisco Fe Álvarez			7-mayo-90 23-mayo-91
		Aviso Oportuno		
Editor Finanzas	Enrique Aranda Pedraza Javier Velázquez Flores	Mundo Financiero Finanzas		
Editor de Publicitaria	Alejandro Márquez Moro	Publicitaria <sup>24</sup>	Cambia de nombre la sección	2-feb-90 17-jun-92
Editor de Deportes	Jorge Escobasa Licona	Deportes		6-abril-92
Jefe de sección	Daniel Barragán Beltrán			
Jefa de sección	Yolanda Cabello Arellano	Nuestro Mundo <sup>25</sup>	Desaparece el puesto de jefe de sección	7-mayo-90
Jefe de sección	Fernando Partida Rocha			1-mar-89 16-jun-89
Editor	Mario de la Reguera		Desaparece el puesto de jefe de sección	2-mar-89
Editor	Enrique Castillo Pesado			16-jun-89 17-jun-92
Editor	Paco Ignacio Taibo I Andrés Ruiz	El Universal y La Cultura	Sale el coordinador	
Coordinadores	Leo Mendoza y Benito Taibo			5-nov-89
Editor de Espectáculos	Leopoldo Meraz	Cultural		6-nov-89
Editor de Espectáculos	Ernesto Hernández Villegas	Espectáculos	Desaparecen los coordinadores. La sección ahora se titula CULTURAL.	7-mayo-90
Editor	Enrique Bustamante Martínez	Universo Joven <sup>26</sup>		16-jul-94 1-jun-90

<sup>10</sup> El 2 de enero de 1994 en esta sección se agregan dos planas dedicadas a las Delegaciones del D.F.; el 1 de junio de 1994 adquiere el nombre de "Nuestra Ciudad".

<sup>21</sup> En esta sección, todos los días se dedican dos planas completas una a Puebla y Tlaxcala y la otra al Estado de México.

<sup>22</sup> Con motivo de la inauguración de las nuevas instalaciones del diario en ese estado.

<sup>23</sup> A partir del 18 de enero del 93 aparece una plana denominada "Frontera Norte", dentro de esta sección.

<sup>24</sup> Esta sección aparece sólo los lunes.

<sup>25</sup> Esta sección se divide en tres partes y la primera plana de cada sección aparece a color.

<sup>26</sup> Esta sección apareció en un inicio los viernes, posteriormente los miércoles y a partir del 15 de agosto de 1992 también sale los sábados.

## 1.2. Principales objetivos de los lineamientos editoriales

Los cambios del área administrativa, que se dan en un periódico, debieran estar estrechamente relacionados con los del área periodística, pues aunque la naturaleza de cada una de estas áreas, hace que éstas operen de manera autónoma, ambas forman parte de un todo, con lo que se encuentran sujetas a un crecimiento recíproco, máxime cuando las transformaciones en alguna de ellas son bastante fuertes y traen consigo grandes cambios, después de algunos años de rezago.

Sin embargo, al revisar la política editorial de *El Universal*, se observa que las cosas no funcionaron así, por lo menos durante este período de análisis; el área administrativa tuvo características muy particulares, como ya se mencionaron en el apartado anterior, cuyos movimientos respondieron más bien a estrategias concretas de Ealy Ortiz, en relación con el resto de sus empresas, y como estrategias de afianzamiento del poder en tres niveles fundamentalmente: con sus empleados, como empresario respetable de ese momento y como el editor más cercano al aparato gubernamental. Esta relación fue manejada como "cercanía sana, libre de compromisos e intereses, basada en una autonomía absoluta". De tal forma que esta lógica de remociones constantes que imperó en los puestos directivos provocó a su vez frecuentes modificaciones en los proyectos del área periodística, por la entrada y salida de diferentes equipos de mando. El propio Fidel Samaniego afirma que no hubo un solo proyecto que aterrizara. Por ejemplo, el manual de estilo no lo había. Trataron de hacerlo, llamaron a gente especializada en la materia, pero no hubo tal. Y los pocos proyectos que más o menos se pusieron en marcha, se dieron de manera cíclica; es decir, de acuerdo a los hombres que ingresaban, o según las ideas que en un momento le daban al director general, pero que no llegaron a cristalizar. Por tanto acciones como la creación de nuevas subgerencias, que a simple vista reflejaban un crecimiento de la empresa editorial; así como la adquisición de alta maquinaria para alcanzar la perfección en la elaboración de su producto y su nueva participación en el mercado como empresa competitiva, —la certificación de su tiraje, sufragar los gastos de sus enviados a las giras presidenciales, por mencionar sólo algunos— no se reflejaron en la constitución de un nuevo modelo periodístico que se plasmara en cada una de las páginas de este diario. Esto revela que mientras su crecimiento empresarial iba a pasos agigantados, la renovación en su trabajo periodístico era incipiente.

Lo anterior se hace evidente en situaciones muy específicas como la creación de un Consejo Editorial que jamás sesionó; la salida de los coordinadores, jefes de información y subdirectores se debieron, en la mayoría de las veces, a conflictos internos y casi nunca con la intención de modernizar la forma de hacer periodismo. Es cierto que existieron significativas reestructuraciones, como el reordenamiento de la información nacional e

internacional, nuevas secciones, incremento de suplementos especiales, información privilegiada como los artículos de Gorbachov; pero nunca fue lo bastante impactante como para que trascendiera más allá de su habitual manera de informar. Comenta al respecto Samaniego: "con maquinaria del siglo XXI, se hacía periodismo de 1840; una presentación nada ágil (...), era una mezcla de conservadurismo con estancamiento". Muestra de ese conservadurismo y estancamiento editorial se refleja en la utilización de maquinaria de avanzada.

Todo esto parece indicar que no existió un diseño de política editorial concreto, y por tanto, no hubo objetivos precisos que marcaran su rumbo, y entonces ¿qué sentido tiene analizar los lineamientos editoriales de *El Universal* en el sereno salinista?

La respuesta es que pese a esta inestabilidad en el proyecto periodístico, la cual afectó la creación de un nuevo modelo informativo, sí existieron lineamientos constantes que el periódico nunca perdió de vista, ni infligió, desde el momento mismo que buscó una cercanía con el poder. Los cuales fueron mostrarse a la sociedad como un espacio pluralmente ideológico y democrático; sustentando esto en la promoción de una empresa económicamente fuerte y sana, aparentemente comprometida con sus trabajadores y con el crecimiento mismo de la nación. Y justo éstos lineamientos se apegaron íntegramente a las estrategias de comunicación social que la Presidencia de la República puso en marcha durante el gobierno de Carlos Salinas. Con lo cual este diario le fue muy útil al régimen, más que cualquier otro periódico, incluso el gubernamental como por ejemplo *El Nacional*, que sólo privilegia las bondades y aciertos del gobierno. De este modo se pusieron en práctica otras formas de avalar al poder y se desecharon las estrategias desgastadas. Salinas le apostó a la crítica, a la convivencia de diferentes ideologías, a la independencia de los medios y este diario representaba todo esto. Su prédica fue siempre "pluralismo ideológico", no hubo discurso alguno donde Ealy Ortiz no mencionara esta frase, además abrió sus páginas para que los diferentes grupos del interior del país expresaran sus demandas y cuestionamientos hacia el presidente —*Así Piensa México*—; Los cartoneros más críticos como lo son Naranjo y Helioflores estuvieron siempre en sus páginas editoriales. En resumen, *El Universal* se convirtió en una prueba material de lo que tanto el presidente de ese entonces decía en discursos y establecía en los programas de Estado; quien dudara de la palabra de Carlos Salinas, ahí estaba *El Gran Diario de México* para comprobarlo.

Por otro lado, Ealy decidió optar por la promoción de lineamientos editoriales críticos, para consolidar su empresa, pues creyó, y esto era indudable, que su poderío empresarial traería intrínseco un fortalecimiento periodístico. Prueba de ello es el sustento y estabilidad de la gerencia de Publicidad y Relaciones Públicas, bajo la dirección de Joffre de la Fontaine,

quien logró conseguir que este diario tuviera gran prestigio ante los publicistas. Es decir, Ealy Ortiz construyó toda la estructura de un periódico de primer mundo, a través de la adquisición y del crecimiento de su tecnología, para vender su información periodística y sus espacios publicitarios con mayores ventajas empresariales.

Por esta misma razón se crearon nuevas secciones como: **La Publicitaria**, que era dirigida especialmente a los empresarios, un mercado atractivo para los anunciantes; **Universo Joven**, con el fin de atraer lectores de 16 a 25 años aproximadamente, y a su vez la publicidad dirigida a este sector de la población.

Aunado a esto se establecen convenios con la UNAM, pero lejos de prestar un servicio a la comunidad y fortalecer el crecimiento profesional de todos aquellos estudiantes de la carrera de comunicación, estaba la intención de aglutinar lectores universitarios. Asimismo, fortaleció sus proyectos regionales, con el propósito, según su director general, de informar más y mejor a los habitantes de las distintas entidades de la República. Cuando es sabido que "en el proceso de la especialización de la información, las publicaciones regionales son excelentes formas de ganar publicidad."<sup>27</sup>

Tanto en el ámbito nacional como en el internacional Ealy promovió su periódico como un medio informativo innovador, lo cual se ajustaba perfectamente al proyecto salinista, así lo usaría: como principal vehículo de información, por la credibilidad que fue adquiriendo como líder de opinión.

Como buena empresa competitiva, certificó su circulación pagada a través de una compañía norteamericana, esta situación fue benéfica para *El Universal* porque su tiraje no era exorbitante, pero esta acción —en nuestro país que no tenía antecedentes— hablaba bien de él como empresa y como medio; seguidamente Ealy pretendió implementar un mecanismo de mejoramiento de la calidad del trabajo de los reporteros, sin embargo, no tuvo éxitos inmediatos, pero ya había quedado difundida esta gran noticia: la preocupación de *El Gran Diario de México* de tratar a sus reporteros como verdaderos profesionales.

En el fondo, para el salinismo esto representaba un reconocimiento internacional, ya que su política económica estaba forjando empresas idóneas para su incorporación al mercado global.

---

<sup>27</sup> "La Especialización de la Información". Ponencia presentada por Luis E. Mercado, director general de *El Economista*, el 18 de agosto de 1993, en el Seminario Internacional de Periodismo: La Información Frente al Nuevo Milenio.

En lo concerniente al gran despliegue tecnológico de *El Universal*, de alguna manera se usó durante el régimen salinista, como la carta de presentación de la prensa mexicana a nivel internacional. Hay que recordar que los directores de diarios, de agencias informativas y algunos presidentes de otras naciones que visitaron nuestro país, tenían como punto de visita el conocer las instalaciones de este periódico, con la intención de reconocerle el lugar privilegiado que tenía el medio y de reconocerle también los avances de su alta maquinaria y su forma de hacer periodismo.

Con todo lo anterior queda claro que los intereses económicos y de poder de Juan Francisco Ealy, fueron los que marcaron el rumbo de los lineamientos editoriales en estos seis años de gobierno. Esto, como ya se señaló, le redituó en su momento, grandes ganancias, prestigio y liderazgo en el mercado.

Por su parte al régimen de Carlos Salinas le convino un escaparate como éste, porque la apertura económica sería relacionada con la apertura democrática, a través de un periódico de vanguardia, además de que este medio le sirvió para hacer públicos todos sus logros.

## 2. Políticas de comunicación social del régimen salinista

El punto central del análisis del capítulo anterior fue el de revisar el diseño editorial y fortalecimiento empresarial de *El Universal* durante el periodo presidencial de 1988 a 1994. Esto permitió conocer el apego íntegro que tuvo este periódico a las estrategias de comunicación social, elaboradas por la Presidencia de la República durante el sexenio salinista, con el fin de buscar un fortalecimiento empresarial nacional y perfilarse así hacia una competencia internacional al lado de los diarios más distinguidos de América Latina y por qué no, de Estados Unidos y Europa. Ahora toca el turno de describir aquí dichas políticas de comunicación, para verificar esa correspondencia entre las acciones emprendidas por el periódico y las diseñadas por la Dirección de Comunicación Social del periodo presidencial de Salinas de Gortari.

Como primer punto, se definirá lo que es una política de comunicación social y cuál es el propósito de su existencia; se presentará un breve esbozo de la historia de estas políticas en México; a cargo de quién está la estructuración de las políticas de comunicación; la estructura interna de la coordinación encargada durante el régimen salinista —Dirección de Comunicación Social de la Presidencia de la República—; enseguida se describirán detalladamente las estrategias diseñadas, que sirvieron para impulsar el plan de gobierno de Salinas, haciendo énfasis en las dirigidas a los medios masivos de comunicación, en este apartado, se considera un espacio breve para hacer un listado de las acciones que ejecutó *El Gran Diario de México*, ya mencionadas y explicadas en el primer capítulo, y así comparar de forma inmediata las grandes coincidencias que tenía este diario con el régimen. Finalmente se hablará de cómo la instrumentación de las políticas de comunicación social, desembocaron en una exitosa popularidad de la imagen de Carlos Salinas de Gortari.

Las políticas de comunicación social son todas aquellas herramientas estratégicas que ponen en práctica los gobiernos para estructurar una eficaz relación con los sectores empresariales, obreros, campesinos, comunidad científica, artística, y la sociedad en general; utilizando como vehiculos mediadores a los medios masivos de comunicación. En ellas se fija la forma de convivencia gobierno-diversos sectores y los discursos que empleará la cúpula gubernamental para dirigirse a cada uno de los distintos sectores del país, por lo que la utilización de conceptos fuertemente connotados se da en abundancia. Esto es, si se califica al gobierno de “transformador”, es porque esta palabra, a simple vista muy sencilla, tiene de fondo la intención de preparar a los gobernados a un cambio, ya sea político, económico o social y estructurar poco a poco la idea de que lo permanente no es garantía de bienestar en cualesquiera de los tres rubros antes mencionados; y este concepto será repetido infinidad de veces en discursos, spots, propaganda, etc. Asimismo se define en ellas el cómo se debe ver al presidente de la República, y cómo se promoverá su

imagen, su proyecto de gobierno, dentro y fuera del país, y todas aquellas acciones emprendidas durante su mandato.

Las políticas de comunicación, afirman Ortega y Romero en su libro "**Las políticas de comunicación en el Perú**"<sup>28</sup>, las hay en toda sociedad, y puede existir de tres maneras: dispersas y no claramente articuladas; pueden tener un carácter muy general y presentarse como metas y principios deseables y tercero, pueden ser más específicas y perceptivas en la práctica y estar en la constitución, en las políticas nacionales generales, en los códigos de ética profesional, o bien en los reglamentos y estatutos de determinadas instituciones de comunicación.

Por consiguiente las políticas de comunicación social siempre están latentes, ya sea implícita o explícitamente. "En México lo es explícita en cuanto a que está expresada en disposiciones legales precisas, implícita porque se considera a través de una práctica aceptada, nacional porque abarca en sus disposiciones todo el territorio, e institucional porque son diversas instancias del gobierno en las que se disemina la práctica".<sup>29</sup> Y de su eficaz aplicación depende, en gran medida, la proyección y aceptación de los éxitos de los gobernantes; pues a partir de ellas se controla no sólo lo que se quiere decir a la población, sino cómo se desea que ésta entienda los discursos y por ende la forma de gobierno. De ahí puede depender el grado de aceptación, con el mínimo de objeciones posibles. Considerando esta parte fundamental de las políticas de comunicación, los medios de comunicación juegan un papel importante al respecto, aunque cabe aclarar que sin jugar un papel determinante, si son instrumentos que sirven para reflejar y reforzar la imagen de un gobernante, pues funcionan como los agentes más cercanos a la sociedad, y con mayor grado de influencia por los alcances que tienen. El discurso de un político en la explanada de una Delegación o de cualquier demarcación territorial sin la cobertura de la prensa, radio o televisión, no impacta igual que cuando éstos se hacen presentes. Con plena conciencia de ello, los gobiernos se dan a la tarea de diseñar estrategias de interacción y convivencia con los medios, para aprovechar estos foros, o bien, en el caso que los medios informen de manera contraria a sus intereses, puedan frenarlos para menguar la difusión negativa de las acciones del gobierno.

Octavio Campos en su Tesis afirma que en México "la prensa escrita ha quedado íntimamente ligada al grupo de poder dominante, fomentada o vetada en función del servicio que le preste al gobierno. El aparato gubernamental se ha relacionado con los medios con una postura mitad 'Laissez faire' —dejarlos actuar como ellos lo crean conveniente, sin

<sup>28</sup> ORTEGA, Carlos y Carlos ROMERO. *Las políticas de comunicación en el Perú*. Paris. UNESCO. 1976. P.5, en, ACKERMAN, Bruce; Lourdes ARIZPE y et. al. *Libertad y Justicia en las Sociedades Modernas*.

<sup>29</sup> CAMPOS Ortiz, Octavio. "La propaganda política, antecedente para la creación de la Secretaría de Información del Gobierno Mexicano". UNAM, ENEP Acatlán. 1998. p.220-221.

restricción alguna— y mitad coerción, en donde las prioridades nacionales en materia de comunicación muchas veces han estado al margen de los acontecimientos y necesidades reales de la población”.

## 2.1. Estructura interna de la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia de la República durante el régimen salinista

La constitución de un órgano encargado de diseñar y manejar las políticas de comunicación social de la Presidencia de la República, tiene sus orígenes, de manera más concreta y estructurada, en este siglo. Con Madero ya se tenía un vocero, responsable de informar sobre sus acciones; pero en 1914, cuando Venustiano Carranza, ocupa la capital de la República nombra a un director general de la prensa revolucionaria —su secretario particular, Alfredo Braceda—, con la intención de unificar la orientación política de diversos periódicos dentro de los ideales constitucionalistas. Braceda renuncia tiempo más tarde, al considerar que el objetivo se ha cumplido. Posteriormente en 1915 Carranza designó como director político de la prensa constitucionalista al secretario de Instrucción Pública, Félix F. Palavicini, quien más tarde sería el fundador de *El Universal* en 1916.

La política de comunicación social que siguió la administración carrancista fue: poner en boga un singular castigo, “los viajes de rectificación”, para todos aquellos periodistas que no comulgaran con “la verdad absoluta” en cuestiones políticas y militares. “Este castigo consistía en trasladar a los periodistas que habían exagerado noticias, o bien las habían deformado, según el régimen, al teatro de los sucesos donde se había originado la información. Con no muy buenos tratos y debidamente custodiados, el periodista castigado generalmente se “retractaba” de lo que pocas horas antes o días antes había publicado”<sup>30</sup>.

Esta línea de políticas de comunicación continuó su curso con los gobiernos posrevolucionarios, así durante el periodo del gobierno de Álvaro Obregón se aplicaron castigos corporales a aquellos periodistas que escribieron en contra de su administración, institucionalizó la frase de ‘un cañonazo de 50 mil pesos’ para coptar a los editores y dicen los especialistas en el tema que “fue el primer presidente que se acercó en forma amigable y cortés a los reporteros. De vez en cuando se daba el placer de enviar a los periódicos algunos artículos sobre política y sociología”<sup>31</sup>.

<sup>30</sup> REED Torres, Luis y María del Carmen RUIZ Castañeda. *El Periodismo en México: 500 Años de Historia*. Ed. EDAMEX, 3ª. Ed. 1995 p.287.

<sup>31</sup> *Ibid.*, p.290.

Durante el régimen de Plutarco Elías Calles se hacen frecuentes las deportaciones para todos aquellos que no comulgan con su forma de gobierno y la relación entre Presidente y periodistas no es tan cordial como en el régimen anterior. Sin embargo, esta relación entre el poder y medios de comunicación adquiere nuevamente matices diferentes con Lázaro Cárdenas, ya que con él se crea el Departamento de Prensa, lo que deriva a su vez en las coordinaciones de comunicación social con las que cuentan las diferentes dependencias gubernamentales. Asimismo fundó la productora e Importadora de Papel, S. A. (PIPSA), como monopolio estatal para importar todo el papel que consumen los periódicos mexicanos, aunque bajo la apariencia impecablemente legal, señala el investigador Luis Reed Torres, de que participaban y se beneficiaban los editores de todos los diarios.

Otro antecedente de las políticas de información en el México moderno fue en el gobierno de Miguel Alemán, que durante ese periodo se abrieron a los reporteros todas las fuentes oficiales de información y en 1951, cuando las consecuencias de la Segunda Guerra Mundial, llegaron hasta nuestro país y surgió una imprevista escasez de papel, la cual produciría una disminución en las páginas y tirajes de los diarios mexicanos, el entonces presidente Alemán ordenó que los trenes de pasajeros movieran furgones cargados de papel, desde la frontera norte hasta la ciudad de México, con ésto, los periódicos se salvaron de una fuerte crisis, que hubiera podido desembocar en su desaparición. Ante este rescate, los editores encabezados por García Valseca —dueño de la cadena de diarios más grande del mundo—plenamente agradecidos, se reunieron con el presidente el 7 de junio de 1951, para darle las gracias de forma especial y un año después se instituyó oficialmente este día como el día de la libertad de prensa.

La gratitud hacia el presidente Alemán fue evidente y los diarios se sintieron sumamente comprometidos con el gobierno y cuando la política gubernamental apuntó hacia un auto-abastecimiento de productos alimenticios, la prensa fue la primera en llamar la atención sobre esta cuestión y avalar esta postura.

Durante la administración de Gustavo Díaz Ordaz se decreta la "Ley de Radio y Televisión". Con Luis Echeverría se complementa esa disposición con un reglamento, el gobierno adquiere Corporación Mexicana de Radio y Televisión y se establecen las normas para el otorgamiento de concesiones federales; y crea el área de Información y Relaciones Públicas del Ejecutivo, como un órgano dependiente de la Secretaría de Gobernación.

Así cada administración presidencial ha implementado estrategias de comunicación apegadas a su forma de gobierno, pero éstas cada vez se han hecho con mayor cuidado y se les han asignado más objetivos que controlar a los medios de comunicación, como el hecho de promover todo un proyecto de gobierno y la imagen de su titular. En la historia reciente podemos citar como ejemplos los regímenes de López Portillo y Miguel de la Madrid, los antecedentes más inmediatos a las políticas de comunicación social de Carlos Salinas.

La administración de José López Portillo puede considerarse como la última que se asumió como emanada de la Revolución y con características de Estado benefactor. Su modelo de gobierno se construyó a partir de la imagen misma del jefe del Ejecutivo, es decir, la de un gran organizador y conductor de un Estado que contaba con los instrumentos e instituciones que empujaran y condujeran el desarrollo. Sus conceptos fundamentales fueron Justicia y Libertad, como sustentos constitucionales, garantizados ambos por un Estado poderoso. La autoridad del Estado y su capacidad para promover fueron el sustento de la concepción del gobierno como promotor de desarrollo. Este modelo de gobierno, mencionan los propios documentos oficiales de la Presidencia de la República, fue el referente para el de Carlos Salinas.

En este marco, la política de comunicación en el régimen lópezportillista fue como una visión abarcadora de los medios conducidos desde el gobierno con los instrumentos de autoridad y de operaciones que guiaran al aparato de comunicación y al que la iniciativa privada debía adaptarse.

Mientras tanto el gobierno de Miguel de la Madrid se puede caracterizar como la administración de la crisis, lo que significó su ubicación como un gobierno de transición entre el Estado Benefactor y uno de corte neoliberal. En este sentido, su gobierno se sitúa en la afirmación de políticas que permitieran sostener la continuidad institucional desde una perspectiva austera ascética que mucho tenía que ver con su imagen personal de servidor y funcionario público, burócrata recto y austero.

Su política de comunicación tiende a contradecir su estrategia de gobierno, pues se lleva a cabo una concentración de los instrumentos del aparato público de comunicación, es decir, crea instituciones como IMCINE, IMEVISION e IMER ligadas absolutamente al gobierno, con lo que su libertad de actuar se encuentra sujeta a la Secretaría de Gobernación.

Con este breve panorama de los antecedentes de las políticas de comunicación, podemos darnos cuenta que el órgano encargado de construir las políticas de comunicación social, llamado Dirección General de Comunicación Social, ha tomado un lugar preponderante en la promoción y justificación de los proyectos de gobierno, y en el régimen salinista no fue la excepción, por el contrario la conformación de esta Dirección se estructuró muy bien, pues como ya se ha venido comentando Carlos Salinas y sus asesores se preocuparon por consolidar un aparato fuerte en materia de Comunicación Social que promoviera y respaldara la imagen del presidente y además avalara sus acciones, tanto en el plano nacional como internacional, por lo que la constitución de esta dirección, de acuerdo a documentos oficiales de la Presidencia de la República y a publicaciones de la Unidad de Crónica<sup>22</sup>, se encontraba de la siguiente manera:

<sup>22</sup> "Manual de Inducción a Presidencia de la República" 1992.

PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA

**Dirección General de Comunicación Social**

Informar a la ciudadanía sobre las actividades en que participa el Primer Mandatario, así como captar y analizar la información que viertan los medios masivos de comunicación en acontecimientos de interés para el C. Presidente.

**Secretaría Particular**

Atender las solicitudes de audiencia que le soliciten al C. Presidente, así como preparar conjuntamente con el Estado Mayor Presidencial las giras de trabajo y los eventos a los que asista el Primer Mandatario.

**Dirección General de Información**

Integrar un sistema de información que apoye el logro de las tareas asignadas, así como realizar el análisis socio-político de la gestión gubernamental.

**Subdirección de Información a medios de los estados**

Analizar la información que manejan los diferentes medios de comunicación de los estados de la República sobre el Primer Mandatario.

**Dirección General de Información Internacional**

Analizar la información que se maneja en el ámbito internacional, sobre el Primer mandatario y su gobierno.

**Dirección General de Difusión**

Promover las actividades y acciones del Primer mandatario en los diferentes medios de comunicación, radio, prensa y televisión, para el conocimiento de la sociedad.

**Dirección General de Relaciones Públicas**

Analizar y promover la imagen del Primer Mandatario, así como sus reuniones con otros funcionarios del país y de otras naciones.

**Coordinación Administrativa**

Atender y analizar las actividades inherentes a la administración de personal, así como de los recursos materiales y financieros asignados a la Dirección General de Comunicación Social.

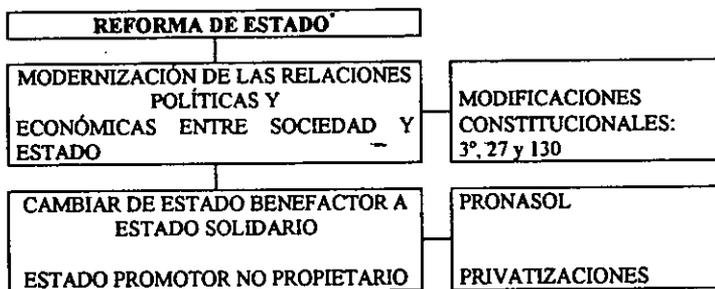
La estructura interna de la coordinación encargada de las políticas de comunicación social de la Presidencia de la República, se han ido especializando en el transcurso de la historia; de su forma más simple, a formas más complejas como la que acabamos de describir. Existe un equipo de trabajo muy grande, pendiente de difundir a la sociedad las acciones del jefe del Ejecutivo, de analizar la información que se vierte del gobierno a nivel nacional e internacional, y con lo anterior, puede instrumentar formas más eficaces de comunicación entre el presidente de la República y la población y lograr que éste tenga el menor número de tropiezos en el momento de gobernar y ejecutar su proyecto de gobierno.

## 2.2. Objetivos y Estrategias de las Políticas de Comunicación Social

En el apartado anterior se hizo una breve retrospectiva de los antecedentes de las políticas de comunicación social del México moderno y a través de ello se pudo constatar y reafirmar la tesis de que dichas herramientas ocupan un lugar preponderante dentro de las estrategias de gobierno. De su eficaz instrumentación depende, en parte, el control del poder. Por esa razón la dirección encargada de estas políticas, en el sexenio salinista, se dio a la tarea de estructurar, de forma casi perfecta, en todos los niveles, la convivencia entre el gobierno y la sociedad y la asimilación de su proyecto de gobierno. A continuación se describen los conceptos fundamentales de estas estrategias comunicativas, que empleó y difundió el gobierno federal.

Carlos Salinas de Gortari inició una revolución en la manera de construir y aplicar las políticas de comunicación social. Como primer punto contundente, e inusual, se estableció la imagen de un Presidente transformador y renovador de las relaciones políticas y sociales entre el gobierno y la sociedad. Su concepto básico, presente en cualquier discurso, fue la **Modernización**, en la que se basó para emprender una serie de modificaciones en todos los ámbitos del país. Esto tenía como fin romper con la imagen autoritaria de la figura presidencial e incorporar a distintos actores y grupos de la sociedad a los espacios públicos, sociales, económicos y políticos, y así hacerlos partícipes de los logros que se irían consiguiendo. Siempre bajo el emblema de una **nueva democracia**. El planteamiento de su imagen trajo consigo la reformulación del Estado, la cual consistió en **modernizar** las relaciones políticas y económicas entre la sociedad y el gobierno: 1) principalmente se debía regular dentro de un nuevo marco jurídico dichas relaciones, con apego irrestricto a la realidad de ese momento. Los puntos que con mayor urgencia demandaban esta modificación, según el gobierno, eran las leyes que regían las relaciones con la iglesia; elevar la calidad educativa del pueblo mexicano y reordenar la tenencia de la tierra, es decir, los artículos 3º, 27 y 130 de la constitución. 2) Dejar de ser un gobierno proveedor de recursos, bajo el estigma de beneficencia, para pasar a ser un gobierno solidario, donde gobernantes y gobernados compartieran en el mismo nivel la responsabilidad en la solución

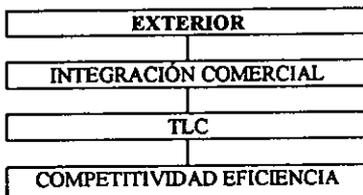
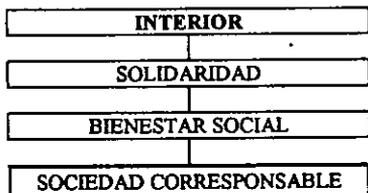
de las demandas: “la sociedad ya no debía verse como un ente minusválido y ahora tenía que ser copartcipe de su desarrollo”. 3) El Estado ya no debía continuar con la lógica del sostenimiento de las paraestatales, pues lo que invertía en ellas debía utilizarse para el desarrollo social. Privatizar las empresas, significaba hacerlas más competitivas y mejorar la economía nacional. De tal modo que la **Reforma del Estado** se presentó así:



Por otro lado, el proyecto del gobierno salinista se sustentó en dos vertientes, una en el plano nacional, política social, y otra en el internacional, política económica. En el primer caso, **SOLIDARIDAD**, a través del Programa Nacional de Desarrollo, se planteó como un concepto alternativo de justicia social, emanada directamente del gobierno y como un instrumento de participación social al enfatizar la necesidad de una **sociedad corresponsable** con el mejoramiento de su propia calidad de vida: **bienestar social**.

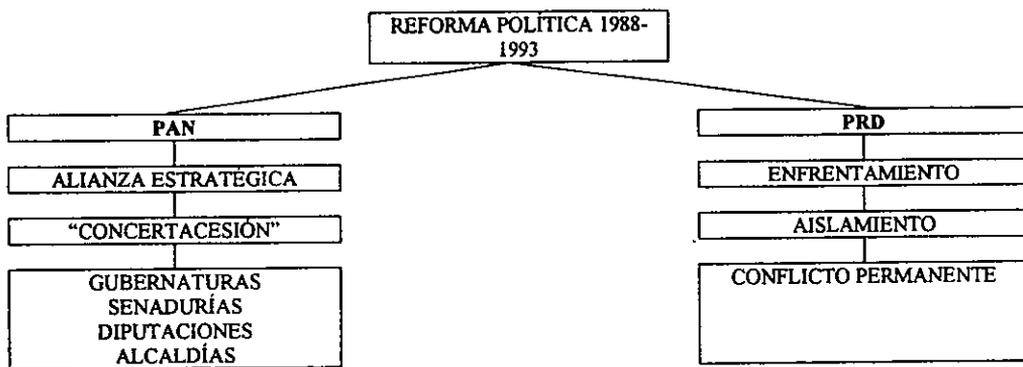
En el exterior el horizonte salinista se perfiló hacia la **Integración Económica** en el mercado mundial, mediante la creación del bloque comercial con América del Norte — Estados Unidos, Canadá y México—, se concibió como pieza fundamental de la modernización económica y de la renovación de la planta industrial del país. En forma paralela, se introdujeron conceptos como **eficiencia** y **competitividad**, en nombre de los cuales se buscó incentivar tanto a la inversión privada nacional como a la extranjera. Lo anterior, esquemáticamente se representa a continuación:

\* Nota: Todos los cuadros de este apartado fueron extraídos del documento de los Antecedentes de las Políticas de Comunicación Gubernamental de la Presidencia de la República.



El gobierno salinista sustentó el equilibrio de su discurso en dos conceptos fundamentales: en el plano interno sus políticas apuntaban, según la difusión que se les dio a éstas, a alcanzar un bienestar social nacional, sin exclusión alguna, se decía que el crecimiento del país no se daría si no se mejoraba antes las condiciones internas de éste. Y por otro lado, en el terreno externo, México no podía negar su ingreso al mercado global, pues este modelo económico auguraba, según los especialistas —denominados tecnócratas—, un alto desarrollo económico, que a su vez se traduciría en un desarrollo social, cultural y político. Los indicadores claves eran la competitividad y la eficiencia. Estas dos estrategias no estaban polarizadas, por el contrario se complementaban y se integraban en un proyecto de nación.

En materia política, también se siguió una línea, sumamente cuidadosa y diseñada a satisfacer los propósitos del régimen. Este sexenio se caracterizó por el proceso de una **Reforma Política** que definió bastante bien la relación del gobierno, con las dos principales fuerzas opositoras: PAN y PRD.



Con el primero estableció una alianza estratégica que, de inicio, legitimó al gobierno de Carlos Salinas y le permitió un fortalecimiento considerable. El PAN se adjudicó la gubernatura de tres estados -Baja California Norte, Chihuahua y Guanajuato-, numerosas

alcaldías, diputaciones y senadurías. Lo que puso de moda la transformación del término concertación a otro parecido, pero que implicaba negociaciones cupulares y a trasmano: **concertación**. Cabe aclarar que este término lo acuñó Francisco Cárdenas Cruz, columnista de primera plana de *El Universal*, durante los conflictos poselectorales que se dieron en el estado de Guanajuato, cuando renuncia el gobernador electo priísta José Ramón Aguirre y asume la gubernatura del estado, el panista Carlos Medina Plascencia.

La relación con el PRD fue de constantes enfrentamientos y fricciones, que tuvieron sus orígenes en los comicios de 1988, en donde este partido reclamaba haber ganado las elecciones. Esta situación impidió al PRD participar de manera real en las tres primeras reformas políticas del sexenio. Pero los sucesos de 1994 obligaron al gobierno a incluir a este partido, como elemento importante, en la reforma de ese año, lo que contribuyó a consolidar su proyecto de apertura democrática, aunque éste haya llegado demasiado tarde.

### **2.2.1. La Relación: Gobierno-Medios Masivos de Comunicación.**

Dentro de estas políticas de comunicación social también se ubican, y en este trabajo son de suma importancia los lineamientos que se establecieron en la relación gobierno-medios masivos de comunicación; los cuales siguen la lógica de las estrategias mencionadas en los párrafos anteriores y que en consecuencia fueron espectaculares e innovadoras, pues como hemos venido revisando, siempre ha existido una relación muy accidentada entre los medios de comunicación y el poder, y en esta administración la tónica es otra. Carlos Salinas, desde el inicio de su mandato le apostó a la autocrítica, que era factor condicionante en los medios de comunicación, al abrirse a la modernización.

“(…)Abriré los medios electrónicos de comunicación del estado al libre flujo de las ideas y las imágenes, la crítica y el debate (...) Vamos a modernizar las relaciones entre el Estado y la prensa. Avanzaremos hacia una mejor relación entre medios y ciudadanos”.<sup>33</sup>

La administración salinista definió esta nueva relación Estado-medios, como el respeto irrestricto a la libertad de expresión de ideas, la tolerancia absoluta a la crítica ejercida por los profesionales de la información; y como complemento de estas medidas se generaron las siguientes modificaciones:

1. La apertura de las fronteras a la libre importación del papel.
2. La desincorporación de los principales canales de televisión que habían estado en manos

<sup>33</sup> Discurso de toma de posesión extraído de: Democracia Mexicana, H. Cámara de Diputados LV Legislatura. Instituto de Investigaciones Legislativas. 1994, p. 329.

del gobierno y el fortalecimiento del periódico *El Nacional*, dotándolo de todos los recursos e instrumentos necesarios para convertirlo en un diario de Estado sí; pero de un Estado moderno, vanguardista y autocrítico.

3. El establecimiento del salario mínimo profesional para periodistas.
4. La implantación del pago, por parte de las empresas de comunicación, de los gastos de sus enviados en giras oficiales.
5. La publicación de los lineamientos para la aplicación de los recursos federales destinados a publicidad y difusión, y en general a las actividades de comunicación social.

Cada una de estas medidas que se llevaron a cabo, fueron justificadas muy hábilmente, dentro de un proceso de democratización; es decir, para la administración salinista, la apertura a la libre importación del papel, fue una acción que se ejecutó en respuesta a exigencias añejas, tanto nacionales como internacionales, que señalaban la existencia de PIPSA como un método para coartar la libertad de expresión. El establecimiento del salario mínimo para los periodistas, fue producto, afirmó el propio Carreño Carlón, del diálogo que se tuvo en junio de 1989 con la recién instituida Asamblea de Representantes del Distrito Federal, con lo cual queda claro que la medida decretada no había sido una decisión vertical.

“...se escribió, se dijo todo, todo aquello que se pensaba, todo aquello en lo que se creía y no hubo ninguna cortapisa por parte de la autoridad, y eso permitió precisamente que la crítica se expresara en toda su dimensión y yo llegué, incluso, a afirmar: son mejores los excesos de la crítica que la pretensión de regular o, incluso, de reducirla, y ese abrir espacios del pensar, del reflexionar, del criticar, es crear nuevos caminos en la vida democrática de México”.<sup>34</sup>

El régimen salinista implementó su política de comunicación basada en la pluralidad. Y como bien lo explicó Aguilar Camín, en su momento, el gobierno no ponía cortapisas a la libertad de expresión, ya que son los propios medios los que la ejercen, en función de sus propios intereses.

Esto se debe principalmente a que el gobierno es el cliente único en varios sentidos: es el principal generador de noticias, el mayor anunciante del país, el proveedor de consensos, contratos e incluso respaldos políticos; en el caso de la prensa escrita, es el principal lector, y en lo que se refiere a la radio y a la televisión, en él se ubica el poder de otorgar o cancelar las concesiones, a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

---

<sup>34</sup> México los años del cambio. Entrevista hecha por Rolando Cordera y Ricardo Rocha a Carlos Salinas de Gortari. Ed. Diana. 1994. p. 146.

En este sentido el proyecto salinista se vio fortalecido, pues se diseñó bastante bien la idea de la apertura democrática, y dado que fue una administración que le invirtió muchos recursos a la promoción de la imagen del presidente, a los medios les favorecía sustentar estas políticas, enmarcadas en un ambiente de absoluta libertad. Ya que hasta los periódicos considerados como opositores recibieron fuertes cantidades por insertar publicidad gubernamental, específicamente durante la campaña de Ernesto Zedillo.

Durante el foro de *Excelsior*, donde se habló sobre la relación Prensa-Estado, Héctor Aguilar Camín<sup>35</sup>, mencionó los elementos importantes de la modernización en la prensa, y destacó que de alguna manera esto era lo que la administración salinista pretendió poner como modelo a seguir a nivel interno y logró reflejarlo internacionalmente.

Así, esta modernización en la prensa, *El Universal* la ejecutó al pie de la letra de la siguiente manera: una renovación de equipo y de instalaciones; terminar con la desatención autoritaria al anunciante y al lector que empiezan por no saber el tiraje real de los medios y la carencia de instancias legales donde reclamar abusos, imprecisiones o lesiones a la fama pública, que la prensa suele infligir sin costo ni reproche alguno.

En el exterior, la política de comunicación social tuvo dos vertientes: "la del esfuerzo publicitario y una red directa de comunicación desde consulados y embajadas".<sup>36</sup>

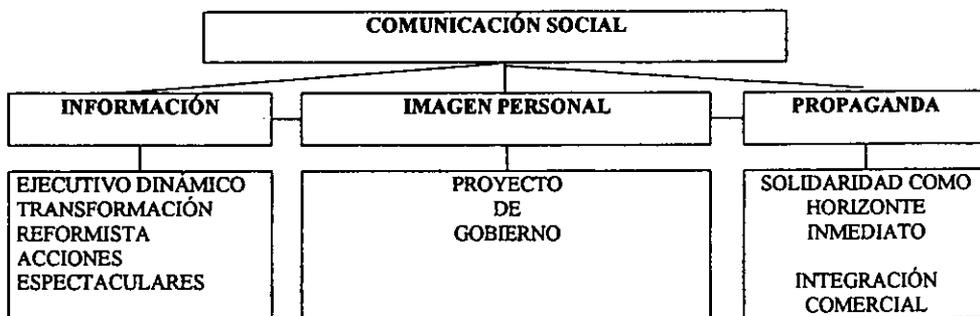
Con respecto a la primera, Salinas de Gortari, contaba con un excelente proyecto de campaña de relaciones públicas, por el que pagaba más de 11 millones de dólares al año sólo en los Estados Unidos, según afirma Oppenheimer en su libro "*México en la Frontera del Caos*". Además de la estrecha relación que se consiguió entre la Presidencia y la prensa extranjera, pues según afirman los propios corresponsales, esta oficina tenía una lista de los medios de comunicación impresos más privilegiados de este régimen<sup>37</sup>, entre los que se encontraba, en primer lugar: *The Wall Street Journal*, seguido *The New York Times*, *The Washington Post*, las revistas *Time* y *Newsweek* y de Europa *The Financial Times*, que no sólo tenían información privilegiada, sino incluso, cada lunes José Córdoba Montoya les concedía briefings muy privados —sesiones preparatorias donde les proporcionaban instrucciones sobre el manejo idóneo que debían hacer de la información, con el fin de robustecer la imagen presidencial—.

<sup>35</sup> Foro de ideas de *Excelsior*, que se llevó a cabo los días 11 y 12 de mayo de 1993, en el Auditorio Jaime Torres Bodet, Museo Nacional de Antropología, con el tema "La Relación Prensa, Estado y Sociedad: Circunstancias y cambios".

<sup>36</sup> "Antecedentes de las Políticas de Comunicación Gubernamental. Presidencia de la República" 1993. p.13.

<sup>37</sup> "La queja del Presidente no nos afecta: corresponsales", *La Jornada*, 9 de enero de 1997.

Todo lo anterior nos da un panorama de los rasgos distintivos de las políticas del gobierno salinista, en lo referente a su política de comunicación social, así como una señalización específica de los conceptos principales que manejó la Dirección de Comunicación Social para promover la imagen del jefe del Ejecutivo y su administración. Para lograr una efectividad en la difusión de estos conceptos, se instrumentó una comunicación gubernamental basada en dos niveles: **información y propaganda**.



La información se caracterizó por la desbordante promoción de actividades presidenciales, utilizando para ello, según señalan los propios documentos de la Presidencia de ese sexenio, la proyección de una imagen de un gobierno eficaz, abierto al cambio, con decisiones espectaculares y cercano a la sociedad, cuyo titular poseía una personalidad carismática, dinámica, vigorosa y valiente.

La concepción de la propaganda giró en torno a dos aspectos fundamentales del ideario político de Carlos Salinas de Gortari: Solidaridad y la Integración Comercial. El primer asunto fue manejado desde el comienzo de la administración como un horizonte inmediato de mejoría material para todos, desde una posición gubernamental promotora y no paternalista. Y paralelo a este programa estaba la incorporación al mercado global, como garantía del fortalecimiento económico del país en el plano internacional, a partir de estos dos programas se desglosaron los puntos secundarios de su proyecto gubernamental.

Las estrategias de información y propaganda tenían un objetivo, promover y fortalecer la imagen personal del presidente de la República a través de la gran difusión que se le dio a su plan de gobierno.

En el siguiente apartado veremos en forma concreta cómo se integraron estas políticas de comunicación social del gobierno salinista y los resultados que se fueron generando, apuntado éstos hacia una promoción exitosa de la imagen de Carlos Salinas de Gortari.

### 2.3. La popularidad de Carlos Salinas de Gortari

Carlos Salinas de Gortari ha sido el presidente más polémico de la vida postrevolucionaria de México, pues desmitificó los logros constitucionales de 1857, de 1917 y la manera en que se venía haciendo política. Su mandato coincidió con la globalización comercial del mundo y no dudó en incorporarse al proyecto neoliberal.

Salinas llega al poder a través de una polémica elección, se consideraba que su cargo era legal, pero no legítimo, ante este oscuro triunfo tuvo que cimentar su apoyo; en el interior, con golpes espectaculares a los sindicatos poderosos y corruptos, como fue el caso del derrocamiento del líder petrolero, Joaquín Hernández Galicia, La Quina, y del SNTE (Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación), Carlos Jongitud Barrios. En el exterior buscó el reconocimiento de los Estados Unidos, y para ello se retractó de sus posturas en contra de la apertura económica.

Es así como construye un proyecto de nación influenciado por las tendencias mundiales, y el cual se promueve como un proyecto de todos los mexicanos y para los mexicanos. El panorama nebuloso con el que asumió el poder poco a poco se volvió claro, pues este programa se veía respaldado por el descenso del socialismo y la consolidación de los grandes tratados económicos internacionales. "Era urgente una reforma del Estado, porque el mundo en el que vivíamos se transformó en estos años de manera casi total, cuando inició el gobierno existía el muro de Berlín, la URSS y se transformó radicalmente".<sup>38</sup>

Salinas toma el estandarte del "Liberalismo Social" dentro de su proyecto modernizador, que consistía según él, en una libertad con justicia, en donde se reconocían las capacidades y se alentaba la participación de los individuos, pero con un sentido de comunidad. Y muy hábilmente encontró una justificación histórica de la existencia de este concepto que pronto se convirtió en slogan<sup>39</sup>, pues Salinas decía que no se había aumentado nada nuevo, lo único que se había hecho era retomar la Reforma liberal del siglo XIX, encabezada por Juárez, en el respeto al individuo, en su dignidad e integridad, y los principios de la primera revolución de este siglo, principalmente la herencia histórica de Zapata.<sup>40</sup>

<sup>38</sup> México los años del cambio. Entrevista hecha por Rolando Cordera y Ricardo Rocha a Carlos Salinas de Gortari del 6 al 11 de noviembre de 1994. Ed. Diana. 1994. p. 14.

<sup>39</sup> Es una frase fácil de recordar, que resalta los aspectos más importantes del producto o de la empresa, se emplea como título del texto de un anuncio y con él se resume el mensaje publicitario.

<sup>40</sup> op. cit., p. 19.

Este discurso fue el principal escudo que justificó a las reformas económicas llevadas a cabo en este sexenio: la reforma al artículo 27 constitucional, las numerosas privatizaciones y la apertura económica con América del norte, que en breve lo llevaron a la cúspide.<sup>41</sup>

Una de las aspiraciones de Carlos Salinas fue la de traer inversionistas europeos, establecer fuertes acuerdos económicos con sus gobiernos, sin tener antes que recurrir a su poderoso vecino del norte, sin embargo estas expectativas se vieron frustradas cuando asistió al Foro Económico Mundial en Davos Suiza, en enero de 1989, y se percató que los inversionistas extranjeros estaban muy preocupados en estudiar los nuevos mercados del exbloque soviético y no deseaban perder el tiempo con México, cuyas reformas de libre mercado aún eran muy rígidas.

Ante esta situación el presidente de México no tuvo más remedio que empezar a coquetearle a los Estados Unidos, generando condiciones económicas bastante atractivas, sobre todo en la Bolsa de Valores, anunciando la privatización de 18 bancos comerciales, la de Teléfonos de México y negociando la firma de un acuerdo económico con Estados Unidos y Canadá.

Estas reestructuraciones llevadas a cabo a principios de los noventa trajeron al país los capitales de la empresa Salomon Brothers a la Bolsa de Valores, obteniendo grandes ganancias hasta de un 50% para sus clientes; el director del departamento de investigaciones de mercados emergentes de esa firma, publicó un informe titulado "México una economía de primera clase en los años noventa".

Con esto Carlos Salinas iba cobrando presencia en el vecino país del norte, y es que la imagen que representaba, era la de haber roto con el estereotipo de los presidentes mexicanos del siglo XX, para los norteamericanos el presidente de México era el primero de una nueva casta de políticos jóvenes, pragmáticos, con estudios en Estados Unidos, principalmente en Economía, a los que se les reconocería con el nombre de tecnócratas, con quienes los empresarios estadounidenses podían hablar en su propio idioma y con plena confianza.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Para Lorenzo Meyer el salinismo fue una Perestroika pero sin glasnost, es decir, una apertura económica, pero sin una transparencia política en la cual la sociedad acompañara el proyecto.

"Gobierno del Licenciado Carlos Salinas de Gortari". En Nuestro Tiempo: Colegio de México. Canal 11, transmitido el 7 de abril de 1996.

<sup>42</sup> OPPENHEIMER, Andrés. México en la frontera del caos. México, Ed. Javier Vergara Editor. 1996. p.22.

“Salinas era uno de esos hombres que corrían todas las mañanas, llevaba relojes de plástico Cassio, zapatos de trabajo Timberland y firmaba sus decretos gubernamentales con bolígrafos comunes. En la prensa nacional generaba una gran cantidad de titulares y entre los reporteros lo llamaban la hormiga atómica, por su energía y trabajo incansable”<sup>43</sup>

En su tercer año de gobierno organiza la Primera Cumbre Iberoamericana, en donde asisten todos los países de América Latina, además de España y Portugal; firma un tratado de Libre Comercio con Chile, se entrevista con un centenar de gobernantes. Al tiempo que, junto con España, Colombia y Venezuela, México respalda las gestiones del Secretario General de las Naciones Unidas en favor de una solución pacífica al conflicto en El Salvador.

Asimismo, estableció relaciones con el Vaticano, e hizo flexibles las normas más rígidas establecidas en la Constitución Mexicana, de esta manera Salinas fortaleció nexos en el plano nacional e internacional. Internamente supo como manejar a la clase obrera y campesina, ya que pese a las modificaciones que realizó y que los perjudicaban enormemente, tenía un plan con que “responderles” y al cual le debe gran parte de su popularidad nacional: PRONASOL (Programa Nacional de Solidaridad).

“Solidaridad quiere decir participación de los propios beneficiarios en la solución de sus demandas, ser corresponsables; y algo muy importante: un manejo honesto transparente de los recursos”.

Paralelo a las grandes reformas económicas, siempre existieron acciones de acercamiento, para ofrecer solución a las demandas de los sectores más pobres, seguidas por una gran cobertura de medios. Para destacar que el proyecto de nación de este gobierno incluía a todos los mexicanos.

Por otro lado, creó un órgano, con la pretensión de darle independencia, que realizara y vigilara las elecciones: IFE (Instituto Federal Electoral), esto con el fin de legitimar los procesos electorales con un escenario democrático y enmarcarse como un presidente dispuesto al diálogo y a la apertura política, frente a la opinión pública.

Pero esto sólo era el inicio de una cadena de éxitos que nunca nadie se imaginó, en 1993 el proyecto salinista llegó a la cima. La inversión externa en la Bolsa Mexicana de Valores subió el 98%, México contaba con reservas internacionales de 24.5 mil millones de dólares, para ese tiempo se habían privatizado 252 empresas estatales, incluidos los bancos comerciales más grandes de México y el monopolio de teléfonos; Salinas justificaba estas

---

<sup>43</sup> *Ibid.* p. 22.

privatizaciones diciendo que con la venta de los bienes públicos se iba a poder pagar la deuda interna y así se atenderían las demandas sociales de la población -salud, vivienda, alimentación y educación-. Se renegoció la deuda externa y el programa de Solidaridad llegó a los lugares más recónditos del país. El candidato demócrata de los Estados Unidos, Bill Clinton proclamaba su enorme admiración por el presidente de México y lo calificó como uno de los principales reformadores del mundo.

El éxito de México tenía un nombre: Carlos Salinas de Gortari. Los reflectores mundiales se volcaron hacia él y desde mediados de 1992 un "boom" de publicaciones periodísticas nacionales y extranjeras dedicaron grandes espacios al presidente mexicano. Como muestra de ello podemos ver las fotografías de la siguiente página.<sup>44</sup>

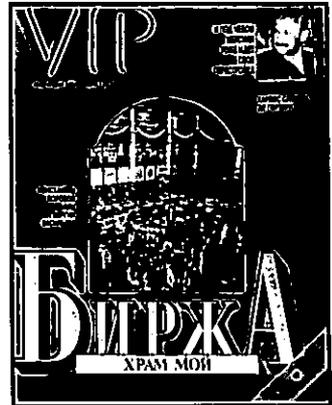
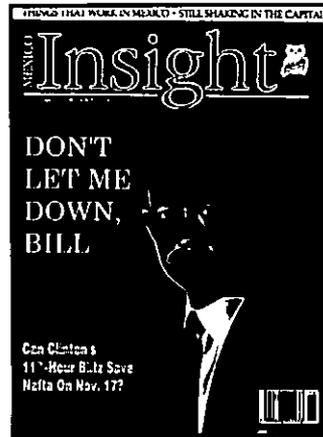
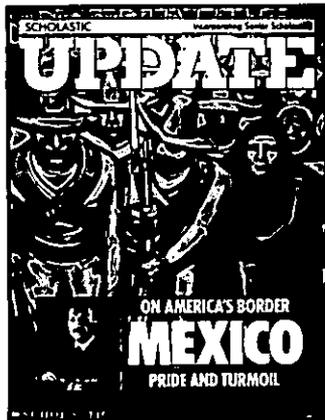
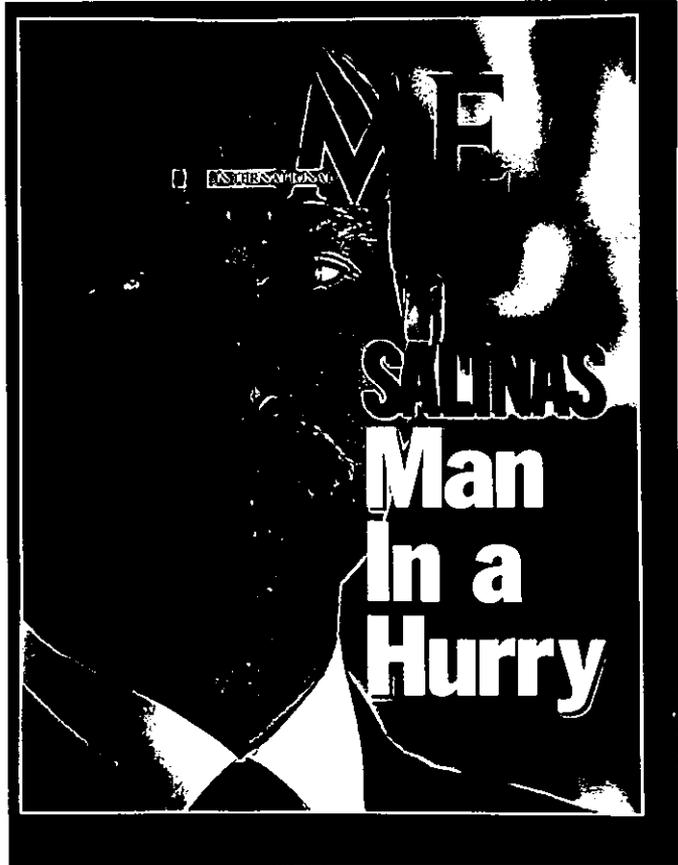
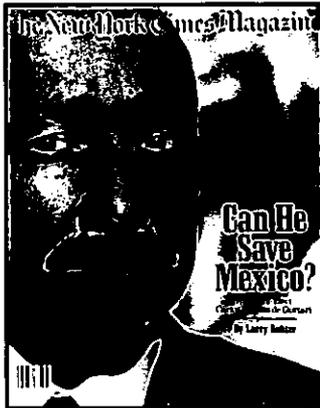
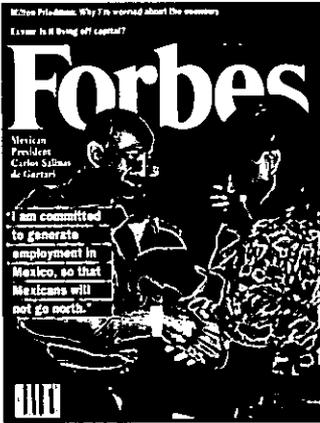
La revista Forbes en su publicación de la lista de los más ricos del mundo incluyó a 13 mexicanos, con lo cual México se colocó en el cuarto país con más multimillonarios en el mundo, después de Estados Unidos, Alemania y Japón. Esto reafirmaba el por qué México ingresó en corto tiempo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, es decir, a la élite de las naciones más ricas del mundo.

A finales de 1992 el diario *El Espectador* de Colombia nombró a Carlos Salinas como "El hombre del año internacional", este diario ponía a México como modelo de un país tercermundista que con esfuerzo y liderazgo de un gran estratega económico, logró el éxito de una nación sustentada en una justicia social; el año siguiente "el hombre con sonrisa de zorro, de astuta personalidad" fue proclamado por la revista *Time* "El hombre del año en Latinoamérica", este título era la consagración que deseaba cualquier presidente de América Latina.

"...Además, los logros obtenidos al saltar al libre mercado se deben, en gran medida, al hombre que está en lo más alto. Salinas, planeador astuto que admira los casos asiáticos de éxito -en un tiempo sus hijos estudiaron en una escuela japonesa en la ciudad de México- ha logrado, casi por sí solo infundir energía en una nación que solía estar celosa y resentida ante el dinamismo que había al norte de su frontera. Ahora, cuando han transcurrido dos terceras partes del mandato único de seis años que la ley permite, este reformador en jefe ya se ha ganado un lugar en los libros de historia de México".<sup>45</sup>

<sup>44</sup> *Crónica de un sexenio*. Presidencia de la República. Dirección General de Comunicación Social. 1988-1994. 230p.

<sup>45</sup> "El hombre del año". *Time*. N. 47, EUA, 4 de enero de 1993.





SEATTLE: CHARTING THE NEW PACIFIC  
**Newsweek**  
AFTER NAFTA  
MEXICO IS  
LOOKING  
UP

**Forbes**  
Mexico's  
Economic  
Reforms  
Are  
Committed  
to  
generate  
employment  
in  
Mexico, so that  
Mexico will  
not go south.

**MEXICO**  
Mexico's  
Economic  
Reforms  
THUMBS UP!

MEXIQUE  
LE JAGUAR  
REVEILLE  
L'Amérique.  
ne sont pas  
deux partenaires.

**Canadian Business**  
MEXICO  
INC.  
Canada  
finds  
the perfect  
partner

AMERICAN  
**Time**  
NOMBRE DEL AÑO  
DE AMERICA  
SALINAS DE GORTARI  
Un presidente  
atómico  
renueva México

**Newsweek**  
THE REGION CONFUSION  
Why the States Aren't High  
The  
Giant  
Killer  
Mexico's  
Salinas Gets  
Tough Fast

**LEADERS**  
MEXICO'S  
REFORMS '83  
AFTER THE  
G.I.T. WAR '18

**CNN**  
Raise UIC stake in  
Mexico's economy

**STILL**  
The  
Button-Down  
President  
Is Carlos Salinas  
and is the first  
to be elected  
without a  
party

**Forbes**  
THE KING OF THE NEW WORLD ORDER  
THE NEW  
MEXICO  
MEANS  
BUSINESS  
LONN RUPPERT

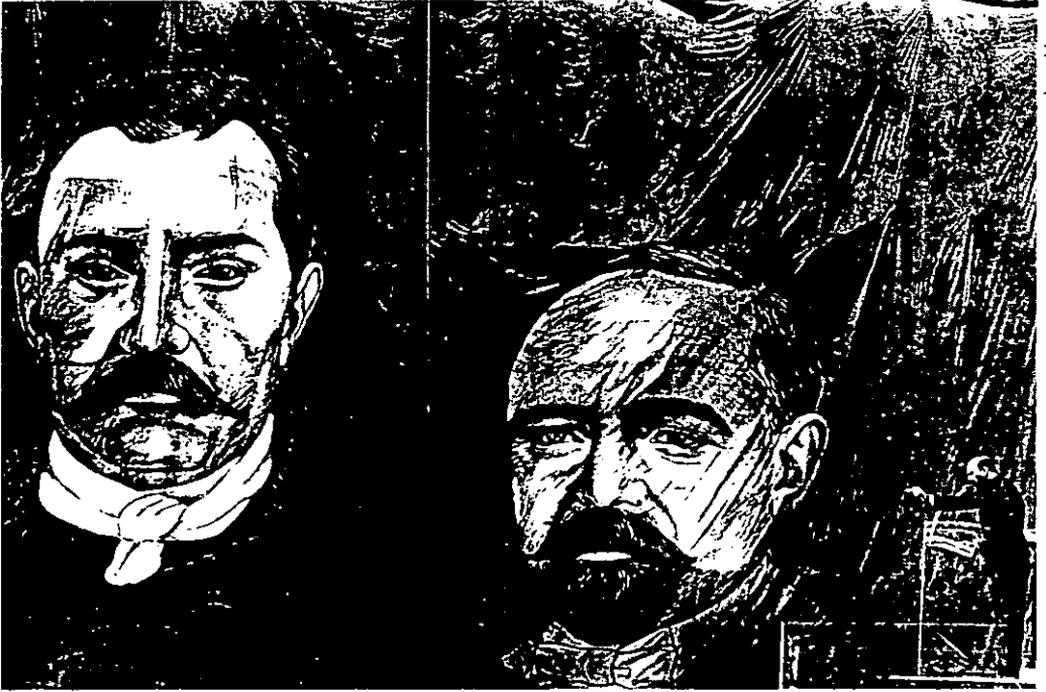


Limpia y ceremonia de iniciación durante la campaña de Guelatao. Oaxaca 1987. *Guillermo Castrejón.*



Entrega de peticiones en el Estado de México, 1991. *Christa Cowrie.*

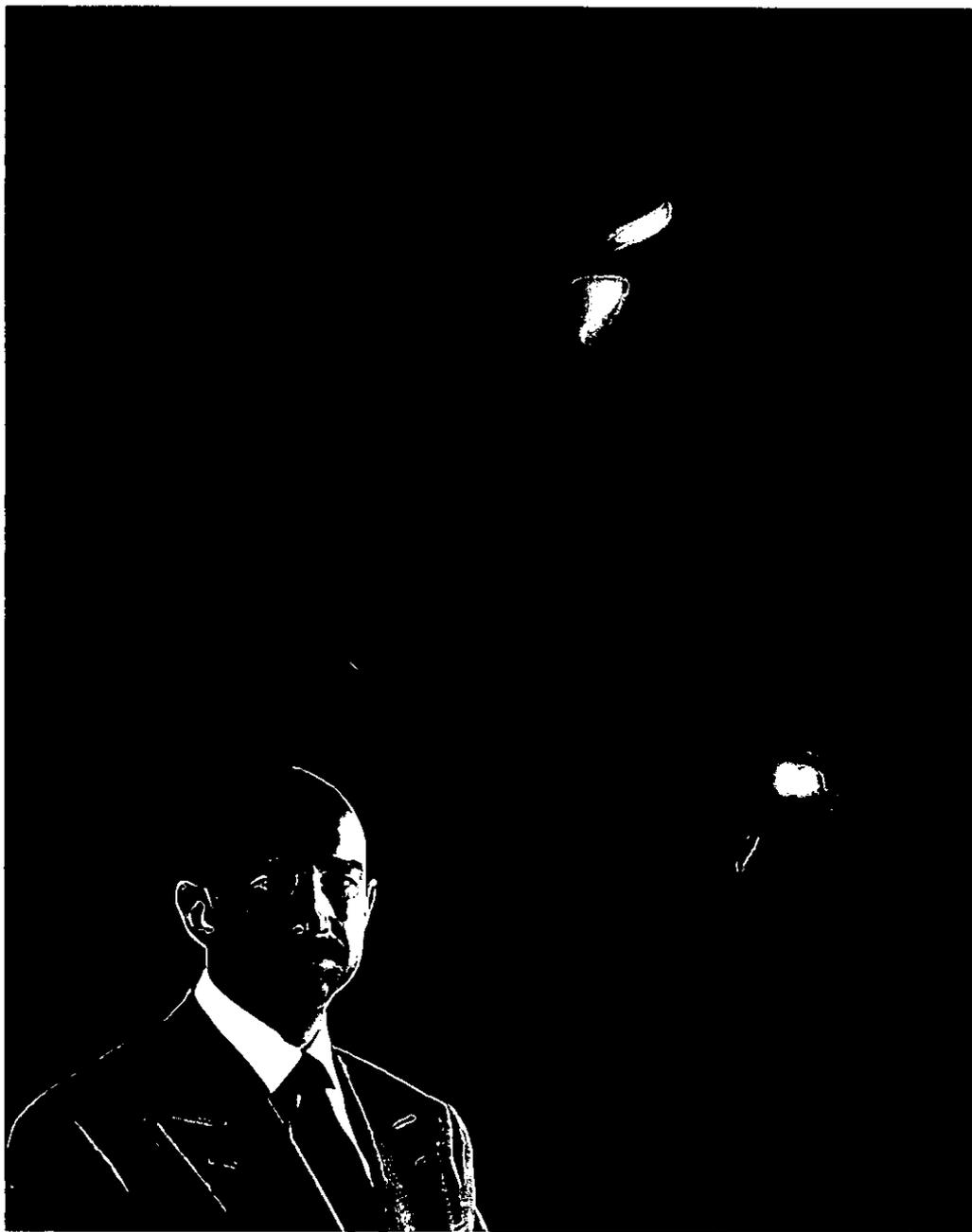
Cierre de campaña, Zócalo de la ciudad de México, junio 1988



ESTADOS UNIDOS



Durante la campaña en la delegación Gustavo A. Madero, ciudad de México, 2 de mayo 1988



Retrato para la revista estadounidense *Fortune*, 17 de agosto 1992



Asamblea de la CTM  
En el Palacio de los  
Deportes., 1992.  
*Gerardo Gacia.*

Tras la aceptación por parte del Congreso norteamericano, para firmar un acuerdo trilateral con Canadá y México, la revista *Newsweek* le realizó una entrevista a Carlos Salinas, la que título "Looking Up", pues esta aceptación era la culminación de las reformas económicas que Salinas había impulsado desde el inicio de su mandato. La revista destacaba los éxitos de un país que había venido de menos a más gracias a la confianza depositada en la apertura comercial, si bien era cierto que aún no se consolidaba como un país de primer mundo, *Newsweek* señalaba que ahora México pertenecía a las grandes ligas y tenía ya un plazo para convertirse en una economía eficiente y un gran reto para construir unos comicios democráticos en 1994.<sup>46</sup>

Estos reconocimientos no sólo se constituyeron en el terreno periodístico, también recibió condecoraciones y felicitaciones públicas, por parte de gobiernos, universidades y empresarios extranjeros. Estos galardones fueron:

En octubre de 1989 la Universidad Complutense de Madrid, le otorgó la Medalla de Oro, la cual sólo había sido entregada a cuatro personalidades: en 1919 al Rey Alfonso XIII; 1984 al Rey Juan Carlos I; 1988 a George Bush.

Enero de 1990, el diario *San Diego Unión* señaló que Salinas de Gortari recuperaba la credibilidad perdida en las últimas cuatro administraciones y que estaba en vías de convertirse en el presidente más fuerte de los últimos 30 años. En ese mismo mes, el presidente de la Confederación de Industrias Británicas, Sir Trevor Holdsworth le reconocía al presidente mexicano "las largas zancadas hacia la modernización".

Noviembre de 1990, la revista *Time* reconoció en un artículo que Salinas era un político "moderno y esperanzador", que lo diferenciaba de los tradicionales políticos mexicanos.

El Doctorado Honoris Causa en Economía le fue entregado en julio de 1991 por la Universidad de Lomoriosov, Moscú. Mientras que el vocero presidencial de la URSS, Vitali Ignatenko calificó a Salinas como uno de los líderes progresistas del mundo.

Los abogados internacionalistas de Nueva York le otorgaron en 1992 el premio que lo nombró "Hombre del año en 1991", por su destacada labor en el ámbito del derecho y los asuntos internacionales. Al mes siguiente la revista *Cambio 16* de España le da el galardón "Hombre del año en América".

La fundación Max Schmidheiny de Suiza en mayo de 1992, designó a Salinas el ganador del premio de "La libertad 1992", por la promoción de reformas políticas y económicas en México.

En noviembre de 1992 el Instituto Estadounidense de Empresa le otorgó el premio "Francis Boyer" por su liderazgo y logros en las reformas políticas, sociales y económicas.

<sup>46</sup> "México is looking up". *Newsweek*. EUA, 29 de noviembre de 1993.

No obstante, los sucesos ocurridos desde el primero de enero de 1994, hasta el último día de diciembre de ese mismo año, cambiaron el rumbo del país y con ello su imagen y la del primer mandatario, para algunos especialistas el período de Salinas fue "un quinquenio más uno y en el más uno no hubo presidente".<sup>47</sup>

Toda esa maquinaria económica, política y social fabricada, se desmoronó y los triunfos sólo se quedaron impresos en papel, Salinas dejó el poder con la misma nubosidad con la que llegó a él y sólo le restó decir: "El permitir que distintas fuerzas políticas se expresen libremente en el cauce institucional, por la vía legal y pacífica, nos llevó a una mejor construcción de consensos y una mejor conducción política. La democracia ayuda a la gobernabilidad, y vale la pena entenderla muy bien. Gobernabilidad quiere decir conducir situaciones extremas sin recurrir a la fuerza, sino por medio de la política, y eso es lo que logramos en estos meses".<sup>48</sup>

Sin embargo, estos embates políticos aún eran endebles para derrumbar totalmente la imagen de Carlos Salinas, y todavía dos semanas antes de la devaluación del 20 de diciembre de 1994, en la Cumbre de las Américas en Miami, con la asistencia de 34 países, Clinton elogiaba a México como modelo de desarrollo económico.

El recuento de las acciones políticas que llevó a cabo Carlos Salinas ponen de manifiesto la excelente estructuración de la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia de la República, así como el buen desempeño de su trabajo a lo largo de estos cinco años. Las estrategias permearon en todos los niveles y en todos los sectores componentes de la estructura nacional y de forma eficaz lograron traspasar las fronteras y la imagen salinista se internacionalizó. En este sentido, *El Universal* eligió un camino: ser portavoz de estas acciones, en dos niveles, como empresa y como medio. En el primer caso, cumplió estrictamente con lo siguiente:

- independencia económica al pagar ellos mismos la cobertura de las giras presidenciales.
- certificación de su tiraje.
- se independizó de PIPSA.
- construyó un éxito financiero.

En el segundo, optó por una pluralidad en sus planas editoriales, para reforzar las políticas de democracia y libertad de crítica que tanto divulgó Salinas de Gortari, en ellas como ya se

---

<sup>47</sup> "Gobierno del Licenciado Carlos Salinas de Gortari". En *Nuestro Tiempo: Colegio de México*. Canal 11, transmitido el 7 de abril de 1996.

<sup>48</sup> *México los años del cambio*, Entrevista hecha por Rolando Cordera y Ricardo Rocha a Carlos Salinas de Gortari del 6 al 11 de noviembre de 1994. Ed. Diana. 1994. p.78.

vio en el primer capítulo convergen, aún, las más disímbolas ideologías. Pero concretamente en sus editoriales reprodujeron sin límite alguno los conceptos de las políticas de comunicación. Sobre estos últimos señalamientos, acerca de la adopción que tuvo *El Gran Diario de México* de las estrategias de comunicación, teniendo como antecedente la concepción de las mismas, podemos entrar de lleno a revisar *El Universal* como medio informativo y como empresa durante el régimen salinista.

### **3. El Universal como medio informativo y como empresa periodística durante el régimen salinista**

El capítulo anterior nos dio el marco de referencia de las políticas de comunicación social del régimen salinista, ello nos permitirá en este apartado hacer un análisis de la posición de *El Universal* en este periodo presidencial; se mostrará la forma en que este periódico plasmó íntegramente en sus editoriales y crónicas el discurso que Carlos Salinas utilizó para argumentar las reformas llevadas a cabo durante su mandato; la imagen que este diario transmitió a sus lectores y cómo esto estuvo ligado a su fortalecimiento empresarial, reflejándose específicamente en el tiraje, porcentaje de publicidad comercial y gubernamental que manejó, así como en sus grandes adquisiciones tecnológicas.

#### **3.1. Análisis de la política editorial de El Universal ante los diferentes hechos políticos económicos y sociales de 1988-1994**

Dentro de los logros más sobresalientes que tuvieron lugar en el gobierno salinista, cabe destacar cinco, que son: las reformas constitucionales a los artículos 3o., 27 y 130; los comicios electorales en donde ganó el PAN: Baja California, Chihuahua y Guanajuato; las privatizaciones de TELMEX y la banca; la aprobación del Tratado de Libre Comercio y los discursos del presidente de la República en relación con los medios masivos de comunicación. De los cuales, el propósito es realizar un análisis para conocer la postura que tuvo *El Gran Diario de México* como medio informativo acerca de estos hechos, la cobertura que se les dio en promedio a cada uno e identificar si existió una reproducción de las estrategias de comunicación social de la Presidencia de la República por parte de este diario.

La metodología que se siguió para analizar la postura editorial de *El Universal* ante los diferentes hechos políticos, económicos y sociales del sexenio salinista, fue la de identificar primero los conceptos que sintetizan las principales tareas de gobierno que se promovieron a través de la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia de la República, para sustentar el plan de gobierno de Carlos Salinas; dos, seleccionar de los editoriales y crónicas de este periódico los párrafos que incluían estos conceptos o frases similares; tres, verificar si la noticia comentada en el editorial estuvo en primera plana; cuatro, elaborar cuadros comparativos para cada hecho analizado, en donde se señalan los términos

empleados por el régimen salinista para explicar ese acontecimiento y se comparan con los fragmentos extraídos de las notas cronicadas y de los editoriales, que comentan esa noticia, previamente seleccionados; cinco, interpretación de los cuadros comparativos, aquí se determina si hubo o no apego y apoyo a las acciones del régimen.

A continuación se presenta una tabla con los conceptos claves de la política salinista y que fungirán como categorías dentro del análisis comparativo entre el discurso oficial y el que empleó el periódico en sus crónicas y editoriales.

### **CONCEPTOS CLAVES DE LA POLÍTICA SALINISTA**

- Modernización de las relaciones políticas y económicas entre sociedad y Estado
- Estado promotor no propietario
- Integración comercial
- Apertura económica
- Eficiencia
- Competitividad
- Salvaguardar la soberanía
- Proyecto de nación incluyente
- De Estado benefactor a Estado solidario
- Un proyecto de nación de todos los mexicanos y para los mexicanos
- Solidaridad
- Bienestar social
- Sociedad corresponsable
- Institucionalización de los derechos humanos
- Alianza estratégica
- Concertación
- Transformación
- Adecuaciones jurídicas
- Acciones espectaculares
- Democracia
- Pluralidad ideológica
- Libertad de expresión
- Saneamiento económico empresarial

#### **3.1.1. Reformas a los artículos 3º, 27 y 130 constitucionales**

En diciembre de 1991, Carlos Salinas de Gortari, en su investidura de Presidente de la República, envió a la Cámara de Diputados un paquete de reformas, en donde pedía la aprobación del poder Legislativo para reestructurar a fondo los artículos 3º, 27 y 130 constitucionales, que simbolizaban los triunfos históricos de la Revolución de 1910. Al respecto *El Gran Diario de México* publicó del 2 al 16 de diciembre de 1991, lo siguiente:

**TABLA 1. COMPARACIÓN DE CONCEPTOS**

HECHO Y FECHA	GENERO	NO. DE PÁRRAFOS DE PRIMERA PLANA	CONCEPTOS DE LA POLÍTICA SALINISTÁ	CONCEPTOS EXTRAÍDOS DEL DISCURSO EL UNIVERSAL	UBICACIÓN EN EL TEXTO
Se inicia una época y acaba otra. 11/diciembre/91	Editorial	√/de ocho columnas	- Modernización de las relaciones económicas y políticas entre sociedad y Estado  - Adecuaciones jurídicas	-acaba una época y se inicia otra nueva -adecuar los preceptos con la vida cotidiana -transparencia, típica de un deseo de modernidad -cierran la brecha constitucional	título y 1º párrafo 1º párrafo 2º párrafo 3º párrafo
Reformas para la productividad 2/diciembre/91	Editorial	√/de ocho columnas	- Un proyecto de nación de todos los mexicanos y para los mexicanos  - Modernización nacional	-El manifiesto que firmaron ayer los líderes de las distintas organizaciones campesinas de México en apoyo a la iniciativa presidencial para la reforma al 27...se agrega a la interminable lista de expresiones que contribuyen a fortalecer el debate nacional... -...decisión justa y certera para que el campo mexicano logre su recuperación	1º párrafo  3º párrafo
Asunto para legislar a fondo 4/diciembre/91	Editorial	√	- Un proyecto de nación de todos los mexicanos y para los mexicanos.	-...es un hecho que se trata de un debate del mayor interés nacional..	2º párrafo
Aprobadas las reformas al 27 6/diciembre/91	Editorial	√/de ocho columnas	- Modernización económica y social - Transformación  - Bienestar social	- Se abre de esta forma una puerta para que las zonas rurales, y especialmente los ejidos ahora descapitalizados, busquen nuevos mecanismos para alentar la producción. -mejorar sus niveles de vida	1º párrafo  1º párrafo
Cambio encabezado por campesinos 7/diciembre/91	Editorial	√	- Estado solidario	-las autoridades agropecuarias e instituciones como el Banrural, que deberán de trabajar en conjunto con los agricultores y no como ya es tradicional, por medio de decisiones verticales y unilaterales.	1º párrafo

**TABLA 1. COMPARACIÓN DE CONCEPTOS (CONT.)**

TITULO Y FECHA	GENERO	NOTICIA DE PRIMERA PLANA	CONCEPTOS DE LA POLITICA SALINISTA	CONCEPTOS EXTRAIDOS DEL DISCURSO DEL ENVIADO	UBICACION EN EL TEXTO
Acciones para transformar al país en lo político, económico y social. 8/diciembre/91	Crónica	✓ocho columnas	- Proyecto de nación incluyente  - Transformaciones y modernidad social - Solidaridad  - Estado solidario	-el presidente de la República señaló la necesidad de fortalecer y ampliar la organización social, la democracia de la misma, para que el pueblo sea en todo momento quien determine el rumbo a seguir..  -..hoy existe unidad entre los mexicanos, hay diversidad, hay pluralidad, pero también hay desco y compromiso de trabar juntos.  -no se dejará ningún aspecto de la vida sin atender. -México se está transformando con grandes obras de infraestructura, pero también con aquellas que podrán parecer pequeñas, pero son vitales para las comunidades. -estrechó manos y más manos, recibí papeles, muchos papeles, demandas, muchas demandas, después la inauguración del Centro de Bienestar Social y solidaridad.	1º párrafo  2º párrafo  3º párrafo 2º párrafo  5º párrafo
Debate sobre bienes eclesiásticos 2/diciembre/91	Editorial	✓	- Institucionalización de los derechos humanos  - Democracia y pluralidad - Modernización de las relaciones entre sociedad y Estado	-habrá que reconocerles el derecho a tener los bienes necesarios para cumplir sus fines. -las medidas que se dispongan no se tomen discriminatoriamente por motivos religiosos, lo que iría contra todos los pactos signados por nuestro país y en detrimento de la modernización.	1º párrafo  2º párrafo
Clero: ningún compromiso con el PRI 6/diciembre/91	Editorial	✓	- Modernización de las relaciones entre sociedad y Estado - Adecuaciones jurídicas - Institucionalización de los derechos humanos	-modernizar las relaciones con la Iglesia -al llamar a la sociedad mexicana a precisar y actualizar los vínculos entre las diversas iglesias y el Estado. -el restablecimiento de los derechos elementales de los sacerdotes.	1º párrafo 1º párrafo  2º párrafo
Consulta popular sobre el artículo 3º 16/diciembre/91	Editorial	✓	- Proyecto de nación incluyente - Bienestar social	-Es interesante destacar que esta futura reforma al artículo 3º constitucional ...se presente...como resultado de una consulta popular.	1º párrafo

## FRAGMENTOS DE EDITORIALES Y CRÓNICAS

### Editorial

Se inicia una época y acaba otra  
(11/diciembre/1991)

Con la presentación en la Cámara de Diputados de la iniciativa de modificaciones a los artículos 3o, 5o, 24, 27 y 130 de la Constitución **acaba una época y se inicia otra nueva**. Llega a su término una etapa de la historia de nuestro país de distanciamiento dramático entre lo que se hallaba establecido en la ley y lo que se vivía en realidad, y da principio otra, que busca adecuar los **preceptos con la vida cotidiana**.

Finaliza un largo período en que se vivió en la simulación, que lesionaba seriamente la observación constitucional y despunta uno nuevo, motivado por ansia de claridad y transparencia, **típica de un deseo de modernidad**.

...Y tales modificaciones, aunque no han sido aprobadas todavía por la Cámara de Diputados, pueden darse prácticamente por aprobadas en su mayoría, dadas las consignas del líder camarlal a los legisladores del partido que las propone, no sólo **cierran la brecha constitucional**, sino que propiciarán una fecunda colaboración entre todos los sectores que conforman la nación y cuya suma de esfuerzos se hace cada día más necesaria para hacer frente a los retos que nos esperan...

### Editorial

Reformas para la productividad  
(2/diciembre/1991)

**El manifiesto que firmaron ayer los líderes de las distintas organizaciones campesinas de México, en apoyo a la iniciativa presidencial para reformas al artículo 27 de la Carta Magna, se agrega a la interminable lista de expresiones que contribuyen a enriquecer el debate nacional generado en torno a este asunto, primordial en la vida social y económica de nuestro país.**

Hechos como éste son importantes porque la Cámara de Diputados aún no determina si los cambios constitucionales se llevarán o no a cabo, y en tal circunstancia es conveniente reiterar aquí la necesidad de que **todos los puntos de vista al respecto planteados en discusiones, no sólo federales, sino también en aquellos que se han dado dentro de las más pequeñas comunidades de los estados, se consideren y analicen con la mayor profundidad** y el rigor que exige una decisión de la magnitud de las reformas a la constitución y, de modo especial, del carácter de la modificación a uno de los artículos esenciales derivados de la Revolución de 1910.

La decisión final de los legisladores deberá ser la más justa y certera para que el campo mexicano logre su recuperación total, porque los años de improductividad y rezago que ha padecido el agro -acentuados a partir de los años 60- trajeron como consecuencia un forzoso incremento en la importación de alimentos, alcanzándose en 1990 una cifra de 10 millones de toneladas de productos provenientes del exterior.

Esto, evidentemente, ha sido factor de constantes fugas de divisas y aumento de la deuda externa, lo que nos coloca en grave desventaja frente a las naciones que son autosuficientes en la producción de alimentos para consumo interno, como es el caso de Estados Unidos y Canadá, futuros socios de México si se consolida el TLC.

#### Editorial

Asunto para legislar a fondo  
(4/diciembre/91)

Las reformas propuestas por el Poder Ejecutivo al artículo 27 constitucional, son de tal trascendencia que obligan a una cuidadosa reflexión, como se ha puesto en evidencia desde que se conocieron públicamente. Ayer, en la tribuna de la Cámara de Diputados, se escenificó una acalorada discusión entre los legisladores priistas y del PRD, porque según éstos, no se tomó en cuenta la opinión de los campesinos que resultarán afectados.

**Independientemente de que tengan o no razón, es un hecho que se trata de un debate del mayor interés nacional, sobre el cual conviene agotar todos los puntos de vista y opiniones.** Cabe decir, sin temor a exagerar, que de las decisiones que se tomen sobre esta cuestión, habrá de depender el futuro de los mexicanos. En efecto, los problemas de los campesinos y la productividad del agro son vitales para la salud pública, y analizarlos a fondo es requisito central para encauzar soluciones correctas...

#### Editorial

Aprobadas las reformas al 27  
(6/diciembre/91)

Con 387 votos en favor y 50 en contra fueron aprobadas en lo general, luego de un intenso y prolongado debate, las enmiendas al artículo 27 constitucional que envió el Ejecutivo a la Cámara de Diputados. **Se abre de esta forma una puerta para que las zonas rurales, y especialmente los ejidos ahora descapitalizados, busquen nuevos mecanismos para alentar la producción y mejorar sus niveles de vida.** Ahora, superado el primer escalón, la iniciativa presidencial habrá de pasar al análisis de la Cámara Alta, aunque serán las comunidades campesinas del país las que habrán de decir la última palabra, al aplicar en la práctica las propuestas que engloba...

...Con todo, es de esperarse una etapa de jaloneos verbales entre grupos de campesinos ajenos a las organizaciones mayoritarias, quienes no están todavía convencidos de las

**bondades de las enmiendas propuestas por el ejecutivo al artículo 27.** Lo esencial en esta situación es que no se caiga en actitudes reprobables, que se eviten confrontaciones y posturas irracionales que a nadie beneficiarían. Es preciso convencer con razones, ajenas por completo a la intolerancia y al autoritarismo, ya que esto sólo acarrearía una calamitosa división en el campo.

#### Editorial

**Cambio encabezado por campesinos**  
(7/diciembre/91)

**Salinas de Gortari ha dicho que el cambio será encabezado por los propios campesinos y que se les dará la libertad, no para abandonar la tierra, sino para reafirmarse en ella.** Y en este sentido es muy importante reiterar el papel que juegan las autoridades agropecuarias e instituciones como el Banrural, que deberán de trabajar en conjunto con los agricultores y no como ya es tradicional, por medio de decisiones verticales y unilaterales o, en el peor de los casos, sin un apoyo terminal en los procesos de producción, pues una de las deficiencias de los sistemas de asistencia campesina es que se otorgan créditos y se ofrece asesoría técnica sin continuidad o solamente cuando el campesino la busca.

Algunos trabajadores del agro expresaron al presidente esta inquietud: "nos falta apoyo, no nos vaya a dejar solos"; porque aun cuando los campesinos están en la disposición de mejorar la situación que viven, es un hecho que no cuentan con los medios para echar a andar sus programas laborales.

Crónica de Fidel Samaniego  
(8/diciembre/1991)

"Acciones para transformar al país en lo político, económico, social y cultural"

Tulancingo, Hidalgo, 7 de diciembre. Carlos Salinas de Gortari, dejó hoy en claro que siempre con el apoyo de la comunidad, su gobierno actuará como hasta hora sin descuidar un solo aspecto de la vida nacional, por lo que se llevarán adelante acciones para la transformación política, económica, social y cultural de México. Asimismo, dijo se mantendrá la intensa estrategia internacional para diversificar nuestros mercados y competir exitosamente en la nueva circunstancia del mundo, hoy también el presidente de la República señaló la necesidad de fortalecer y ampliar la organización social, la democracia de la misma, para que el pueblo sea en todo momento, quien determine el rumbo a seguir, para ello Salinas de Gortari reiteró que el siguiente paso en la nueva organización social debe ser la constitución de coordinadores municipales de comités de solidaridad y los integrantes de los mismos tienen que ser electos de manera abierta, democrática en asambleas públicas, por quienes ahora forman los comités de barrios y de campo...

**ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

Aquí, en el Valle muy cerca de la montaña en la cual se inicia la gigantesca sierra, Carlos Salinas de Gortari concluyó su gira por la entidad. Aquí el mandatario expresó que México se está transformando con grandes obras de infraestructura, pero también con aquellas que podrán parecer pequeñas, pero son vitales para las comunidades, como agua potable, la luz, la pavimentación, las escuelas o los centros de salud, también avanzamos dijo en el apoyo a la producción, transformando la estructura del campo con la promoción de nuevas fuentes de empleo, buscando más oportunidades de industrialización y con la transformación productiva que hoy está viviendo nuestro país. Por ello, insistió estamos actuando y mantendremos la actividad en todos los aspectos de la vida nacional y desarrollando la gran ofensiva internacional, para que México ocupe el lugar que le corresponde en el concierto de las naciones. Todo aquello reiteró se deberá reflejar en beneficio de nuestro pueblo.

El presidente Salinas de Gortari, expresaría luego que lo más importante es que este trabajo que se está desarrollando, **“lo estamos haciendo juntos, es que hoy existe unidad entre los mexicanos, hay diversidad, hay pluralidad, pero también hay deseo y compromiso de trabajar juntos”**, agregó.

Hoy aquí, una vez más Carlos Salinas de Gortari hablaría de la nueva reforma del campo, e insistió que para llevarla a cabo se cambiará la ley, pero al mismo tiempo se reformarán los programas del gobierno para llevar más inversión, más cobertura del seguro subsidiado en parte por la administración federal y además la solución de las carteras vencidas del Banco Rural. Y sobre esto el jefe del Ejecutivo apuntó ante los campesinos que aquí se encontraban lo significativo que resulta una iniciativa que reforma el artículo 27 constitucional, se haya debatido alrededor de 50 horas en la Cámara de diputados, cuando el texto original de dicho precepto en 1917 se llevó 24 horas, en su debate y votación.

Allí, en el Valle y de fondo esos muros montañosos, Carlos Salinas a punto de concluir su gira, sería insistente en que ni sea ha dejado, ni se dejará ningún aspecto de la vida nacional sin atender, pero también apuntó que es fundamental ese fortalecimiento de la organización social. Había llegado aquí acompañado por el director del Seguro Social, siempre tan cerca de su confianza, Emilio Gamboa Patrón, aquí lo esperaba Adolfo Lugo Verduzco quien tranquilo platicaba acerca de estos paisajes que hablan que conmueven, que recobran a quienes han plasmado la magia de la naturaleza en sus lienzos, a Velasco, al doctor Atl, a Jesús Mora a un espléndido joven pintor hidalguense que suele aparecerse horas y horas en el campo y lo lleva a su pincel y lo plasma y se escucha una sola voz que lo interrumpe, rompe su canto, conversación con un gobernador que se veía muy relajado y que confesaba su gusto por la primera etapa de la vida artística de Picasso y por Diego, y por la mujer que le rindió amor a Rivera, Frida Kahlo. Cuando llegó el presidente decidió dejar la camioneta cubierta y fue a la parte trasera de una descubierta, hizo el recorrido desde esa plataforma, gozó las expresiones de quienes hacían valla, estrechó manos y más manos recibió papeles, muchos papeles, demandas, muchas demandas, después la inauguración del Centro de Bienestar Social y Solidaridad, recorrió las instalaciones y fue al estrado para la reunión, en la misma se escucharon los testimonios de la gente que vive en esta población, luego Emilio Gamboa habló, señaló que con la puesta en marcha del

programa nacional de atención a grupos urbanos marginados, el IMSS corrobora con hechos el propósito de ayudar a la población que habita en colonias populares, en servicios sociales de prevención y fomento a la salud, capacitación para el apoyo a la economía familiar, mejoramiento de la alimentación, del ambiente y la promoción de la cultura y el deporte.

Por otro lado, resulta necesario mostrar el giro que dio El Universal, en su postura editorial, con respecto a la modificación del 130 constitucional. Tras la noticia que dio Carlos Salinas en Tetecala Morelos, frente a la estatua de Benito Juárez, sobre el acercamiento de México con el Vaticano, "para acercarnos a la modernidad, pero con una profunda memoria histórica". Este diario opinó lo siguiente:

#### Editorial

Debate sobre los bienes eclesiásticos  
(2/diciembre/91)

...Parece obvio que si el proyecto que se presente a la Cámara de Diputados en los próximos días, tienen como objeto el reconocer la personalidad jurídica de las organizaciones llamadas iglesias, **habrá que reconocerles al derecho a tener los bienes necesarios para cumplir sus fines.** La misma iglesia católica ha declarado repetidas veces que no aspira a acumular bienes -lo que significa el tener bienes superfluos- sino a tener los medios materiales necesarios para cumplir su misión evangélica.

Lo importante en la discusión de la iniciativa de referencia, es que **las medidas que se dispongan no se tomen discriminatoriamente por motivos religiosos, lo que iría contra todos los pactos internacionales signados por nuestro país y en detrimento de la modernización.** Sin que ello provoque un regreso a épocas ya superadas de acumulación masiva de bienes eclesiásticos.

#### Editorial

Clero: ningún compromiso con el PRI.  
(6/diciembre/91)

El proceso que se inició cuando el presidente Carlos Salinas de Gortari expresó en su toma de posesión, ante varios miembros de la jerarquía católica invitados al acto, la intención de su gobierno de **modernizar las relaciones con la Iglesia;** que continúo con el nombramiento de representantes personales por parte del dignatario mexicano y de Juan Pablo II y el encuentro no oficial de ambos en la ciudad de Roma, y en el tercer informe de gobierno del primer mandatario se perfiló con mayor claridad **al llamar a la sociedad mexicana a precisar y actualizar los vínculos entre las diversas iglesias y el Estado,** está a punto de culminar en la iniciativa de reformas al artículo 130 constitucional, que en los próximos días se presentará a la Cámara de Diputados.

En esta etapa previa a la toma de una decisión, que evidentemente será trascendental, de un posible cambio en las relaciones entre el Estado y las iglesias que el jerarca católico considera de plena justicia, sobre todo por el restablecimiento de los derechos elementales de los sacerdotes, la responsabilidad está en manos de los legisladores.

A ellos ciertamente corresponderá o el cambiar una situación que oficialmente viene desde 1857 y que algunos consideran injusta, por cuanto no pueden aceptar que acontecimientos históricos puedan justificar alguna vez la violación de derechos humanos, o mantenerla, considerándole pertinente para el bien de la nación.

#### Editorial

Consulta popular sobre el artículo 3o.  
(16/diciembre/91)

**Es interesante destacar que esta futura reforma del artículo 3o. constitucional de nuestra Carta Magna no se presente inicialmente como una iniciativa presidencial, ni como propuesta de un partido político en particular -como lo fueron respectivamente las del 27 y 130 constitucionales-, sino como resultado de una consulta popular que se hará a educadores, investigadores intelectuales, organizaciones sindicales y asociaciones de padres de familias para que expongan sus puntos de vista sobre la modernización educativa del país.**

### 3.1.2. Comicios electorales en Baja California, Chihuahua y Guanajuato

Otro gran suceso en materia política fue el avance de la oposición, pues Acción Nacional se adjudicó tres gubernaturas del país -Baja California, Chihuahua y Guanajuato-, pero se decía que estos triunfos del PAN eran producto de la concertación con el gobierno y una gran polémica envolvió a los procesos poselectorales, sobre todo al de Guanajuato. La opinión editorial de *El Gran Diario de México* estuvo presente, despejando cualquier duda generada.

En primer lugar se hará el análisis comparativo de los editoriales y crónicas de los comicios electorales en Baja California, que aparecieron los días 2, 5 y 6 de julio de 1989 y en Chihuahua, el editorial del 14 de julio de 1992.

**TABLA 2. COMPARACIÓN DE CONCEPTOS**

TÍTULO Y FECHA	GÉNERO	NOTICIA DE PRIMERA PLANA	CONCEPTO DE LA POLÍTICA SALINISTA	CONCEPTOS EXTRAÍDOS DEL DISCURSO DE EL UNIVERSAL	UBICACIÓN EN EL TEXTO
Falso que el gobierno destine recursos a campañas políticas. 2/Julio/89	Crónica	✓/ocho columnas	- Democracia - Proyecto de gobierno incluyente  - Bienestar social	-su compromiso es gobernar para todos los mexicanos sin distinción de afinaciones políticas e ideológicas - un presupuesto que aun siendo limitado se maneja con un criterio eminentemente social para beneficiar a las mayorías	1º párrafo  3º párrafo
Favorece al candidato del PAN la votación, reconoce Colosio 5/Julio/89	Crónica	✓/ocho columnas	- Apertura democrática - Modernización de las relaciones políticas	-Aceptó la dirigencia nacional del Partido Revolucionario Institucional la derrota de su candidata - nos sujetamos al juicio de la voluntad popular y a la determinación de los organismos electorales - el antes invencible partido oficial -vivimos momentos de cambio, que los vientos democráticos recorren buena parte del mundo	1º párrafo  1º párrafo  2º párrafo  2º párrafo
Amenaza de cisma y desafíos 6/Julio/89	Editorial	✓	-Apertura democrática	-El virtual triunfo panista no fue producto de una concesión priista o de una determinación forzada en el seno de las autoridades electorales de Baja California, sino de absoluto respeto de la voluntad ciudadana.	1º párrafo
Aceptado reconocimiento PRIISTA 5/JULIO/89	Editorial	✓	- Modernización de las relaciones políticas -Transformaciones políticas	-La trascendencia del reconocimiento del triunfo panista estriba en que de esta forma se patentiza la voluntad política del presidente Carlos Salinas en garantizar plena transparencia. -se manifiesta su compromiso de renovación política -México ha entrado en una nueva etapa caracterizada por un trabajo político más serio. -hacer avanzar la democracia como elemento fundamental de la estrategia de renovación nacional.	1º párrafo  1º párrafo  1º párrafo
Civildad para fortalecernos 14/JULIO/92	Editorial	✓/ocho columnas	- Apertura democrática	- el pleno reconocimiento del candidato del PRI, Jesús Macías al triunfo del abanderado del PAN, Francisco Barrio Terrazas, reveló un cambio cualitativo que mucho habrá de contribuir a dejar atrás inercias negativas en nuestro devenir	1º párrafo

Mención a parte merece la postura editorial de *El Universal* frente a los conflictos poselectorales en Guanajuato; pues la renuncia del gobernador electo del PRI evidenciaron una concertación entre el PAN-Gobierno; y al respecto el diario avaló esta situación en sus crónicas y editoriales de los días 30 y 31 de agosto; 2, 4 y 6 de septiembre de 1991, de la siguiente forma:

**TABLA 3. COMPARACIÓN DE CONCEPTOS**

TÍTULO Y FECHA	GÉNERO	NOTICIA DE PRIMERA PLANA	CONCEPTOS DE POLÍTICA SALINISTA	LA CONCEPTOS EXTRAIDOS DEL DISCURSO DE EL UNIVERSAL	UBICACION EN EL TEXTO
La paz por encima de partidos 30/agosto/91	Editorial	✓/ocho columnas	- Concertación - Alianzas estratégicas - Bienestar social	-al proceder en la manera en que lo hizo el abanderado del tricolor, elimina los riesgos de mayores tensiones y el peligro de que la paz social se viera alterada en esa entidad -la determinación de Aguirre es razonable aun cuando no está apegada a la ley -la actitud de Aguirre Velázquez debe verse como un acto de prudencia, que permitirá minimizar presiones que amenazaban con desbordarse...	2° párrafo  2° párrafo  3° párrafo
Democracia para avanzar triunfos 31/agosto/91	Editorial	✓/ocho columnas	-Concertación	-Tal comportamiento debe cesar cuanto antes para dar paso a la concordia civil, para hallar camino a la negociación política.	2° párrafo
En Guanajuato limpieza y tranquilidad 2/septiembre/91	Editorial	✓	-Modernización en las relaciones políticas	-ya hay indicios de que el problema político de Guanajuato puede ser encarado por medio de acciones sensatas y enérgicas, mediante las cuales la sociedad extraiga de los actuales sucesos el beneficio de la administración pública, asentada en la credibilidad y en la confianza	1° párrafo
Alerta Salinas a tomar el triunfo con moderación 4/septiembre/91	Crónica	✓/ocho columnas	-Apertura democrática -Modernización en las relaciones políticas	-Los resultados de los comicios recientes expresó la confianza de la gran mayoría de los mexicanos en rumbo firme de la recuperación económica del país	1° párrafo
Éstos proseguirán por la vía de la concertación y el respeto 6/septiembre/91	Crónica	✓	- Modernización y transformación - Concertación  -Proyecto de gobierno incluyente	-aseguró que por lo tanto seguirán las transformaciones, pero para lograr el progreso, de ninguna manera, para poner en riesgo la integridad de la nación -se buscará sumar en este proceso a las distintas fuerzas que tienen presencia en el país.	1° párrafo  2° párrafo

## FRAGMENTOS DE CRÓNICAS Y EDITORIALES

Crónica por Fidel Samaniego

“Falso que el gobierno destine recursos a campañas políticas”

(2/julio/1989)

En tácita respuesta a las acusaciones del PAN, en el sentido de que el gobierno destina recursos económicos a las campañas electorales priístas, el presidente Carlos Salinas de Gortari estableció que **su compromiso es gobernar para todos los mexicanos sin distinción de afinaciones políticas e ideológicas**. Esto agregó el jefe del Ejecutivo, lo afirmé desde el 1o. de diciembre de 1988 y no ha variado ni variará.

En tal sentido, aseguró que los recursos económicos que su gobierno utiliza para dar respuesta a las demandas de los mexicanos corresponden plenamente a la estrategia establecida en el Plan de Desarrollo que ya se dio a conocer a la opinión pública.

...voceros gubernamentales apuntaron al respecto que todos los egresos que ha realizado el gobierno de la República son absolutamente comprobables y parten de **un presupuesto que aun siendo limitado se maneja con un criterio eminentemente social para beneficiar a las mayorías**. Por ello dijeron resultan infundadas las acusaciones a demandas que se han expresado.

Crónica por Fidel Samaniego

(5/julio/1989)

“Favorece al candidato del PAN la votación, reconoce Colosio”

**Aceptó la dirigencia nacional del Partido Revolucionario Institucional la derrota de su candidata Margarita Ortega Villa**, en las elecciones por la gubernatura del estado de Baja California. En un acto insólito, inesperado, el presidente del PRI, Luis Donaldo Colosio señaló con voz temblorosa, con un tono que no es el suyo, pero que finalmente pudo controlar. **“Nos sujetamos al juicio de la voluntad popular y a la determinación de los organismos electorales”...**

...habló de un saldo favorable en Chihuahua y de virtuales victorias en diez de los 18 distritos electorales de Michoacán, pero a las 21:43 horas, desde el salón de presidentes, **el antes invencible partido oficial**, tras referirse a los resultados parciales de las otras entidades, donde hubo elecciones el pasado domingo, Luis Donaldo Colosio, hizo un brevísimo espacio para el silencio y luego dejó paso a un anuncio, **un hecho más para la nueva historia**...Fue entonces cuando señaló que **vivimos momentos de cambio, que los vientos democráticos recorren buena parte del mundo** y que el partido de la legalidad está decidido a jugársela con la democracia y reiteró que el Revolucionario Institucional se sujetará al juicio de la voluntad popular...

#### Editorial

Amenaza de cisma y desafíos  
(6/julio/1989)

...Al margen de la precipitación y virulencia que se advierten en esas declaraciones, resulta oportuno aclarar que el virtual triunfo panista no fue producto de una concesión priísta o de una determinación forzada en el seno de las autoridades electorales de Baja California, sino del absoluto respeto de la voluntad ciudadana en un proceso que no debe dejar dudas en sus cómputos finales. Ello sin dejar de reconocer que durante los comicios, e incluso antes, se presentaron irregularidades y actitudes condenables a todas luces.

#### Editorial

Aceptado reconocimiento priísta  
(5/Julio/1989)

La trascendencia del reconocimiento del triunfo panista estriba en que de esta forma se patentiza la voluntad política del presidente Carlos Salinas de Gortari en garantizar plena transparencia en los comicios y hacer inobjetable los triunfos de los partidos contendientes, sobre todo los del partido en el poder. Por otro lado, se manifiesta su compromiso de renovación política, de conformidad con la estrategia de modernización de las estructuras nacionales, lo que implica mayor trabajo político, tal como lo precisara desde su discurso al ser denominado precandidato del PRI a la presidencia de la República, no hay duda, hay congruencia en el decir y en el hacer. México ha entrado en una nueva etapa, caracterizada por un trabajo político más serio, más respetuoso de la voluntad popular, acorde en fin con la necesidad primordial de perfeccionar el sistema y de hacer avanzar la democracia como elemento fundamental de la estrategia de renovación nacional...

#### Editorial

Civilidad para fortalecernos  
(14/julio/1992)

El resultado de los comicios en Chihuahua y Michoacán permiten observar avances en la materia, que se había estancado en detrimento de la cultura política del pueblo mexicano, el pleno reconocimiento del candidato del PRI, Jesús Macías al triunfo del abanderado del PAN, Francisco Barrio Terrazas, reveló un cambio cualitativo que mucho habrá de contribuir a dejar atrás inercias negativas en nuestro devenir, sin embargo, en tierras michoacanas la situación todavía no es tan diáfana como en el estado norteño y existe la posibilidad de complicaciones poselectorales si el PRD se empeña en mantener su rechazo al triunfo del candidato del tricolor...

Esto demuestra que nos hace falta mucho camino por recorrer, para llegar a etapas de cultura cívica que nos abran las puertas de la modernidad, seguimos arrastrando los lastres pesados en materia política...

Mención a parte merece la postura editorial de El Universal frente a los conflictos poselectorales en Guanajuato; pues la renuncia del gobernador electo del PRI evidenciaron una concertación entre el PAN-Gobierno; y al respecto este diario avaló esta situación de la siguiente forma:

Editorial

La paz por encima de partidos  
(30/agosto/1991)

El candidato priísta a la gubernatura de Guanajuato, virtual gobernador electo, Ramón Aguirre Velázquez, anunció ayer en la capital de dicha entidad federativa, su determinación de no presentarse a rendir la protesta que lo obliga la Constitución local, ya que ante la profunda diversidad entre quienes contendieron en los comicios, se ciernen las amenazas de la violencia y la intolerancia, afirmó.

**...al proceder en la manera en que lo hizo el abanderado del tricolor, elimina los riesgos de mayores tensiones y el peligro de que la paz social se viera alterada en esa entidad federativa. La determinación de Aguirre es razonable aun cuando no está pegada a la ley del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.**

**...La actitud de Aguirre Velázquez debe verse como un acto de prudencia, que permitirá minimizar presiones que amenazaban con desbordarse...**

Editorial

Democracia para afianzar triunfos  
(31/agosto/91)

La compleja situación electoral en Guanajuato amenaza con desbordar el marco legal al brote de violencia, debido a que los diputados del PRI propusieron como gobernador interino al panista Carlos Medina Plascencia alcalde de León, tal determinación sorprendió al pueblo guanajuatense, tanto como la renuncia del gobernador electo, Ramón Aguirre...

**Decenas de militantes priístas de dicha entidad federativa amenazan con tomar el Palacio de Gobierno...tal comportamiento debe cesar cuanto antes para dar paso a la concordia civil, para hallar camino a la negociación política... La decisión del Congreso sobre la propuesta del gobernante interino está en suspenso, pero conviene que los priístas interesados en mantener la paz pública en la capital de Guanajuato, se esperen para votar por quien consideren idóneo, en las próximas elecciones...**

## Editorial

En Guanajuato limpieza y tranquilidad  
(2/septiembre/1991)

No se terminan las manifestaciones de protesta con la que los grupos priístas reaccionaron ante la declinación de Ramón Aguirre Velázquez a la gubernatura y la designación de Carlos Medina Plascencia para el interinato cuando ya hay indicios de que el problema político de Guanajuato puede ser encarado por medio de acciones sensatas y enérgicas, mediante las cuales la sociedad extraiga de los actuales sucesos el beneficio de la administración pública, asentada en la credibilidad y en la confianza, en lo que constituye su primera declaración de quien habrá de gobernar en tanto surja por medio de elecciones a un gobernador constitucional Medina Plascencia aseguró que los comicios serán limpios, claros y confiables. Diversas medidas habrán de tomarse para que así ocurra y cabe esperar que los partidos políticos y la ciudadanía en general asuman la importancia que tienen las elecciones extraordinarias, en el marco de un país que pugna por depurar sus prácticas democráticas y que lo ocurrido en la cuna de la independencia haga encontrar ocasión para revisar todo lo que se preste a duda o corrección, así como para generar las condiciones que permitan a ese dinámico estado no abdicar en la marcha hacia un desarrollo pleno y sostenido.

Crónica por Fidel Samaniego

“Alerta Salinas a tomar el triunfo con moderación”  
(4/septiembre/1991)

Los resultados de los comicios recientes, expresaron la confianza de la gran mayoría de los mexicanos en rumbo firme de la recuperación económica del país, de los logros en materia social, en las claras políticas aplicadas para ello, afirmó el presidente Carlos Salinas de Gortari ante los miembros del Consejo Político Nacional del PRI, pero les demandó tomar con moderación y gran responsabilidad las victorias electorales.

...los priístas sonrientes tras los mensajes, la comida y el postre, talantes que sólo parecían variar brevemente cuando se les preguntaba si había tratado en la reunión el asunto de Guanajuato, pero eminentemente se reponían para asegurar que no se habló nada de ello...

Crónica por Fidel Samaniego

“Éstos proseguirán por la vía de la concertación y el respeto”  
(6/septiembre/1991)

Torreón, Coahuila. 5 de septiembre. Los mexicanos han dado ya sus respuestas, han reafirmado su voluntad de que los cambios siguen en el país y que se lleven a cabo por la vía de la concertación y el respeto. Afirmó hoy Carlos Salinas de Gortari, y aseguró que por lo tanto seguirán las transformaciones, pero para lograr el progreso, de ninguna manera, para poner en riesgo la integridad de la nación.

... “independientemente de números y porcentajes importantes en el método del gobierno, seguirá siendo el diálogo, el de la conciliación, la tolerancia y el respeto”...los cambios que reclaman los mexicanos se seguirán llevando a cabo y se buscará sumar en este proceso a las distintas fuerzas que tienen presencia en el país.

...eso lo manifestaría el presidente Carlos Salinas, aquí al iniciar las actividades, ante una multitud que pisaba esa tierra gris y después de que había hablado con una mujer, representante de los habitantes de la colonia Miguel de la Madrid Hurtado...

### **3.1.3. Privatización de la Banca y TELMEX**

La privatización de estas instituciones fueron el inicio de una larga cadena de reformas económicas emprendidas durante la administración salinista que vinieron a revolucionar la conformación histórica de la economía mexicana. Si en algún momento la banca estuvo en manos de la iniciativa privada y posteriormente con López Portillo se nacionalizó; la privatización de Teléfonos de México resultó el parteaguas de la sobrevivencia de las paraestatales del país. Situación que trajo opiniones encontradas, ante estos hechos *El Universal* adoptó una postura y la manifestó en sus páginas.

Con respecto a la privatización de la banca se revisaron los días: 5 de abril de 1989; 1 de septiembre de ese mismo año y 3 de mayo de 1990. Para la desincorporación de Teléfonos de México, fueron los siguientes días: 19 de septiembre de 1989 y 13 de febrero de 1990.

**TABLA 4. COMPARACIÓN DE CONCEPTOS**

TÍTULO Y FECHA	GÉNERO	NOTICIA DE PRIMERA PLANA	DE CONCEPTOS DE LA POLÍTICA SALINISTA	CONCEPTOS EXTRAÍDOS DEL DISCURSO DE EL UNIVERSAL	UBICACIÓN EN EL TEXTO
Capital externo en la banca 5/abril/89	Editorial	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Modernización de las relaciones económicas</li> <li>-Estado promotor</li> <li>-Bienestar social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La liberación de las tasas de interés bancarias es el inicio de una nueva etapa en las sociedades de crédito nacionalizadas.</li> <li>-el gobierno podría seguir participando en ese ramo, con fines de control y de procurar que la banca sea una real promotora del desarrollo nacional.</li> <li>-que la banca sea un conducto honesto y ágil, dúctil e inteligente, para llevar el ahorro interno a los sectores donde más se necesite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1º párrafo</li> <li>2º párrafo</li> <li>3º párrafo</li> </ul>
Impulso de la banca a la producción 1/septiembre/89	Editorial	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Modernización de las relaciones económicas</li> <li>-Apertura económica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-afirmar que contamos con una banca capaz de responder a los retos del presente y de los años venideros.</li> <li>-La banca no ha cumplido con los objetivos... pues se ha vuelto elitista, al no haber democratizado el capital</li> <li>-establecer mecanismos que en realidad fomenten la inversión productiva, capten mayor y coadyuven al crecimiento del país.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1º párrafo</li> <li>2º párrafo</li> </ul>
Para los mexicanos, la mayoría de las acciones; los trabajadores, socios 19/septiembre/89	Crónica	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Estado promotor</li> <li>-Competitividad y eficiencia</li> <li>-Salvaguardar la soberanía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-El presidente de la República anunció la desincorporación del Estado de Teléfonos de México</li> <li>-el servicio tendrá que mejorar de manera radical</li> <li>-quedará garantizada la rectoría estatal en telecomunicaciones del país</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1º párrafo</li> <li>1º párrafo</li> <li>1º párrafo</li> </ul>
Desincorporación de Teléfonos 19/septiembre/89	Editorial	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Eficiencia y competitividad</li> <li>-Salvaguardar la soberanía</li> <li>-Modernización de las relaciones económicas</li> <li>-Bienestar social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-parte de un programa integral de eficiencia y expansión</li> <li>-sin que en ello vaya el riesgo de que manos extranjeras controlen la telefonía nacional</li> <li>-poveería de recursos frescos que en los actuales momentos sólo los particulares son capaces de aportar</li> <li>-el Estado tiene la posibilidad de contar con mayores recursos para invertirlos en sectores cuyo reclamo de justicia social es mayúsculo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1º párrafo</li> <li>1º párrafo</li> <li>3º párrafo</li> <li>3º párrafo</li> </ul>
Retorno al régimen de la banca mixta 3/mayo/90	Editorial	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Estado promotor</li> <li>-Bienestar social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-los mexicanos no podemos permitir un Estado tan propietario con tan considerables recursos invertidos en la banca, en un país con nuestras carencias</li> <li>-la recuperación económica permitirá nuevas inversiones en infraestructuras y fortalecimiento a la educación y el impulso al Programa Nacional de Solidaridad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1º párrafo</li> <li>1º párrafo</li> </ul>
Hacer eficiente TELMEX, el propósito 13/febrero/90	Editorial	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Salvaguardar la soberanía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-la salva guarda de la soberanía nacional, ahora la coyuntura económica se conjuga de una nueva forma de concebir el liderazgo...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1º párrafo</li> </ul>

Cabe mencionar que estas grandes reformas fueron siempre acompañadas de proyectos sociales para los sectores más desprotegidos, a los que el diario de Ealy les otorgó espacios en primera plana, como el siguiente:

Crónica por Fidel Samaniego

Vio el presidente la cara fea de Cancún, donde los violentos mandan"  
(21/septiembre/1989)

Cancún, 20 de septiembre. Ante esa multitud de gente azotada por la pobreza, agobiada por la sed, víctima de la violencia y de la delincuencia, carente de casi todos los servicios públicos, Carlos Salinas de Gortari estableció que el principal de los recursos que se obtendrá de la renegociación de la deuda serán para atender las necesidades sociales de los mexicanos.

Luego, puntualizó, "habrá más para los que menos tienen, ese es el sentido de justicia que llevaremos a cabo"...

Estaba en la llamada región 95, lugar donde hoy se inauguró un parque público, calles pavimentadas y luz eléctrica, pero rodeado de chozas miserables, de esa selva que ha quedado acostada desde que la arrasó el huracán Gilberto. De ahí, donde día tras día pelea, literalmente se pelea la gente por un pedazo de tierra, por láminas que les den sombra a sus hijos, por un poco de agua sucia que les lleven en pipas; ahí donde la drogadicción crece y cuando cae la noche la ley es la de los violentos, los que violan, asaltan, golpean...

## FRAGMENTOS DE EDITORIALES Y CRÓNICAS

Editorial

Capital externo en la banca  
(5/abril/1989)

**La liberación de las tasas de interés bancarias es el inicio de una nueva etapa en las sociedades de crédito nacionalizadas.** La tendencia a la racionalización de las mismas, por medio de su aglutinamiento, cobra ahora una mayor celeridad y da un brinco cualitativo, puesto que coloca a la banca dentro de las áreas que pueden ser receptoras del capital extranjero, según lo revelan fuentes gubernamentales a El Universal.

Queda casi fuera de toda duda que el futuro bancario tiende hacia una mayor privatización, si bien el Gobierno podría seguir participando en ese ramo, con fines de control y de procurar que la banca sea una real promotora del desarrollo nacional, acentuando su actividad en los renglones de nuestro desarrollo que más lo requieran.

Esto último es lo que más importa: que la banca sea un conducto honesto y ágil, dúctil e inteligente, para llevar el ahorro interno a los sectores donde más se necesite.

Editorial

Impulso de la banca a la producción  
(1/septiembre/1989)

A siete años de la nacionalización de la banca, es justo reconocer que la misma ha dado pasos importantes, que en alguna medida ha llevado a acabo su papel como palanca del desarrollo. Empero, también se debe destacar que no ha logrado cumplir a plenitud con su responsabilidad. **Todavía existen aspectos que obligan a redoblar esfuerzos para poder afirmar que contamos con una banca capaz de responder a los retos del presente y de los años venideros.**

En ese séptimo aniversario, que se cumple el día de hoy, tanto el dirigente de la Concamin, Luis Germán Cárcoba, como el presidente de la Asociación Nacional de Industrias de la Transformación, Rubén Barrios, coincidieron al señalar que **la banca no ha cumplido con los objetivos, el suficiente crédito a los sectores productivos, pues se ha vuelto elitista, al no haber democratizado el capital.** A manera de ejemplo señalaron que el 98% de las pequeñas y medianas industrias no tienen acceso a ese tipo de recursos. También dijeron que el desafío de la banca, de ahora en adelante, deberá ser el de **establecer mecanismos que en realidad fomenten la inversión productiva, capten mayor ahorro y coadyuven al crecimiento del país.**

Crónica por Fidel Samaniego

"Para los mexicanos, la mayoría de las acciones; los trabajadores, socios"  
(19/septiembre/1989)

**El presidente de la República anunció la desincorporación del Estado de Teléfonos de México,** aunque estableció que la empresa permanecerá bajo el control mayoritario de los mexicanos, habrá participación económica de los trabajadores y **el servicio tendrá que mejorar de manera radical** en el marco de un proceso de expansión sostenida que respetará de modo pleno los derechos laborales, sentenció que ante todo **quedará garantizada la rectoría estatal en telecomunicaciones del país,** esto es, no propiedad, sino única y exclusivamente función de normatividad y regulación.

...En ese contexto tras reiterar que su compromiso fundamental es con el pueblo trabajador y con el bienestar de la mayoría de nuestros compatriotas y asegurar que "los revolucionarios de 1910 nunca señalaron que la construcción de la nación y la solución del reclamo de justicia se lograría ampliando más y más la intervención del Estado en actividades productivas que no fueran las propias que la Constitución establece".

Salinas de Gortari señaló "la decisión sobre TELMEX no puede dejar más en suspenso a los trabajadores". Y con ello creció la atención se hizo pesado el silencio, se creó una atmósfera que rompería en la ovación de funcionarios y dirigentes, cuando estableció que en el proyecto de desincorporación que deberá darse a conocer esta semana quedará garantizada la rectoría del Estado y las telecomunicaciones del país.

#### Editorial

#### Desincorporación de Teléfonos (19/septiembre/1989)

Con la misma determinación con la que se han tomado acciones similares en el pasado reciente, el Presidente, Carlos Salinas de Gortari anuncia la desincorporación de la empresa paraestatal Teléfonos de México, como **parte de un programa integral de eficiencia y expansión sostenida del sector de las telecomunicaciones, sin que en ello vaya el riesgo de que manos extranjeras controlen la telefonía nacional o que los trabajadores sufran mermas en sus legítimas conquistas.**

El Primer Mandatario señala que actualmente TELMEX es una empresa estancada, sin servicios, carente de investigación en ciencia y tecnología, que requiere crecer, lo que reclama enormes recursos que compiten con la necesidad de satisfacer demandas sociales primordiales. Salinas es enérgico al afirmar que ante todo quedará garantizada la rectoría estatal en este sector, guía el control sobre la normatividad y regulación.

La importancia de Teléfonos de México en la vida económica y social de la nación es incuestionable. El paso, que está por dar la presente administración al desincorporarla del sector público tiene el propósito fundamental de **proveerla de recursos frescos que en los actuales momentos sólo los particulares son capaces de aportar.** Así, **el Estado tiene la posibilidad de contar con mayores recursos para invertirlos en sectores cuyo reclamo de justicia social es mayúsculo.**

Sin ser del todo idénticos, el caso de Teléfonos se emparenta con los de la Minera de Cananea y la actualmente denominada Corporación Mexicana de Aviación, en cuanto a que forma parte de un proyecto gubernamental de eliminación de subsidios improductivos y de racionalización de los recursos públicos contando **con la participación cada vez más protagónica de la iniciativa privada.** En todos esos casos, la promesa del Gobierno ha sido la de no apartarse del texto constitucional en cuanto a la rectoría económica, ni lesionar los intereses de la clase trabajadora, que, -como lo dijiera el líder del Sindicato de Telefonistas, de la República, Francisco Hernández Juárez- no exige privilegios sino su legítimo derecho a participar en el proceso de modernización.

## Editorial

Retorno al régimen de banca mixta  
(3/mayo/1990)

...la razón esencial que fundamenta esta propuesta central de la iniciativa puesta ayer a consideración del Congreso de la Unión según la exposición de motivos es la siguiente: **los mexicanos no podemos admitir un estado tan propietario con tan considerables recursos invertidos en la banca, en un país con nuestras carencias como urgencias nacionales básicas, en consecuencia como explica el primer mandatario, los recursos que se obtengan de la enajenación estatal en la banca ayudará a reducir el déficit fiscal, abatir la deuda interna y consolidar la recuperación económica, permitirá nuevas inversiones en infraestructuras y fortalecimiento a la educación y el impulso al Programa Nacional de Solidaridad**, otro de los motivos tomados en consideración en la iniciativa de reforma es el de ampliar el acceso y mejorar la calidad de los servicios de banca en beneficio colectivo, evitando subsidios, privilegios y abusos...

## Editorial

Hacer eficiente TELMEX, el propósito  
(13/febrero/1990)

...Andrés Caso Lombardo compareció ante la Cámara de Diputados, para explicar los motivos y la forma por las cuales esa empresa pasará a manos de la iniciativa privada mayoritariamente. Caso Lombardo dijo que la venta de Teléfonos de México no dará lugar al nacimiento de un monopolio, ni fomentará ese tipo de prácticas en perjuicio de la sociedad ya que **el Estado mantendrá la rectoría sobre este medio de comunicación**, a través de los títulos de concesión que se den a las empresas privadas, tanto nacionales como extranjeras, en este aspecto el funcionario fue reiterativo para que el Estado no pierda la rectoría de las telecomunicaciones, conservándola por su autoridad como gobierno la administración directa de la empresa, ciertamente no están demás las explicaciones del secretario de Comunicaciones y Transportes, pues siendo Teléfonos un organismo hasta hace poco tiempo, considerado como estratégico, **la salvaguarda de la soberanía nacional, ahora la coyuntura económica se conjuga de una nueva forma de concebir el liderazgo, para dar el trascendental paso de permitir capital ajeno al erario para su mantenimiento y desarrollo, paso que debe estar bien pensado y fundado...**

### 3.1.4. Aprobación del TLC.

Como es sabido dentro del proyecto neoliberal que puso en marcha Salinas de Gortari durante su mandato, la firma del Tratado de Libre Comercio representaba su consagración máxima, pues pese a las marcadas diferencias entre México y sus socios, nuestro país se colocaría, así se decía en aquellos tiempos, dentro del bloque de países desarrollados; la

industria mexicana entraría al proceso de competitividad, lo cual la haría más eficiente. Pero también estaban las posturas en contra, cuyos argumentos eran: la pérdida de la soberanía y la desaparición de la micro, pequeña y mediana empresa.

Ante estas dos perspectivas *El Gran Diario de México* emitió su editorialización desde el anuncio de un posible acuerdo económico con América del norte y se distinguió por un respaldo absoluto a la consolidación de dicho proyecto. Para poder realizar este análisis se seleccionaron algunas crónicas y editoriales que se publicaron en años anteriores a la aprobación, esto con el fin de tener un panorama general de la forma en que este periódico trató el tema. Los días fueron los siguientes: 8 de julio de 1989, 23 de mayo de 1990, 3 de diciembre de 1991, 15 de diciembre de 1991, y por supuesto los días en que se aprobó el acuerdo económico, 17, 18 y 19 de noviembre de 1993.

**TABLA 5. DE COMPARACIÓN DE CONCEPTOS**

TÍTULO Y FECHA	GENERO	NOTICIA DE PRIMERA PLANA	DE CONCEPTOS DE LA POLÍTICA SALINISTA	CONCEPTOS EXTRAÍDOS DEL DISCURSO DE UNIVERSAL	UBICACION EN DEL. EL TEXTO DE EL
"Inicia hoy Salinas de Gortari su primera gira de trabajo exterior" 8/julio/89	Crónica	√	- Modernización de las relaciones económicas - Integración comercial - Apertura económica - Competitividad	- México esta en proceso de modernización y busca participar en el nuevo concierto internacional -posibilidades de competitividad en el terreno internacional	1º párrafo  1º párrafo
Libre Comercio con EU y Canadá, para no rezagar al país 23/mayo/90	Editorial	√	- Integración comercial - Transformación  - Modernización de las relaciones comerciales - Salvaguardar la soberanía	- México no se quedará de ningún modo fuera de la transformación mundial en marcha - una nueva política comercial -"En ningún caso actuaremos afectando la identidad y tradiciones"	1º párrafo  1º párrafo  1º párrafo
"Vigoroso apoyo del Grupo de Río al Tratado de Libre Comercio" 3/diciembre/91	Crónica	√ocho columnas	- Integración comercial	-al crear un mercado de intercambio de libre comercio con América del norte, habrá beneficio para los países de Centro y Sudamérica	1º párrafo
"El tratado no es la única opción para el país: CSG" 15/diciembre/91	Crónica	√	- Integración comercial - Modernización de las relaciones comerciales	- el Tratado de Libre Comercio no es para nosotros la única solución, es parte importante si, pero parte de una estrategia de toda una política que se basa en una diversificación...	2º párrafo

**TABLA 5. DE COMPARACIÓN DE CONCEPTOS (CONT.)**

TITULO Y FECHA	GENERO	NOTICIA DE PRIMERA PLANA	DE CONCEPTOS DE LA POLITICA SALINISTA	CONCEPTOS EXTRAIDOS DEL DISCURSO DE EL UNIVERSAL	UBICACION EN EL TEXTO
Oportuno llamado a la calma 17/noviembre/93	Editorial	✓ocho columnas	- Apertura económica - Salvaguardar la soberanía	- México ha sabido ganarse un lugar en la primera línea por la congruencia con que ha manejado su proyecto de desarrollo, abriéndose a las expectativas que le ofrece la compleja realidad de nuestros días, sin perder raíces, identidad y soberanía.	3° párrafo
"Derrotados los promotores del proteccionismo" 18/noviembre/93	Crónica	✓ocho columnas	- Competitividad - Acciones espectaculares - Modernización de las relaciones económicas	-estaban al frente y tras ellos con paso firme el aún más fortalecido presidente de la República, y con él su mensaje...	3° párrafo
El esfuerzo interno es lo que cuenta 18/noviembre/93	Editorial	✓ocho columnas-	- Modernización de las relaciones económicas - Integración comercial - Competitividad  - Competitividad	-El TLC es un instrumento más de nuestra estrategia económica, cuyos frutos se verán en el mediano plazo, que ayudará a consolidar nuestros planes de crecimiento y desarrollo, pero que necesita del esfuerzo de los mexicanos para que sea en verdad fecundo -no habremos de depender de factores externos para seguir siendo una nación viable	1° párrafo  2° párrafo
Se aprobó el Tratado de Libre Comercio 18/noviembre/93	Editorial	✓ocho columnas	- Competitividad	-la aprobación del TLC por el Congreso, es apenas el inicio de trabajos muy complejos	1° párrafo
Expectativas de beneficios para todos 19/noviembre/93	Editorial	✓ocho columnas	- Bienestar social  -Modernización de las relaciones económicas -Competitividad	- se trata de que la economía mejore y no de que el acuerdo sea fuente de quiebras empresariales y ruinas para los trabajadores -la modernización tecnológica de las micro, pequeñas y medianas empresas; y dos la búsqueda para ellas de lo que se llama en el lenguaje económico nichos de mercado	1° párrafo  -1° párrafo

## FRAGMENTOS DE EDITORIALES Y CRÓNICAS

Crónica por Fidel Samaniego

**"Inicia hoy Salinas de Gortari su primera gira de trabajo al exterior"**  
(8/julio/1989)

...hoy emprenderá su primera gira por el extranjero el presidente Carlos Salinas de Gortari, será un recorrido de intenso trabajo, de mucha importancia para un país que como México está en proceso de modernización y busca participar en el nuevo concierto internacional, sosteniendo sus principios de política exterior y con posibilidades de competitividad en el terreno internacional, señalaron fuentes de la presidencia de la República, reiterando que el jefe del Ejecutivo manifestará en su gira la importancia que para nuestro país tienen las relaciones con América Latina... buscará el fortalecimiento de los vínculos bilaterales y multilaterales que tiene nuestra nación.

Crónica por Fidel Samaniego

**"Libre Comercio con EU y Canadá, para no rezagar al país"**  
(23/mayo/1990)

**México no se quedará de ningún modo fuera de la transformación mundial en marcha; con decisiones oportunas e imaginativas, llevará adelante una nueva política comercial, dijo el presidente Carlos Salinas de Gortari, pero sentenció, categórico: "En ningún caso actuaremos afectando la identidad y tradiciones que nos constituyen o afectando nuestra capacidad de autogobierno".**

**"Promoveré un acceso permanente de nuestras exportaciones a los mercados externos, asegurando una justa reciprocidad del proceso de apertura económica de México y con reconocimiento a nuestro nivel de desarrollo".**

Crónica por Fidel Samaniego

**"Vigoroso apoyo del Grupo de Río al Tratado de Libre Comercio"**  
(3/diciembre/1991)

Cartagena, Colombia, los integrantes del Grupo de Río, expresaron su apoyo a las negociaciones que realiza México para un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá y reconocieron que éste no perjudicará ni contravendrá la integración, sino que será beneficioso para el subcontinente. Este sería el primer paso para la recreación de un mercado libre hemisférico. Sobre esto, el presidente Carlos Salinas de Gortari comentó que los mandatarios latinoamericanos expresaron su apoyo a esta iniciativa porque saben que **al crear un mercado de libre intercambio con América del norte, habrá beneficio para los países de Centro y Sudamérica.**

...Salinas de Gortari señaló que este pronunciamiento confirma que México no se aleja de su vocación latinoamericana y que al mismo tiempo, las negociaciones del TLC se observan como un instrumento para promover el intercambio de productos y en consecuencia mayor empleo en México y beneficios a la región latinoamericana.

Crónica por Fidel Samaniego

**"El Tratado no es la única opción para el país: Carlos Salinas de Gortari"**  
(15/diciembre/1991)

Con tres palabras, un tono especial y una franca sonrisa el presidente, Carlos Salinas de Gortari resumió hoy, lo que en tres horas comentó en Campo David con George Bush: "el Tratado va". Mientras un breve espacio por el silencio para recargar más la intención de lo que decía, y con un muy especial gesto rubricó, con otras tres palabras "y va bien", sin duda satisfecho en su conversación con el mandatario norteamericano, la octava desde aquella mañana cuando nació el llamado espíritu de Houston, Bush le había dicho claro y categórico que estaba total y absolutamente decidido a sacar adelante el Tratado y pronto...

Y ya camino hacia el avión, después de una declaración ante los reporteros, el presidente de México comentaba "lo he dicho muchas veces y lo expresé hoy una vez más en Campo David, el Tratado de Libre Comercio no es para nosotros la única solución, es parte importante sí, pero parte de una estrategia de toda una política que se basa en una diversificación..."

Editorial

**Oportuno llamado a la calma**  
(17/noviembre/93)

En efecto, la simultaneidad de los tiempos del acuerdo comercial ante nuestro país, Estados Unidos y Canadá, y la inminente culminación del proceso que habrá de conducir el relevo presidencial, hace que para México la opción más conveniente consiste en buscar "la continuidad del actual proyecto económico", como condición de posibilidad para salir de la incertidumbre.

Debemos considerar que la viabilidad del proyecto económico mexicano no está puesta a discusión. Por ello resulta indispensable cobrar conciencia del carácter relativo que representa para nuestro futuro el TLC, toda vez que, si bien puede ser un poderoso instrumento para abrimos más rápida y directamente al primer mundo, la posibilidad de que los legisladores estadounidenses lo rechacen no cancela, por ello, nuestras alternativas de desarrollo. Únicamente, eso sí, lo retardaría.

Quizá como pocos países en el globo, México ha sabido ganarse un lugar en la primera línea por la congruencia con que ha manejado su proyecto de desarrollo, abriéndose a las expectativas que le ofrece la compleja realidad de nuestros días, sin perder raíces, identidad y soberanía.

Crónica por Fidel Samaniego  
"Derrotados los promotores del proteccionismo"  
(18/noviembre/1993)

La aprobación del TLC en la Cámara de Estados Unidos significa el rechazo a las visiones proteccionistas que promueven el temor a la competencia a los que se cierran al futuro, dijo anoche el presidente de la República, pero reiteró que no debe haber expectativas excesivas por la etapa ayer concluida o por la entrada en vigor del acuerdo en enero próximo, categórico, Carlos Salinas de Gortari estableció que en México no se modificará la política económica, ni la política social del Estado y que se consolidarán los cambios iniciados cuando no existía el Tratado y en los que han sido fundamental el esfuerzo de todos...

Eran casi las 23:00 horas de México, habían pasado cerca de una hora desde que en la colonia del Capitolio, concluyó la votación que será histórica, 234 votos en favor, 200 en contra; casi en ese mismo momento cuando se supo del resultado final fueron convocados desde la residencial oficial de Los Pinos, varios de los integrantes del gabinete, llegarían así los secretarios de la Defensa Nacional, de Gobierno, de Educación Pública, de Desarrollo Social, de Hacienda y Crédito Público, de Comunicaciones y Transportes, el Procurador General de la República...

El día más largo, una jornada tensa e intensa, en el curso de la misma llegaron a audiencia diversos funcionarios, el presidente de la República no siguió el debate frente al televisor en ningún momento; recibió reportes estenográficos que se sacaban de las transmisiones en vivo de la televisión norteamericana...

Gente cercana a él aseguraba que durante este largo día, el más largo, su ánimo fue sereno, se le vio tranquilo, casi dos horas antes de que concluyera el debate, en Los Pinos, de acuerdo con los reportes que llegaban directamente de Washington, el ánimo se llenó de confianza, se preveía ya el desenlace, todo está hecho, todo está dicho, dijo alguien del primer círculo. Y poco antes de las 23:00 horas en la sesión del salón Venustiano Carranza, los reflectores estaban encendidos, la escenografía vegetal montada, frondosas plantas servían de fondo, en el salón presidencial la satisfacción y la alegría eran inocultables. Esperaban los secretarios en una sala cercana, también ahí Cecilia y Carlos, Emiliano Salinas Ocelli. Iban ya a pasar los funcionarios cuando Andrés Massieu le decían a Luis Donaldo Colosio, "te pide el señor presidente que vayas a su despacho" y 15 minutos después los miembros del gabinete que fueron convocados estaban al frente y tras ellos con paso firme el aún más fortalecido presidente de la República, y con él su mensaje...

#### Editorial

El esfuerzo interno es lo que cuenta  
(18/noviembre/93)

El presidente Carlos Salinas de Gortari, al comentar la aprobación del Tratado de Libre Comercio en la Cámara de Representantes de Estados Unidos, reiteró lo que ha venido siendo norma de su administración al respecto. **El TLC es un instrumento más de nuestra estrategia económica, cuyos frutos se verán en el mediano plazo, que ayudará a consolidar nuestros planes de crecimiento y desarrollo, pero que necesita del esfuerzo de los mexicanos para que sea en verdad fecundo.**

Como lo dijo el jefe del Ejecutivo, lo más importante es el esfuerzo interno y no perder el paso; seguir trabajando y sumar fuerzas internas para hacer que los proyectos económicos tengan éxito, porque **no habremos de depender de factores externos para seguir siendo una nación viable.** Se continuará con la política de concertación entre los factores productivos para regular nuestro proceso financiero nacional y se dará tiempo a los sectores productivos para que se consoliden a un ritmo prudente.

#### Editorial

Se aprobó el tratado de libre comercio  
(18/noviembre/93)

...Es válido decir que **la aprobación del TLC por el Congreso estadounidense, es apenas el inicio de trabajos muy complejos orientados a viabilizar los mecanismos mediante los cuales podrán llevarse a la práctica, las nuevas reglas del juego comerciales de nuestro país con Estados Unidos y Canadá.** El proceso para implantar un libre comercio en la zona norte del hemisferio, será muy largo y tal vez sinuoso, sobre todo en la medida que la economía más poderosa del planeta persista en prácticas proteccionistas, no obstante la vigencia del Tratado. Para evitarlo habrá que mantener una actitud vigilante y digna, lo que no estará reñido con el respeto recíproco, la premisa fundamental en esta nueva etapa.

#### Editorial

Expectativas de beneficios para todos  
(19/noviembre/93)

...y hasta donde es público, el gobierno mexicano no ha variado su posición. Una vez ratificado el TLC por el Congreso estadounidense, **se trata de que la economía nacional mejore y no de que el acuerdo sea fuente de quiebras empresariales y ruinas para los trabajadores.** Hoy, y durante los próximos tres lustros, lapso en el cual se logrará la plena integración, el objetivo deber ser, al menos en dos sentidos: uno, **la modernización tecnológica de las micro, pequeñas y medianas empresas; y dos la búsqueda para ellas de lo que se llama en el lenguaje económico nichos de mercado;** es decir, posibilidades específicas de colocación de los productos mexicanos, sobre todo aquellos en los cuales las

ventajas comparativas por rama productiva y la tradicional calidad de la mano de obra mexicana es garantía de éxito.

### **3.1.5. Discursos de Carlos Salinas de Gortari en relación a los medios masivos de comunicación.**

Para este apartado se tomó la editorialización que hizo *El Universal* sobre los discursos dados por Carlos Salinas en los aniversarios del día de la Libertad de Prensa, pues por lo general en ellos se puntualizan los acuerdos que se han establecido entre el gobierno y la prensa durante el año, así como las modificaciones legislativas o económicas suscitadas, que modifiquen la manera de operar de los medios.

Las fechas de las crónicas y editoriales analizados fueron: 8 de junio de 1989, 27 de septiembre de 1989, 20 de abril de 1990, 8 de junio de 1990, 3 de octubre de 1991, 9 de junio de 1992, 18 de septiembre de 1992 y 16 de noviembre de ese mismo año.

**TABLA 6. DE COMPARACIÓN DE CONCEPTOS**

TITULO Y FECHA	Y GENERO	NOTICIA PRIMERA PLANA	DE CONCEPTOS DE LA POLITICA SALINISTA	CONCEPTOS EXTRAIDOS DEL DISCURSO DE EL UNIVERSAL	UBICACION EN EL TEXTO
Ensanchan las vías de la prensa 8/junio/89	Editorial	√	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modernización de las relaciones entre Estado y sociedad</li> <li>- Libertad de expresión</li> <li>- Democracia</li> <li>- Modernización de las relaciones entre Estado y sociedad</li> <li>- Democracia</li> <li>- Libertad de expresión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Establecer reglas más claras entre la relación prensa-sociedad y gobierno, es parte esencial del proceso de modernización en que estamos empeñados los mexicanos</li> <li>-Garantizar una plena libertad de expresión</li> <li>- Avanzar en la democratización del sistema</li> <li>- En una ceremonia que habia perdido su significado, llama la atención el interés del régimen, por volver a darle una dimensión que comienza a patentizarse</li> <li>-la comunicación social debe ser cada vez más democrática, más participativa...</li> <li>- se respetará la crítica...</li> </ul>	<p>1º párrafo</p> <p>1º párrafo</p> <p>1º párrafo</p> <p>2º párrafo</p> <p>2º párrafo</p> <p>2º párrafo</p>
Respeto a la crítica de buena fe 27/septiembre/89	Editorial	√	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Libertad de expresión</li> <li>-Pluralidad ideológica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-En su mensaje a El Universal, el presidente Carlos Salinas de Gortari, al reconocer el esfuerzo de quienes laboramos en esta casa editorial dejó constancia a la crítica de buena fe, a la crítica bien intencionada que busca el fortalecimiento de nuestra patria...</li> </ul>	<p>1º párrafo</p>
"Se eliminan los permisos previos a PIPSA seguirá como productora." 20/abril/90	Crónica	√ocho columnas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saneamiento empresarial</li> <li>- Libertad de expresión</li> <li>-Modernización de las relaciones entre Estado y sociedad</li> <li>- Eficiencia</li> <li>- Saneamiento empresarial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-deberá de consolidar libertades y propiciar una relación más transparente entre poder público y los medios impresos</li> <li>-calificó de inadmisibile cualquier intento de limitación o intimidación al libre desarrollo de los medios de comunicación y a quienes ejercen su derecho</li> <li>- la permanencia de esta empresa y hacerla más eficiente</li> <li>-las empresas periodísticas podrán abastecerse del papel en el mercado que consideren más adecuado de acuerdo con su ubicación e intereses financieros...</li> </ul>	<p>1º párrafo</p> <p>2º párrafo</p> <p>2º párrafo</p> <p>2º párrafo</p>
Liberación del mercado de papel 20/abril/90	Editorial	√ocho columnas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modernización de las relaciones económicas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-cabe considerar este paso como uno más hacia la consecución de objetivos que afianza la estrategia de modernización..</li> </ul>	<p>1º párrafo</p>
Liberación del mercado de papel 20/abril/90	Editorial	√ocho columnas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modernización</li> <li>- Libertad de expresión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- cabe considerar este paso como uno más hacia la consecución de objetivos que afianzan la estrategia de modernización del actual régimen</li> <li>-de este modo se sientan las bases para que la libertad de expresión no sea coartada bajo los argumentos derivados de la monopolización o limitación del mercado de papel</li> </ul>	<p>1º párrafo</p> <p>2º párrafo</p>

**TABLA 6. DE COMPARACIÓN DE CONCEPTOS (CONT.)**

TÍTULO Y FECHA	GÉNERO	NOTICIA PRIMERA PLANA	DE CONCEPTOS DE LA POLÍTICA SALINISTA	CONCEPTOS EXTRAÍDOS DEL DISCURSO DE EL UNIVERSAL	UBICACIÓN EN EL TEXTO
Respeto irrestricto a la crítica 8/junio/90	Editorial	✓/ocho columnas	- Libertad de expresión - Pluralidad ideológica  - Modernización de las relaciones entre sociedad y Estado - Saneamiento empresarial	- Es inobjetable, cabe reconocerlo que la crítica en el gobierno del presidente Salinas de Gortari no ha sufrido mellas, los espacios críticos han sido respetados.. - El Universal marca la pauta para hacer más clara las reglas del juego entre prensa-gobierno y entre prensa-sociedad civil, al decidir auditar su volumen de circulación	1º párrafo  1º párrafo
Enaltece el Presidente la misión de Los Universales 3/octubre/91	Nota	✓/ocho columnas	- Eficiencia y competitividad - Pluralidad ideológica	- Carlos salinas de Gortari, quien al inaugura la rotativa Harris 1600 dijo que El Gran Diario de México ha sabido ser un foro abierto, plural a la información y la opinión, y un espacio que da cuenta de su calidad profesional	1º párrafo
Prensa madura que favorezca al cambio 9/junio/92	Editorial	✓	- Pluralidad ideológica  - Modernización de las relaciones entre Estado y sociedad  - Modernización - Competitividad y eficiencia	- nunca de la coacción del poder público, ni del menor intento de coartar las libertades que hemos conquistado los mexicanos - la formidable maduración social, dijo, colocan a la prensa mexicana frente al reto de modernizarse - en México habrán que perdurar aquellos medios con capacidad de asimilar innovaciones tecnológicas, y de poner en marcha nuevos conceptos de comunicación, entre los que sobresale la necesidad de autosuficiencia, mediante mayor competitividad y mejores opciones a los lectores y publicistas	1º párrafo  1º párrafo  3º párrafo
Solventarán los medios sus gastos en giras oficiales 18/septiembre/92	Crónica	✓/ocho columnas	- Saneamiento empresarial	- un avance importante en el proceso de actualizar y hacer más sana la relación de la prensa con el gobierno	1º párrafo
Auténtica reforma a los medios 16/noviembre/92	Crónica	SI/ocho columnas	- Saneamiento empresarial	- esta medida, llevará sin duda a la reglamentación de la publicidad tal y como lo propuso el pasado primero de octubre el presidente y director general de esta casa editorial, Juan Francisco Eaty; viene a complementar en el campo de la clarificación de las relaciones gobierno medios de comunicación...	1º párrafo

## FRAGMENTOS DE EDITORIALES Y CRÓNICAS

### Editorial

Ensanchar las vías de la prensa  
(8/junio/1989)

**Establecer reglas más claras entre la relación prensa-sociedad y gobierno es parte esencial del proceso de modernización en que estamos empeñados los mexicanos. Garantizar una plena libertad de expresión no compete sólo a las autoridades sino a los propios medios de comunicación, en la medida que cumplen su labor profesional con absoluto profesionalismo y respeto a las normas constitucionales, habrá más posibilidades de ensanchar los caminos de la libertad de expresión, tal como lo demanda la sociedad nacional y de acuerdo con el imperativo de avanzar en la democratización del sistema...**

**En una ceremonia que había perdido su significado, llama la atención el interés del régimen por volver a darle una dimensión que comienza a patentizarse. Los pronunciamientos del primer mandatario, en el marco de la nueva relación que habrá de impulsarse entre la prensa y el Estado, señaló su convencimiento de que la comunicación social debe ser cada vez más democrática, más participativa, precisó que toca al gobierno informar más y mejor, acatar y cumplir cabalmente el mandato constitucional que preserva la libertad de expresión. Es de mayor importancia el señalamiento de que la libertad de expresión comienza con la seguridad personal de quienes ejercen este derecho, en congruencia con ello aseguró que se castigará con toda la fuerza de la ley a quienes atenten contra quienes expresen su pensamiento o el de otros, se respetará la crítica, buscando la razón en los argumentos ajenos. No pasó por alto el aspecto del recurso primordial de la prensa escrita, la cual compete a PIPSA satisfacer adecuadamente y afirmó "mi compromiso es que esta empresa no constituya valladar alguno al pleno ejercicio de la libertad de expresión". Es por demás evidente un interés del gobierno del presidente Salinas de Gortari, por afianzar, las bases que permiten un cabal ejercicio de los profesionales de la comunicación social...**

### Editorial

Respeto a la crítica de buena fe  
27/septiembre/1989

**En su mensaje a El Universal, el Presidente Carlos Salinas de Gortari, al reconocer el esfuerzo de quienes laboramos en esta casa editorial dejó constancia de su respeto a la crítica de buena fe, a la crítica bien intencionada que busca el fortalecimiento de nuestra patria y no de su desunión. Asimismo señaló su convicción que con la ampliación de las instalaciones de El Gran Diario de México, pero sobre todo por el espíritu de trabajo que existe en esta casa se contribuye al fortalecimiento de la libertad de**

expresión, este esfuerzo dijo también es reflejo del respeto del Estado a los medios de comunicación del país, hacer un periodismo constructivo es ocupación primordial de quienes han tenido la responsabilidad de dirigir a El Universal...

El mensaje presidencial es trascendente, porque refleja la comprensión del jefe del Estado Mexicano, el papel de la prensa en la etapa de cambios que estamos viviendo, las cortapisas a los medios de comunicación, no caben en nuestro tiempo, y así lo entiende con claridad meridiana el primer mandatario...

Crónica por Fidel Samaniego

"Se eliminan los permisos previos a PIPSA seguirá como productora".

(20/abril/1990)

El presidente Carlos Salinas de Gortari anunció a partir de hoy la apertura del mercado nacional a la libre importación de papel periódico, la eliminación del permiso previo y el establecimiento de un arancel del 15%, señaló que esta operación reservada, ayer, a la Productora Importadora de Papel S.A. de C.V. PIPSA **deberá de consolidar libertades y propiciar una relación más transparente entre poder público y los medios impresos.**

En sesión extraordinaria del Consejo de Administración de PIPSA el jefe del Ejecutivo nombrado presidente honorario, **calificó de inadmisibles cualquier intento de limitación o intimidación al libre desarrollo de los medios de comunicación y a quienes ejercen su derecho.** Su derecho constitucional de libre expresión, ante los editores e impresores de los principales periódicos del país, entre quienes se encontraba el Presidente y Director General de El Universal Juan Francisco Ealy Ortiz, ratificó que la libertad de expresión comienza con la seguridad física y personal de quienes ejercen este derecho y que es obligación del estado y la sociedad velar por la seguridad de aquellos que expresan su pensamiento en cuanto a los demás, luego de que el Secretario de Gobernación Fernando Gutiérrez Barrios diera un informe sobre la situación de PIPSA, el primer mandatario hizo **notar la permanencia de esta empresa y hacerla más eficiente** y ahora que ha llegado a su capacidad plena de producción. Sin embargo subrayó que **las empresas periodísticas podrán abastecerse del papel en el mercado que consideren más adecuado de acuerdo con su ubicación e intereses financieros, tamaño y necesidad.**

Liberación del mercado de papel

(20/abril/1990)

**...cabe considerar este paso como uno más hacia la consecución de objetivos que afianzan la estrategia de modernización del actual régimen, no sólo es de la mayor trascendencia quitar todo tipo de trabas a la obtención de la materia prima vital para la prensa escrita, desde que se amplíen las oportunidades para su adquisición, sino que de este modo se sienten las bases para que la libertad de expresión no sea cuarteada bajo los argumentos derivados de la monopolización o limitación de mercado de papel...**

Editorial

Liberación del mercado de papel  
(20/abril/1990)

Al anunciar la libre importación de papel periódico a partir de hoy el presidente Carlos Salinas de Gortari, afirmó que es inamisible cualquier intento de limitación en cuanto al libre desarrollo de los medios de comunicación. Puntualizó que la independencia de la prensa, condición básica para su ejercicio cotidiano se refuerza con esta medida que habrá de propiciar una relación más transparente entre el poder público y los medios impresos, **cabe considerar este paso como uno más hacia la consecución de objetivos que afianzan la estrategia de modernización del actual régimen**, no sólo es de la mayor trascendencia quitar todo tipo de trabas a la obtención de la materia prima vital para la prensa escrita, desde que se amplíen las oportunidades para su adquisición, sino que de este modo se sienten las bases para que la libertad de expresión no sea cuarteada bajos los argumentos derivados de la monopolización o limitación de mercado de papel...

Editorial

Respeto irrestricto a la crítica  
(8/junio/1990)

**Es inobjetable, cabe reconocerlo que la crítica en el gobierno del presidente Salinas de Gortari no ha sufrido mellas, los espacios críticos han sido respetados, en abierta correspondencia con la necesidad de afianzar avances democráticos en la nación...La libre importación de papel decretada por el actual régimen patentiza de manera fehaciente la voluntad de eliminar barreras a la libertad de expresión. En consonancia con este procedimiento, El Universal marca la pauta para hacer más clara las reglas del juego entre prensa-gobierno y entre prensa-sociedad civil, al decidir auditar su volumen de circulación...**

“Enaltece el Presidente la misión de Los Universales”  
(3/octubre/1991)

... Carlos Salinas de Gortari, quien al inaugurar la rotativa Harris 1600 dijo que “El Gran Diario de México” ha sabido ser un foro abierto, plural a la información y la opinión, y un espacio que da cuenta de su calidad profesional...

Editorial

Prensa madura que favorezca al cambio  
(9/junio/92)

El Presidente Salinas de Gortari señaló que sólo del diálogo entre la prensa y la sociedad habrá de surgir el mejoramiento de los medios de información “nunca de la coacción del

**poder público ni del menor intento de coartar las libertades que hemos conquistado los mexicanos". El cambio que vive el país, la formidable maduración social, dijo, colocan a la prensa mexicana frente al reto de modernizarse y encontrar formas superiores de comunicación, a partir de lectores y audiencias libres.**

La modernización de la prensa es un paso irrenunciable. Pero entendido dicho proceso no desde una perspectiva tecnológica y organizacional, sino desde una atalaya que favorezca transformaciones profundas en las relaciones entre periódicos y lectores, entre prensa y sociedad. Desde luego es también inimaginable una cosa sin la otra: los cambios tendrán que ser en todos los sentidos para lograr avances concretos, sin los cuales no sería factible arrastrar los retos del dinámico desenvolvimiento social, económico, y político, producto del nuevo tipo de relaciones internacionales cuyo común denominador es una más acelerada interdependencia.

**...en México habrán de perdurar aquellos medios con capacidad de asimilar innovaciones tecnológicas, y de poner en marcha nuevos conceptos de comunicación, entre los que sobresale la necesidad de autosuficiencia, mediante mayor competitividad y mejores opciones a lectores y publicistas.**

Crónica por Fidel Samaniego  
"Solventarán los medios sus gastos en giras oficiales"  
(18/septiembre/1992)

...la medida no significa en modo alguno ni cerrazón de la información ni separación o discriminación de medios; representa un avance importante en el proceso de actualizar y hacer más sana la relación de la prensa con el gobierno, afirmó José Carreño Carlón, vocero oficial del jefe del Ejecutivo...

Cabe señalar que esta casa editorial ha propuesto, entre otras acciones para lograr la dignificación de la prensa nacional, que la medida se extienda con el fin de que ninguna dependencia del Ejecutivo federal ni los gobiernos de los estados destinen ya recursos económicos para pagar las giras de los reporteros acreditados en sus respectivas fuentes informativas...

Editorial  
Auténtica reforma a los medios  
(16/noviembre/1992)

Las relaciones que han existido hasta ahora entre el gobierno y los medios de comunicación han adolecido de poca claridad con el consiguiente deterioro de la información proporcionada por ellos al público, quien no alcanza a distinguir con certeza aquella que en realidad corresponde a los hechos y la que con fines totalmente ajenos a los de informar es mera publicidad para funcionarios, con el fin de clarificar estas relaciones el presidente

Carlos Salinas de Gortari dispuso que los recursos económicos que utilizan las dependencias gubernamentales para gastos de publicidad y difusión en la prensa se reduzcan y que su uso sea rigurosamente controlado por la Contraloría de la Federación. De esta manera a partir del primero de enero las oficinas de prensa del sector oficial verán reducido a la mitad, o quizá un poco más el presupuesto que manejaban hasta la fecha, el cual de ninguna forma podrá utilizarse para beneficio personal de los funcionarios, esta medida, llevará sin duda a la reglamentación de la publicidad tal y como lo propuso el pasado primero de octubre el presidente y director general de esta casa editorial, Juan Francisco Ealy; viene a complementar en el campo de la clarificación de las relaciones gobierno medios de comunicación...

### 3.2. La imagen salinista desde la perspectiva de El Universal

La Dirección de Comunicación Social de la Presidencia de la República instrumentó una efectiva política de comunicación durante los seis años de gobierno de Carlos Salinas; cimentada en tres niveles: información, imagen personal y propaganda.

La información consistió en mostrar a un presidente dinámico, transformador, reformista, ejecutador de acciones espectaculares. En este sentido, el diario que fundara Palavicini publicó cotidianamente, con una amplia cobertura, los encuentros del entonces presidente con mandatarios de otras naciones, en su constante tarea de integrar a México en el concierto internacional; las giras al interior de la República, particularmente en los sitios más pobres, para atender las necesidades elementales de esta población a través del programa de Solidaridad. Es importante destacar las crónicas de Fidel Samaniego, pues en ellas siempre, el periodista, hizo énfasis de la cercanía que tuvo Salinas con el pueblo: "Hizo el recorrido desde esa plataforma, gozó de las expresiones de quienes hacían valla, estrechó manos y más manos; recibió papeles, muchos papeles; demandas, muchas demandas..."<sup>49</sup>

La cobertura de las acciones del entonces jefe del Ejecutivo, Salinas de Gortari, la hacían tres personas, el reportero de la fuente, un cronista y un especialista político, con lo cual, desde tres perspectivas periodísticas diferentes, se le informaba al lector sobre las acciones del Presidente, esta modalidad implementada por el diario para cubrir los eventos de la Presidencia de la República contribuyó a realzar la imagen del Primer Mandatario.

*El Universal* plasmó perfectamente bien en sus páginas la imagen de un presidente dinámico, que lo mismo podía estar en el lugar más recóndito y pobre de la República mexicana, que en la ex Unión Soviética recibiendo condecoraciones o en Houston discutiendo estrategias económicas para impulsar el crecimiento nacional. Las grandes reformas realizadas las manejó como renovaciones al ya desgastado marco jurídico, fundados en la memoria histórica del país, siempre muy bien razonadas y en beneficio de la clase baja. Fortaleció la representación de un presidente visionario, de convicción democrática y lo demostraban con el reconocimiento al triunfo de Acción Nacional, la actitud de apertura frente a los medios, la creación del IFE, entre otras acciones.

La imagen personal se difundió como un proyecto de gobierno; así en sus editoriales, *El Universal*, al escribir sobre los procesos modernizadores y reformistas por los cuales atravesaba México, mencionaba inmediatamente a su autor: Carlos Salinas. De tal forma

<sup>49</sup> "Acciones para transformar al país en lo político, económico, social y cultural". *El Universal*, 8 de diciembre de 1991.

que hablar de un México modernizado implicaba hablar de un presidente transformador, dinámico... y viceversa. Este diario trasladó a sus páginas el concepto unitario de "Proyecto de gobierno-Carlos Salinas".

La propaganda se sustentó en dos conceptos: Solidaridad, como un horizonte inmediato y en la integración comercial. Tarea que tampoco fue descuidada por *El Gran Diario de México*, su labor al respecto fue constante, las notas crónicas y comentarios editoriales, legitimaron día a día el Programa Nacional de Solidaridad, como un proyecto eficiente, capaz de atender las demandas de la sociedad, de integrar a todos por igual, con los mismos derechos y obligaciones. Y la integración comercial, como la llave de ingreso al primer mundo y el fin a los retrógrados mecanismos económicos.

Cubrió extensamente las reformas constitucionales, alrededor de 15 días —del 2 al 16 de diciembre de 1991— estas noticias salieron en primera plana, posteriormente se siguió publicando información al respecto pero ya en las páginas interiores. De manera más prolongada, por la magnitud del hecho, fue la cobertura de las negociaciones para la firma del acuerdo trilateral con Estados Unidos y Canadá. En todos estos acontecimientos, los conceptos y adjetivos empleados en el discurso de *El Universal* y gubernamental fueron los mismos.

El trabajo del periodista a la hora de redactar las notas informativas, es narrar los hechos sin desvirtuar las declaraciones, y aun así se corre el riesgo de caer en la subjetividad y plasmar juicios de valor, pero en los editoriales los matices son otros, se tiene la libertad de emitir un juicio periodístico, que refleja siempre la ideología de la empresa; en este caso a la de *El Universal*, que no quiso dejar de ser portavoz de este "boom" de halagos en el que habían caído los propios diarios y revistas estadounidenses y europeos; dado el panorama de expectativas positivas, buscó constituirse en el futuro como un periódico protagonista del cambio, que según viviría México

Para este diario sólo existieron dos posturas; el apoyo total a las medidas implementadas por este régimen, o la descalificación de éstas. Se olvidó de los tonos grises, de cuestionar los proyectos puestos en marcha, de señalar errores, para en verdad hacer un periodismo de primer mundo, y se incorporó a la creación del mito.

### 3.3. El Universal como empresa

Este diario logró su máxima consagración empresarial justo en este régimen: Su despliegue se dio a la par del crecimiento nacional; el éxito del proyecto salinista y el de Ealy Ortiz encontraron su clímax al mismo tiempo -1992-1993- y decayeron igual. La promoción presidencial de la cual se hablaba en el apartado anterior no fue tan inocente como aparentaba, pues detrás de ese reacio apoyo estaba la propia promoción de su crecimiento tecnológico, a través del cual vendieron la imagen de un periódico de primer mundo y la constatación de su autonomía. Sus intereses se centraron precisamente en esto; primero se mostraron como una empresa fuerte, capaz de solventar los gastos de sus reporteros en las giras presidenciales, esta decisión la calificaron de una muestra de sana relación entre el gobierno y la prensa; posteriormente innovaron con maquinaria de punta; certificaron su circulación pagada, en prueba del compromiso que tienen con sus lectores, esto no era más que tomar una actitud seria, de empresa, frente a sus publicistas; durante 1992 y 1993 reinauguraron sus oficinas de Puebla y Morelos y abrieron otras más en Toluca y Naucalpan. Con la supuesta idea de informar mejor en las distintas entidades federativas crean estos periódicos locales, que no eran más que una descentralización de sus espacios publicitarios. Construyeron un edificio específico para albergar la maquinaria de producción y remodelaron la histórica construcción llamada Félix F. Palavicini.

A sugerencia del propio presidente de la República, el Consejo de Administración de *El Universal* autorizó el inicio de los trámites para la realización de una oferta pública de acciones de la empresa, a través de la Bolsa Mexicana de Valores, por un monto de entre 250,000 y 300,000 millones de pesos durante el último cuatrimestre de 1992. En noviembre de ese mismo año este diario publicaba que los resultados de su gestión durante el periodo julio-septiembre habían marcado un hito en la historia de los medios de comunicación impresos del país, pues se habían reportado ventas por 101,297 millones de pesos y utilidades por 29,539 millones de pesos.

También en septiembre de ese mismo año instalaron y sesionó por primera vez el Consejo del Grupo Editorial de *El Universal*, que lo constituyó Joaquín Vargas Gómez, presidente de Stereo Rey, FM Globo y Multivisión; Juan Mata González, empresario en el ramo industrial; Juan Diego Gutiérrez Cotina, presidente del Consejo de GUDSA, importante consorcio del ramo de la construcción; Gerardo de Prevoisin, presidente y accionista mayoritario de Aerovías de México, Aeroméxico, Antonio Ariza de Casa Domecq México; Roberto Barreda del Grupo Industrial Maseca y Banorte; y Fernando Senderos Mestre, presidente del Grupo DESC. Dentro de las firmas incorporadas al grupo eran: *El Universal*, Compañía Periodística Nacional S.A. de C.V., *El Universal Gráfico*, *El Universal Puebla-Tlaxcala*, *El Universal Morelos*, La revista *Nuevo Siglo*, *La Afición* Compañía Periodística S. A. de C.V., Servicio Nacional Universal de Noticias S.A. de C.V., Construcciones y

Desarrollo Bucareli S.A. de C.V. y Técnicos de Reparación de Servicios Mecánicos S.A. de C.V. Y dos años más tarde se anexarían los diarios *El Sonorense* y *El Independiente*.

E informaron a sus consejeros propietarios que *El Gran Diario de México* generaba el 97% de los ingresos y el 98 % de la utilidad neta del mismo, en aquella época era el principal medio impreso de publicidad para los productos y servicios de las distintas ramas de la economía, además de este liderazgo en la edición de espacios publicitarios, tenían una importante porción del mercado en cuanto a la circulación de periódicos diarios dentro del área metropolitana de la ciudad de México.

Como las empresas modernas Ealy intentó en *El Universal* implementar un sistema de productividad que les permitiera encarar los retos de la centuria y del nuevo siglo, mantener niveles salariales competitivos que otorgaran garantías de estabilidad y tranquilidad económica a sus trabajadores, mismos que podrían ser incrementados de acuerdo con el esfuerzo, la responsabilidad y la dedicación de éstos. Sin embargo, este concepto no se supo adecuar a la forma de operar de una compañía periodística y fracasó.

Finalmente en octubre de 1994 Juan Francisco Ealy ingresa al grupo The Conference Board, una de las instituciones más prestigiadas en el mundo de los negocios y que tiene como fin seleccionar a los empresarios y altos ejecutivos de todos los continentes, para impulsar tanto sus negocios particulares como generar proyectos que repercutan en el bienestar de la sociedad en general.

*El Universal* fue acumulando logros financieros disfrazados de triunfos periodísticos; México estaba ingresando a una nueva era, y como tal necesitaba un periódico a la medida de esos cambios y se autonostraron como el periódico capaz de enfrentar esos retos, por eso en más de una vez fueron ellos los que insistieron en llevar a cabo esas modificaciones e invitaban al resto de los diarios a comprometerse de la misma manera; encabezaron la creación del Instituto Verificador de Medios; convocaron a un foro donde se explicara a la ciudadanía sobre el Tratado de Libre Comercio, con el fin de presentarse como una industria periodística segura de enfrentar los retos que traería este acuerdo económico y ganar clientes, no lectores, y muestra de ello, fue el convenio que firmaron con un diario canadiense, para intercambiar información.

Gran parte de su tecnología estaba dirigida a mejorar el servicio del **Aviso Oportuno**, no hay que olvidar que en sus tiempos de crisis financiera esta sección fue uno de los pilares principales que evitó la desaparición de *El Universal*. El análisis del diseño de su política editorial, realizada en el primer capítulo refuerza este argumento, ya que ni sus páginas, ni el tratamiento de la información sufrieron modificaciones de fondo.

En resumen, le apostaron al fortalecimiento de su maquinaria para consolidarse en el mercado, al lado de las más prestigiadas firmas, porque esa era la fórmula del éxito durante ese sexenio, y creyeron que automáticamente harían un periodismo respetable, a la altura de cualquier prestigiado diario internacional, de ahí que invitaran a grandes personalidades del mundo periodístico estadounidense, particularmente, a conocer sus instalaciones y encontrar así un reconocimiento externo a su trabajo, e invertían fuertes sumas de dinero para comprar los artículos de Gorbachov y publicar información privilegiada que otros diarios nacionales no hacían. Tienen convenio, hasta la fecha con Reuter, EFE, AP, AFP y UPI, además de que en la nómina llegaron a figurar 300 articulistas, cuyas diferencias en las remuneraciones eran muy marcadas, podían ser de 3000 pesos mensuales hasta más de 50 mil, dependiendo del articulista.

Este proceso de modernización tecnológica, la explicaba así su director general:

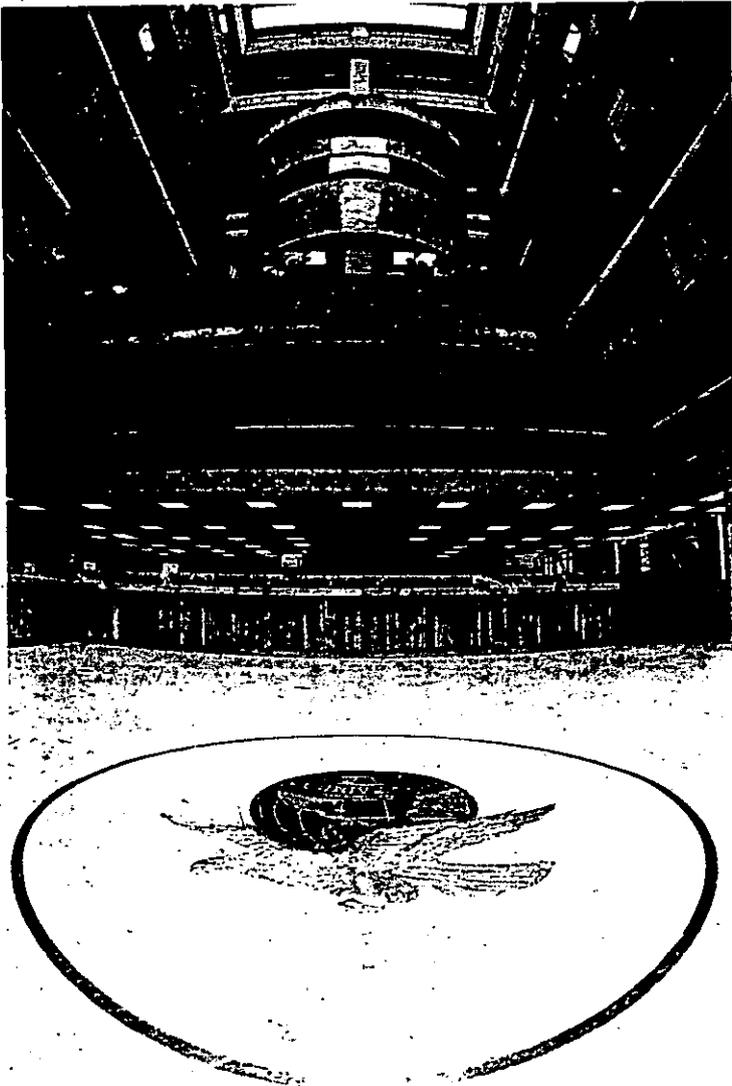
La modernización de la prensa la entendemos como un proceso mediante el cual los medios afirman su independencia frente al poder público, apoyándose en sus públicos, con ello no sólo se sirve a la ciudadanía sino que el gobierno mismo resulta beneficiado por cuanto tiene la certeza de encontrar en nuestras páginas información útil y objetiva...queremos ayudar a construir una prensa tecnológicamente capaz de competir con la más desarrollada del mundo, una prensa que ofrezca toda la gama posible de noticias, opiniones, entrenimientos y educación, al igual que la oferta que pudiera haber en los países más avanzados.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> "Urge modernizar a la prensa para satisfacer a una sociedad cada vez más exigente: Ealy", El Universal, 28 de enero de 1993.



Reinauguración del edificio Félix F. Palavicini, 1992.



Vestíbulo del edificio Félix F. Palavicini, 1992.

### 3.3.1. Tiraje

En este apartado se hace una descripción del comportamiento de su tiraje a partir de la fecha en que certificaron su circulación pagada, para corroborar si el despegue tecnológico y el crecimiento empresarial que tuvieron, se reflejó también en el incremento de sus lectores.

El 8 de junio de 1990 *El Universal* anunciaba que invariable en su firmeza y seriedad profesional así como en su política de honestidad, veracidad y credibilidad, basada en una total independencia económica, certificaría su circulación pagada. Dicha certificación tenía por objeto auxiliar a todos sus clientes, ya sea anunciantes directos o a agencias de publicidad, en el establecimiento de las políticas de inserción de publicidad para que estuvieran en opción de elegir, según sus intereses, y para conocimiento de sus lectores.

La certificación de la circulación pagada de *El Universal* estuvo a cargo de la organización internacional C.A.C. (Certified Audit of Circulations, INC) con sede en Wayne, Nueva Jersey, Estados Unidos. De acuerdo con sus estatutos y reglas de operación, esta organización considera como circulación pagada únicamente los ejemplares que son vendidos diariamente, excluyendo de la misma los ejemplares de cortesía, los intercambios, las devoluciones y los créditos pendientes por más de 90 días.

*El Universal* tenía en ese momento una circulación pagada, en promedio, de 108,441 ejemplares diarios y los domingos un promedio de 107,903 ejemplares.

Al año siguiente dieron a conocer a sus clientes y lectores las siguientes cifras y estadísticas de su circulación neta pagada durante los primeros trimestres de 1990 y 1991.

TABLA 7. CIRCULACIÓN NETA PAGADA. PRIMEROS TRIMESTRES 1990 Y 1991

DÍAS	1er. TRIMESTRE 1990	1er. TRIMESTRE 1991	INCREMENTO	%
DIARIO	109,303	117,703	8,400	7,69
DOMINICALES	108,757	115,634	6,877	6,32

Sus cortesías, intercambios, créditos a más de noventa días y devoluciones eran:

**TABLA 8. CORTESÍAS, INTERCAMBIOS, CRÉDITOS A MÁS DE NOVENTA DÍAS Y DEVOLUCIONES. PRIMEROS TRIMESTRES 1990 Y 1991**

DÍAS	1990	1991
DIARIO	12,665	10,955
DOMINGOS	11,080	11,613

Nota: Información publicada el 7 de junio de 1991.

**TABLA 9. CERTIFICACIÓN NETA DE 1991 Y 1992**

TRIMESTRE	AÑO	CERTIFICACIÓN NETA
Octubre-Diciembre	1991	128,045
Enero-Marzo	1992	141,860
Abril-Junio	1992	142,906
Julio-Septiembre	1992	143,042

Suscripciones promedio diario a septiembre de 1992: 49,578.

Nota: información publicada el 10 de mayo de 1993.

**TABLA 10. CERTIFICACIÓN NETA DE 1992 Y 1993**

DÍAS	1992	1993
DIARIO	143,042	140,301
DOMINGOS	141,418	148,081

Nota: los datos de 1993 corresponden hasta el 31 de diciembre de ese año, y fueron publicados en mayo de 1994.

La información desglosada sobre las suscripciones de correo, de mensajería, ventas al menudeo, etc. se encuentran enseguida.

10/MAYO/1994

1. Publisher's stated publishing and circulation policy.

Policy is to publish a general interest newspaper, in broad sheet format, printed in photo offset.

Circulation policy is to carrier and mail deliver to paid subscribers and to offer for sale on newsstands. Unpaid carrier copies are used as samples to gain new subscribers.

2. Average circulation, distribution and net press run.

A. Paid circulation.	Sunday	Daily
1) Mail subscriptions	190	175
2) Carrier subscriptions	47,355	49,578
3) Net retail sales(store, rack, counter)	93,873	93,205
<b>Total paid circulation</b>	<b>141,418</b>	<b>143,042</b>
B. Voluntary/optional paid circulation	-	-
C. Unpaid circulation		
1) Mail	7	5
2) Carrier single (see item 4)	91	119
3) Carrier residential bulk (see item 4)	120	120
D. Total circulation (sum of A, B and C)	41,636	143,286
E. Unpaid carrier non-residential bulk (see item 4)	73	87
F. Total distribution (sum of D and E)	141,709	143,373
G. All other copies (service, files, returns)	13,695	17,074
H. Net Press run (sum of F and G)	155,404	160,447

For the 6 month period ended December 31, 1993

1. Publisher's stated publishing and circulation policy.

Policy is to publish a general interest newspaper, in broadsheet format, printed in photo offset.

Circulation policy is to carrier and mail deliver to paid subscribers and to offer for sale on newspaper. Unpaid carrier copies are used as samples to gain new subscribers.

## 2. Average circulation, distribution and net press run.

	Sunday	Daily
<b>A. Paid circulation</b>		
1) Mail subscriptions	200	180
2) Carrier subscriptions	52,528*	54,070*
3) Net retail sales (store, rack and counter)	94,847**	84,947**
<b>Total paid circulation</b>	<b>147,575</b>	<b>139,197</b>
<b>B. Voluntary/optional paid circulation</b>		
<b>C. Unpaid circulation</b>		
1) Mail	14	10
2) Carrier single	-	-
3) Carrier residential bulk	-	-
<b>Total unpaid circulation</b>	<b>14</b>	<b>10</b>
<b>D. Total circulation (sum of A, B, and C)</b>	<b>147,589</b>	<b>139,207</b>
<b>E. Unpaid carrier non-residential bulk (seem item 4)</b>	<b>492</b>	<b>1,094</b>
<b>F. Total distribution (sum of D and E)</b>	<b>148,081</b>	<b>140,301</b>
<b>G. All other copies (service, files, returns)</b>	<b>13,562</b>	<b>17,790</b>
<b>H. Net press run (sum of F and G)</b>	<b>161,643</b>	<b>158,091</b>

\*Includes 357 employee copies for Sunday and 358 for daily.

\*\*Includes 289 exchange copies for Sunday and 317 for daily.

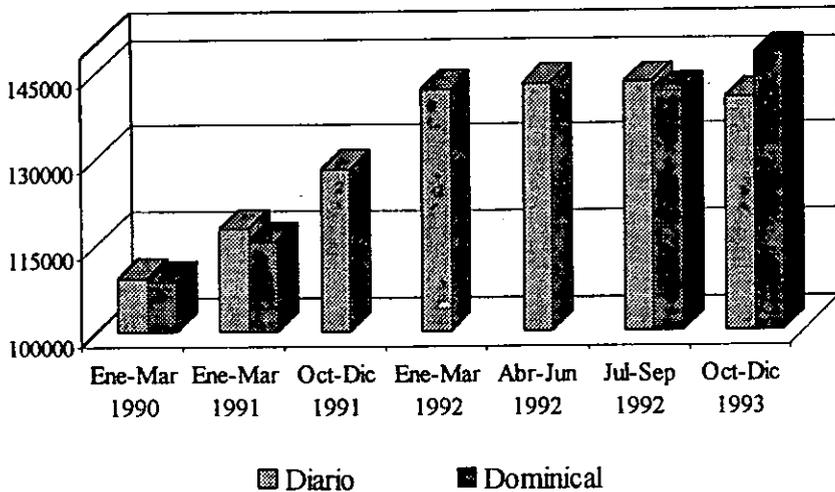
Circulación 31/diciembre/93.

De lunes a sábado 140,301

Domingo 148,081

Durante 1994 ya no se publicaron las cifras de su circulación pagada y según señala Fidel Samaniego a finales de este año, las ediciones pagadas disminuyeron considerablemente, sin embargo, no podían disminuir el tiraje por cuestiones de imagen y entonces se optó por decir nada más el número de ejemplares que constaba cada edición. Este descenso en la circulación pagada se debió en gran medida a que el formato del periódico, pese a su gran innovación tecnológica, no varió; como ya se dijo en el primer capítulo, se crearon secciones dirigidas a jóvenes, pero al parecer no fue del todo suficiente para atraer un mercado más grande de lectores; además de que a finales de 1993, el 20 de noviembre, aparece un nuevo periódico *Reforma*, con un formato tradicional, pero muy atractivo en cuanto a su diseño y secciones, con el que tuvo que competir de manera casi inmediata. Sin embargo, *El Gran Diario de México* ya se había ganado cierta credibilidad en el mercado por la demostración de su solvencia económica y el trato respetable a sus publicistas, razón por la cual no podía dar marcha atrás a sus acciones y reducir su tiraje, era tanto como restar puntos a los logros y reconocimientos ya adquiridos en el mercado, pues Ealy Ortiz se había fijado metas bastante altas en este sentido para 1994.

## Certificación neta 1990-1993



La gráfica está basada en los datos publicados por *El Universal*, de su certificación real, en donde no siempre se manejaron los porcentajes diarios y dominicales, quizá porque en algunos meses el incremento de su circulación pagada no era muy representativa, pero las muestras son muy significativas, ya que de enero del primer trimestre de 1990, al segundo trimestre de 1992 se dio un crecimiento de 7,69%, es decir 8,400 ejemplares más que en el primer trimestre de 1990. Posteriormente se mantuvo igual y en los últimos meses de 1993, su circulación disminuye, mientras que la dominical alcanza su índice más alto. Las razones de esta reducción en su circulación diaria ya se mencionaron en párrafos anteriores, la falta de un diseño más atractivo y la aparición de un nuevo diario *Reforma*; pero el aumento en la circulación dominical tiene una justificación muy importante, pues los domingos es cuando el *Aviso Oportuno* trae mayor número de páginas y aparecen nuevos anuncios y por tal motivo la gente compra más este diario, aunque no sea lector de *El Universal*, y hay que recordar, en el apartado siguiente se verá con detalle, que gran parte de la tecnología adquirida se destinó al perfeccionamiento de esta sección del periódico, ya que después de la publicidad es una de las partes que más contribuciones les deja. Esta gráfica también nos muestra la disparidad que hubo entre la implementación de la tecnología dada en 1992, 1993 y principios de 1994 y el poco ascenso de lectores, lo cual indica un desacierto en los objetivos planteados por su director general; quién manifestó públicamente alcanzar para 1994 una publicación de 200,000 ejemplares.

### 3.3.2 Porcentaje de publicidad gubernamental y comercial

A través de un muestreo se midió la cantidad de publicidad que manejó *El Universal* en el lapso de 1989 a 1994, con la intención de conocer qué tanto se benefició en este rubro, con los grandes anuncios de los acontecimientos salinistas y con las acciones que ellos mismos emprendieron como empresa competitiva.

Para la obtención de la cantidad de publicidad insertada se tomó como muestra las semanas donde se generaron hechos muy particulares tanto para *El Universal* como para la economía del país, que de alguna manera fueran factores condicionantes para el comportamiento de ésta. Cabe señalar que la cantidad de líneas ágatas que se midieron sólo corresponde a la publicidad inserta en las páginas donde también existe información noticiosa. No se consideraron los suplementos especiales donde hubo inserciones de la iniciativa privada, del gobierno federal y de los gobiernos y legislaturas estatales.

Así se escogió al azar una de las primeras ocho semanas de 1989, con el fin de conocer la cantidad de inserciones que manejaba este diario; posteriormente se eligió la primera semana de mayo de ese mismo año, porque *El Universal* realizó, en estos días, una ceremonia especial para premiar a los agentes de publicidad por el incremento de ventas que habían logrado. Se vuelve a considerar siete días del mes de septiembre de 1989, porque en esa semana el gobierno mexicano hizo público los anuncios de la privatización de Teléfonos de México y las iniciativas de la venta de la banca. Situación que llevó al gobierno a pagar inserciones en los medios para respaldar estos proyectos.

De 1990 se consideraron dos semanas, una de abril y otra de junio, ya que en el primer mes se decretó, en el *Diario Oficial de la Federación* la libre importación del papel, hecho importante no sólo para el régimen salinista, sino para *El Universal* mismo, pues con esto los universales pudieron comprar papel de mejor calidad, e incluso importado, como papel bond de doble recubrimiento, desde 48 hasta 180 grs/m<sup>2</sup> y papel cuche, para la inserción de planas de publicidad, reafirmando así su constitución como una empresa económicamente fuerte. Y en el mes de junio, este periódico certificó su circulación pagada, lo cual, evidentemente produjo un impacto ante los anunciantes.

Para la muestra de 1991 se volvió a elegir al azar, para saber qué tanta cantidad de espacios publicitarios vendían en los días ordinarios, cuando no se presentaban situaciones muy particulares. Se escogió la semana de julio de 1992 porque un par de días antes *El Gran Diario de México* anunció el ingreso de sus acciones a la Bolsa Mexicana de Valores. Para 1993 se hizo la medición de los días subsiguientes a la aprobación del Tratado de Libre

Comercio; y finalmente se consideró la última semana, del último mes del gobierno salinista. Los resultados son los siguientes:

**TABLA 11. ESPACIO PUBLICITARIO EN LÍNEAS ÁGATAS.**

SEMANA Y AÑO	GUBERNAMENTAL	COMERCIAL	TOTAL
1 al 7 de febrero 1989	12,484	47,627	60,111
2 al 8 de mayo 1989	11,887	55,750	67,637
21 al 27 de septiembre 1989	25,099	47,353	72,452
22 al 28 de abril 1990	16,927	76,960	93,887
22 al 28 de junio 1990	16,150	78,454	94,604
22 al 28 de febrero 1991	15,384	70,965	86,349
1 al 7 de julio 1992	16,885	133,962	150,847
18 al 25 de noviembre 1993	13,268	126,755	140,023
24 al 30 de noviembre 1994	12,077	92,939	105,016

Nota: La publicidad gubernamental engloba a anuncios de secretarías de estado, del ejecutivo y legislativo federal y local, de empresas paraestatales, del PRI y de otros partidos políticos, así como de organismos dependientes del presupuesto gubernamental; además de las notas que se detectaron como inserciones pagadas. En la publicidad comercial entran todos aquellos anuncios de la iniciativa privada.

Al revisar el comportamiento del total de ventas de espacios publicitarios, se observa un crecimiento constante de febrero de 1989 a junio de 1990, posteriormente se da un descenso y vuelve a repuntar de manera exorbitante durante julio de 1992, ascenso que coincide no sólo con el ingreso a la Bolsa Mexicana, sino con el auge de la popularidad de Carlos Salinas. Durante la aprobación del Tratado con América del Norte sus ventas se mantiene altas, aunque disminuyen en un 7% en relación con el año anterior, pero siguen siendo muy significativas. Situación que ya no es la misma para finales del sexenio, pues las inserciones se reducen hasta en un 30%.

Particularizando en cada uno de los tipos de publicidad, se tiene que la comercial siempre se mantuvo por encima de la gubernamental, aunque hay que señalar que no se midieron todas las inserciones gubernamentales, porque muchas notas pagadas por los gobiernos estatales, e incluso los federales no se pudieron identificar y en ellos estriba el margen de error de esta medición.

En la medición que se hizo, la publicidad gubernamental casi siempre fluctúa entre las 11,000 y 15,000 líneas ágatas, es decir entre 36 y 52 planas aproximadamente, pero en situaciones trascendentales, encabezadas por el gobierno, como la privatización de TELMEX o de la banca —del 21 al 27 de septiembre de 1989—, se alcanza hasta un poco más de las 25,000 líneas ágatas, 81 planas, y aunque esta cantidad de líneas no rebasó a la comercial, si fue significativa porque esta última no repuntó. Cuando no se presentaba ningún hecho especial esta publicidad disminuía un poco pero se mantenía dentro del rango de crecimiento. En relación con la comercial sus movimientos mantuvieron cierta estabilidad, por lo regular oscilaban entre las ocho planas, ya sea en disminución o en ascenso.

En lo que concierne a la publicidad comercial se destaca que la certificación de su circulación neta le fue bastante favorable pues de 47,353 líneas ágatas -155 planas-, pasa a 76,960 -252 planas-. A partir de ese momento se mantiene un ascenso, y se dispara a lo largo de 1992. En el mes de noviembre de 1993 empieza a decaer paulatinamente y este descenso se acentúa en el año siguiente.

Con los datos que se tienen de su circulación y de la venta de sus espacios publicitarios, se concluye que la etapa en la cual *El Universal* alcanzó la cima del éxito empresarial, fue justo en el cuarto año del sexenio de Salinas de Gortari, situación que coincide con la época de mayor popularidad de la imagen del entonces presidente. En consecuencia, estas jugosas ventas de sus espacios publicitarios, contribuyeron en parte a la realización de sus grandes adquisiciones tecnológicas, que a su vez sirvieron como fuertes promociones para atraer a los publicistas, el siguiente apartado describe la maquinaria que compró el periódico en estos años.

### 3.3.3. Tecnología adquirida.

Dado el despegue tecnológico de *El Universal*, dentro de el sexenio de Carlos Salinas, se describe en este apartado la maquinaria que adquirió, única en su especie dentro de la prensa nacional y así ubicar la magnitud de dicho fortalecimiento y los instrumentos que ésto les dio para autopromoverse como empresa moderna y altamente competitiva.

A principios de los ochenta, *El Universal* contaba con dos rotativas la Harris 1650, que tira 50 mil ejemplares por hora y la 1660 con una capacidad de 10 mil ejemplares más; conformadas ambas por ocho unidades o cuerpos cilindricos, a lo largo de la parte baja de la rotativa; constituidos cada uno por tres mantillas o blanquets de agua, tinta e impresión. Cada unidad tira bloques de 8 planas o pliegos, impresos por los dos lados, lo cual hace un

total de 16 páginas, que pueden ser en blanco y negro o a todo color. Las unidades designadas para imprimir las planas a color contienen las cuatro tintas básicas: negro, azul cian, magenta y amarillo.

Además de estas dos Harris este medio contaba con equipos electrónicos para las labores desde la redacción y el sistema electrónico de fotocomposición. Sin embargo, el año que podemos considerar como el del gran despegue tecnológico es precisamente 1989, cuando adquieren la rotativa Harris 845, con las mismas ocho unidades de producción que las anteriores, pero con una capacidad de tiraje menor, 40 mil ejemplares por hora; la diferencia es que esta rotativa posee un secado de horno, que mejora notablemente la calidad de la impresión a color y actualmente sólo se utiliza para las inserciones extensas de publicidad.

En ese mismo año compraron un scanner de tambor *Itek* y lo conectaron a un sistema *Carat 500* -sistema de almacenamiento de información-, con salida a otro equipo *Itek* de doble plana, el cual hace la formación directamente en negativo.

El 2 de octubre de 1990, durante la celebración del 74 aniversario de *El Gran Diario de México*, su director general, Ealy Ortiz informó sobre la instalación de 30 terminales de computación más en la sala de redacción, la puesta en servicio de la línea telefónica Lada 800 para corresponsales y enviados que transmiten desde fuera de la ciudad y se completó el sistema de comunicaciones con un programa que recibe y clasifica la información que llega directamente de las agencias noticiosas a la Red Editorial.

La Red Ejecutiva quedó enlazada con los sistemas 36 -base de datos- y Harris -sistema computarizado de armado de información-, con 19 estaciones de trabajo, integrándose así un poderoso y complejo sistema para el análisis y presentación de los datos financieros, de mercadeo y de producción, manejados directamente desde el área administrativa.

También se anunció que el **Aviso Oportuno**, integrado a la Red Comercial desde un año antes, se encontraba en su segunda etapa de expansión, la cual derivaría en el manejo de todos los avisos clasificados en el nuevo equipo, totalmente independiente del sistema Harris.

Posteriormente, el 15 de agosto de 1991, en Matamoros, Tamaulipas se da el banderazo de salida a un convoy de 21 traileres que transportaron a la ciudad de México la cuarta rotativa Harris 1660, se constituía de tres sistemas: Avisos Clasificados por Harris (CASH), Sistemas de Paginación (PLS) y Paginación Clasificada (CPAG), para ser inaugurada y puesta en marcha el 1 de octubre. Durante ese acto se anunció también la ampliación del

proceso de fotomecánica con el scanner y la memoria del equipo Caret; y la adquisición del equipo de armado Ferag, una máquina suiza aún utilizada, que además de intercalar las páginas del periódico, mediante un transportador que conduce las pacas hacia las flejadoras, ubicadas en la parte alta de la rotativa, de manera automática, haciéndoles un amarre cruzado con fleje de plástico. Una vez amarradas, las pacas caen a otro equipo transportador que las conduce hasta el área de circulación.

Con esta rotativa fue posible realizar la paginación electrónica del **Aviso Oportuno**; y para el buen funcionamiento de todo el sistema tuvieron que capacitar a todo el personal de esta sección y del área de fotocomposición y formación, en un periodo de dos meses aproximadamente.

En octubre de 1993, esta compañía optó por el sistema editorial Hyphen, un sistema de paginación electrónica total, incluye textos, gráficas, fotografías y publicidad, todo esto puede ser tanto a color como en blanco y negro. Cuando se tiene todo el material dentro de las computadoras, se forman las planas electrónicamente, obteniéndose finalmente en película y ponchadas<sup>51</sup>. Esto les permitió ahorro de tiempo y materia prima, al reducir los costos de la producción, menos requerimientos de mano de obra y la eliminación de la diagramación en mesas, donde necesariamente se utilizaban pruebas duras o "galeras" en papel.

Este sistema está también diseñado para recibir una gran cantidad de avisos ya sea por palabra o desplegados, dar el importe de cada uno y almacenarlos en una base de datos que posteriormente permite seleccionar los avisos que deben ser publicados al día siguiente y los transmite al sistema de paginación electrónica, enseguida el sistema genera la información contable de los avisos publicados, la cual puede ser transmitida al sistema de administración, el sistema CASH, que entre otras cosas permite un mayor control del **Aviso Oportuno** y desde luego le da mayor precisión a los anuncios que son insertados en las diferentes secciones.

Asimismo, para apoyar las ventas del **Aviso Oportuno** crearon un sistema telemarketing, que consistía en recibir los anuncios por vía telefónica, cobrándolos mediante tarjeta de crédito.

Tiempo más tarde se vieron en la necesidad de crear el departamento de arte y diseño, pues empezaron a tener la necesidad de elevar la calidad del diseño en algunas áreas, y para ello compraron un equipo Macintosh que los auxilió en las tareas de autoedición electrónica, es

---

<sup>51</sup> Término que se usa en la jerga periodística para designar a la perforación que se hace mal negativo en los cuatro extremos, mediante un perno, para que éste coincida perfectamente en la lámina de la rotativa y se ajuste el color.

decir, en la formación de páginas, ilustraciones, retoque fotográfico, corrección a color, diseño corporativo, área editorial y salida poscript, permitiéndoles la selección a color directa a negativos.

Con todo este incremento de maquinaria fue necesario la construcción del edificio de Iturbide 11, que se concibió, según sus directivos, con los conceptos más modernos de funcionalidad existentes en el mundo de las artes gráficas. Este diseño lograría un flujo del proceso productivo descendente, y se ubicaba de la siguiente manera: Captura de textos, corrección y edición en el cuarto nivel; en el tercer piso la operación de formato de planas y las operaciones relativas a la separación del color; en el segundo nivel el área de empaque, en tanto en el primero las cuatro grandes rotativas; en la planta baja los portarrollos totalmente automáticos y sincronizados con las prensas. Y finalmente en el sótano, los almacenes de papel y servicios básicos, como potencia eléctrica, agua y aire comprimido entre otros.

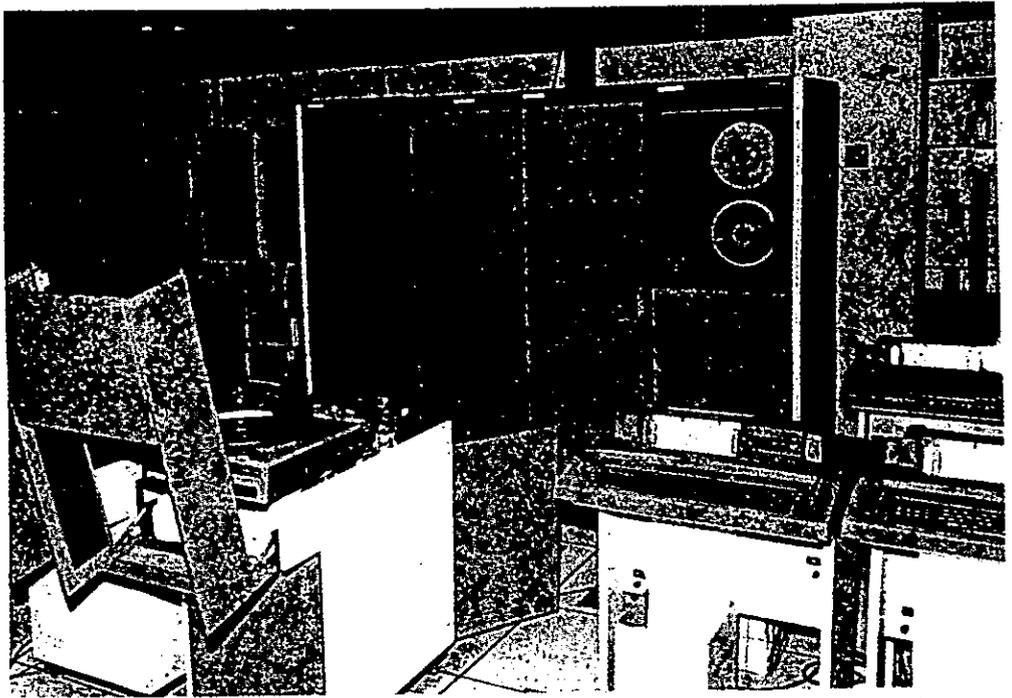
Las grandes adquisiciones de esta empresa concluyeron en octubre de 1994 cuando Ealy Ortiz inauguró el sistema de comunicación satelital de Los Universales, que les permitió enlazarse, para enviar y recibir de manera sencilla y rápida la información escrita y gráfica y en comunicación verbal, a la redacción central, con el resto de sus oficinas regionales y a los demás diarios de su propiedad. Esta red de comunicación por vía satelital también comprende el enlace con la ciudad de San Diego California.

La estructura económica de México empezó a cambiar, se hablaba de la incorporación a las sociedades modernas, en donde es indispensable, la adquisición de la tecnología como lo señala Brian Arthur en "Libertad y Justicia de las Sociedades Modernas". Ealy Ortiz jamás perdió de esto, sabía que de seguir así las cosas, la alta tecnología le generaría grandes ganancias, y por ende un gran poder en el mercado, que difícilmente sus competidores lo podrían derrotar, así como un prestigio internacional al lado de los más importantes. Pero esta ambición lo llevó a descuidar los aspectos del área periodística, no consolidó un proyecto basado en objetivos concretos y creyó que el despliegue tecnológico traería intrínseco un periodismo competitivo.

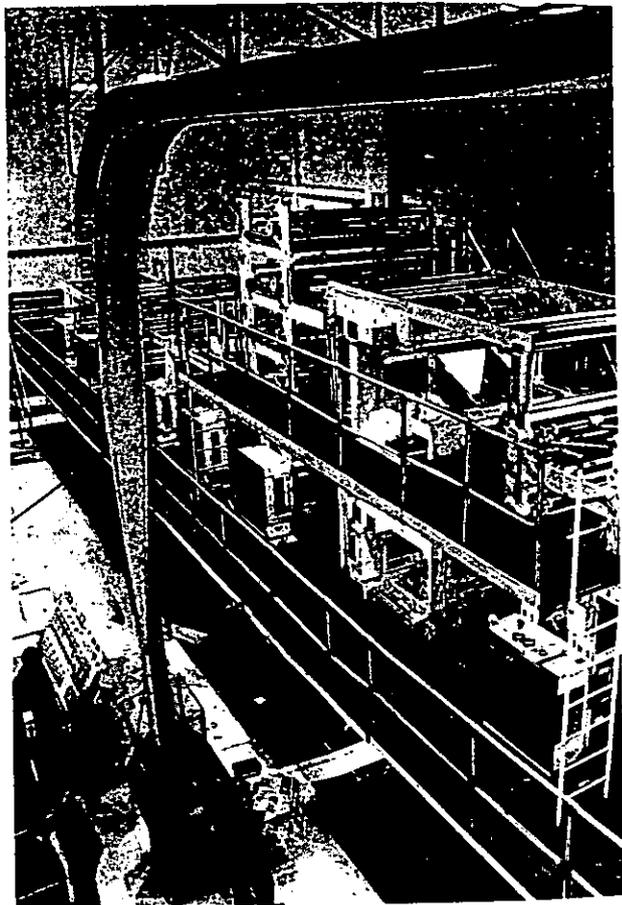
**TABLA 12. EQUIPO EXISTENTE EN EL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN, QUE AÚN OPERA.**

EQUIPO	MARCA	AÑO	MODELO	CAPACIDAD PRODUCTIVA
Rotativa HS-2	Harris	1989	845	30,000 I/H
Rotativa NHS	Harris	1991	1600	60,000 I/H
Rotativa NHS	Harris	1981	1660	50,000 I/H
Rotativa NHS	Harris	1976	1650	45,000 I/H
Prensa plana	Heidelberg	1994	MRM	7,000 I/H
Prensa plana	Heidelberg	1979	KORZ	4,000 I/H
Prensa plana	Planeta	1980	P44SW	4,000 I/H
Sistemas transportadores	Ferag	1976/81/91	TTR-KTR	60,000 E/H
Sistemas apiladores	Ferag	1976/81/91	ABL	60,000 E/H
Sistemas intercaladores	Ferag	1989	ETR	25,000 E/H
Sistemas de empaques	Ferag	1976/81/91	CYCP	60,000 E/H
Corte lineal	W Polar	1986	P115	10 M/H
Sistema encuadernador suave	Kolbus	1993	KM47	6,000 E/H

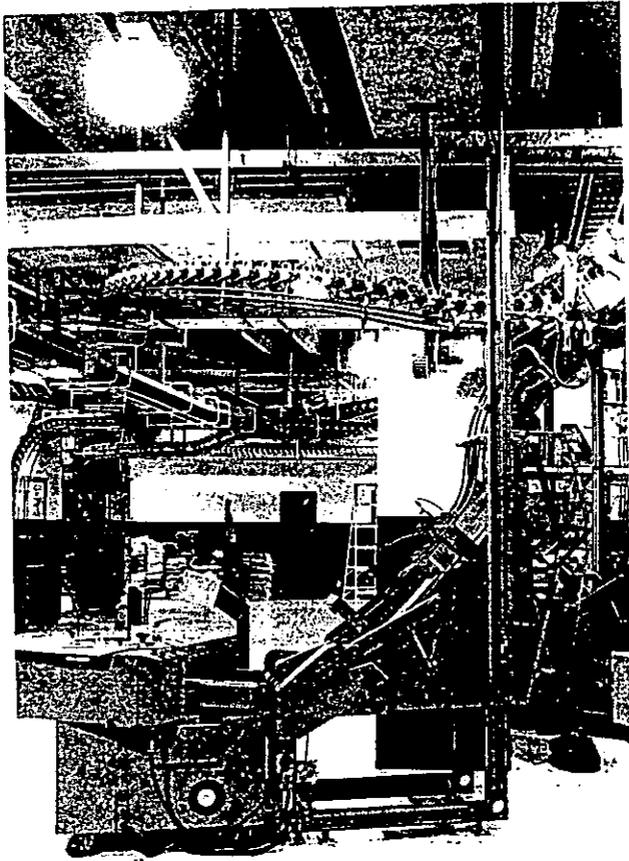
\*Tabla elaborada por la gerencia de producción de *El Universal*, 21 de febrero de 1997.



Área de almacenamiento de información.



*La moderna rotativa Harris 1650.*



Sistema Ferag: transportador, apilador e intercalador.

## Conclusiones

Una vez establecida la reproducción de la escritura de manera formal, gracias a la imprenta, el primer medio para informar a la gente de los sucesos que acontecen en su ámbito y de alguna forma, directa o indirectamente inciden en la vida de las sociedades, fue la prensa, desde pequeños boletines hasta formatos más elaborados, divididos en secciones. Estas publicaciones informativas al tener una difusión, no importando su magnitud, se fueron convirtiendo en medios para impulsar ideas e intereses de los gobiernos o sus contrarios; esta situación se ha generado en cualquier país del mundo y a lo largo de toda la historia.

En México, desde la época de la Colonia, se publicaron diversos órganos informativos para justificar y sustentar a los Virreinos. Dada su efectividad, en la gestación del movimiento de independencia, los insurgentes crearon también sus publicaciones, las cuales a pesar de su corto alcance y duración, sus editores se vieron atropellados infinidad de veces, por el grado de inquietud que provocaban a quienes sabían leer y llegaban a sus manos estas publicaciones. La censura, la agresión física a los escritores que no comulgaban con la ideología del poder, se acentuó cada vez más, aun después de la consumación de la Independencia, en la Reforma, en el Porfiriato y en el periodo Postrevolucionario. Los diversos grupos políticos que se han conformado en estos periodos, conservadores vs liberales; constitucionalistas vs convencionalistas; entre otros, se apoyaron en la realización de periódicos, gacetas y boletines, como parte de su estrategia de guerra. Ante la aparición de un periódico rebelde, surgieron tres o cuatro en favor del grupo que detentaba el poder.

Estos nos indica que la prensa es uno de los elementos eficaces para ejercer el control del poder, de ahí que los gobiernos empezaron a reglamentar las relaciones con los editores de los órganos noticiosos; desde formas de coacción, a veces muy efectivas, hasta estrategias más elaboradas como las que se dieron con Lázaro Cárdenas.

Así se ha visto una evolución en las relaciones de la prensa con el poder, cada vez más sofisticada, con más protocolos, más complejas, donde en ocasiones resulta difícil de identificar hasta donde es una relación cordial por interés o por sincera simpatía con el régimen, e incluso si la actitud beligerante contra el sistema presidencial es honesta o no y en este caso sólo sirve para conseguir prevendas. Justo en estos últimos enunciados se centró la elaboración de este trabajo "El Universal en el Sexenio Salinista"; puesto que existen diversos estudios sobre la coexistencia de la prensa y los gobiernos en el siglo XIX y a principios del presente siglo, resultó atractivo estudiar un ejemplo de este tipo de relación prensa y poder, en la historia reciente de nuestro país, en el momento mismo que nos perfilamos hacia el año 2000.

*El Universal* nació en 1916, como un periódico de alcance nacional en las vicisitudes del México contemporáneo, a escasos meses de su surgimiento aparece, quien por décadas sería su mayor rival: *Excélsior*, los lectores los publicistas, las notas de ocho columnas y la mejor maquinaria se la disputaban estos dos diarios; la competencia era reñida, a veces el gobierno condecoraba a *Excélsior* y en otras a *El Universal*. A la muerte de Lanz Duret *El Universal* como empresa periodística entra en declive, y no sería sino hasta la década de los setenta, al mando de Juan Francisco Ealy Ortiz, que empezó a recuperarse.

Al revisar esta etapa, en el capítulo I, se puede ver que Juan Francisco Ealy es un hombre sumamente ambicioso, adicto al poder y apasionado de generar y encabezar noticias espectaculares; sus empresas van más allá del ramo periodístico y su mayor interés se ha centrado en constituirse como un empresario poderoso. Al llegar a la dirección general de este diario, muy hábilmente se rodea de un fuerte equipo que le ayuda a reorganizar *El Universal*. El mérito a su trabajo fue premiado de manera oficial en 1982 y a partir de ese momento vinieron una serie de reconocimientos a su trabajo, es así como en su posición dentro del mundo de los negocios empezó a consolidarse, situación que circunstancialmente empató con la llegada al poder de Carlos Salinas de Gortari.

*El Gran Diario de México* un par de años atrás había implementado un proyecto periodístico de pluralidad ideológica en sus planas y bajo esta misma tónica se condujo durante la campaña electoral de 1988. El periódico designa a Fidel Samaniego como el reportero de la campaña electoral del candidato del PRI, Samaniego un periodista bastante hábil en la elaboración de sus notas cronicadas y con un excelente manejo de las figuras retóricas que logró obtener un premio nacional por la realización de su trabajo a lo largo de 1988 y también estableció una cercanía con el entonces candidato del Revolucionario Institucional y después presidente de la República; de manera audaz y efectiva construyó una relación cordial entre el director del medio para el cual trabajaba este periodista y Carlos Salinas. Es entonces cuando Ealy Ortiz vislumbró la posibilidad de acercarse más al poder, de satisfacer así sus intereses personales y decidió dirigir su política editorial con fines de conformar una empresa económicamente fuerte, a través de la imagen de un medio plural, independiente y autosuficiente.

Ealy Ortiz buscaba una confrontación con el resto de los diarios, específicamente con *Excélsior*, basada en una despiadada competencia que reflejara quien era quien en el mercado, por eso su afán de adquirir tecnología de punta, crear periódicos locales, comprar otras compañías periodísticas del interior del país, para aumentar la venta de sus espacios publicitarios y aglutinar a más publicistas. Es decir, quería ser un empresario altamente competitivo y la política económica del nuevo presidente, justamente le apostaba a la creación de empresas autosuficientes, capaces de competir con las extranjeras. Este fue el primer punto en el que coincidieron y segundo, la política de pluralidad en las planas

editoriales de *El Universal* no fue desagradable para Salinas, al contrario, este fue uno de sus principales postulados en las estrategias de comunicación social y que promovió en todos sus discursos.

Teniendo estos dos puntos a su favor, Ealy construyó estrategias para agradar al poder, basadas íntegramente en las políticas de comunicación social del gobierno; abrió sus páginas para que las diferentes voces de toda la República opinaran acerca de la problemática nacional, no importando la ideología con la cual simpatizaran, para reafirmar la actitud de absoluto respeto a la crítica por parte del jefe del Ejecutivo; se continuó dando cabida a los caricaturistas críticos como: Naranjo, Helioflores, Rius, entre otros. Las espectaculares acciones gubernamentales siempre ocuparon la nota de ocho columnas, siempre publicaron fotografías de Salinas con los sectores más pobres del país y en sus editoriales, que es la postura del periódico ante los hechos más importantes, reprodujeron su discurso, los conceptos claves que estructuró la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia de la República.

De tal manera que *El Universal*, en sus páginas, dio lugar a dos discursos: la crítica y la legitimación de las acciones del régimen salinista, el primero no lo hizo en sí el diario, sino que abrió su espacio para que ésta se dejara oír; y el segundo si lo encabezó él, desde la manera en que cubrieron los actos del entonces presidente —reportero, cronista, especialista político—, la forma de estructurar la información, las fotos que se elegían para publicarlas en primera plana y los comentarios de los editoriales.

Las notas crónicas y fotografías que plasmaban lo que sucedía en los actos de Carlos Salinas, cubrieron el primer objetivo de la política de comunicación social: dar información en exceso sobre el Primer Mandatario, la cual debía estar orientada hacia la imagen de un Ejecutivo dinámico, transformador, reformista y ejecutor de acciones espectaculares. Por otro lado, la información de los editoriales se apegaron al objetivo de la Propaganda de dicha Dirección, la difusión de los dos principales puntos del programa de gobierno salinista, el Programa Nacional de Solidaridad y la Integración Comercial.

Para analizar la postura editorial de *El Universal* frente a los distintos hechos más sobresalientes que se suscitaron en este sexenio, se seleccionaron aquellos de mayor resonancia en el ámbito jurídico, social, político y económico y nuevamente se encontraron actitudes propagandísticas por parte de este diario. Las reformas constitucionales a los artículos 3º, 27 y 130, las promovió como una modernización de las relaciones sociales entre la sociedad y el Estado y adecuaciones jurídicas apegadas a la realidad nacional; los triunfos de Acción Nacional en Chihuahua, Baja California y Guanajuato, evidenciaban en gran medida, para este periódico, del clima democrático que imperaba en el país. Las negociaciones oscuras entre el gobierno y Acción Nacional no existían, todo era resultado de la voluntad del pueblo, pues con la llegada de Carlos Salinas al gobierno, el PRI había

aprendido a perder. Las privatizaciones de la banca y TELMEX, las consideraron como una plena disposición del Ejecutivo, de querer el bienestar social de sus conciudadanos, ya que el fin último de estas acciones era elevar la calidad de vida de los mexicanos en dos sentidos: 1. Hacer más eficientes estas empresas y ofrecer mejores servicios y 2. Dirigir los insumos que se gastaban en las paraestatales al gasto social. La firma del acuerdo económico con América del norte era un paso firme para ingresar al concierto de las grandes naciones, simbolizaba la modernización de las relaciones económicas de México con el resto del mundo y una nueva forma de operar por parte de las empresas mexicanas. Estas acciones llevaron al cumplimiento del objetivo primario: fortalecer la imagen personal de Carlos Salinas a través de la promoción y validación de su proyecto de gobierno.

Con todo esto se puede dar cuenta de que *El Gran Diario de México* tuvo un apego perfecto a las estrategias de comunicación social, ningún objetivo paso por alto, pues su fortalecimiento empresarial estaba de por medio y fue este interés el que rigió en todo momento el manejo de su información y por ende su política editorial.

*El Universal* no innovó en este periodo en su manera de hacer periodismo, hubo inestabilidad en los puestos del área periodística, y no porque se buscara fortalecer esta área, sino por una serie de conflictos y rivalidades entre el personal. Sin embargo, como este periódico estaba inmerso en una ola de grandes acontecimientos, adquisición de maquinaria, visitas de funcionarios extranjeros para conocer sus instalaciones, homenajes a su director general; anunciaron las modificaciones de este gran departamento como sucesos espectaculares de renovaciones en su manera de hacer periodismo. Se dedicaron a crear organismos que sólo se plasmaron en el papel y jamás funcionaron, como el Consejo Editorial, conformado en enero de 1990. Este diario pretendió hacer una analogía entre su alta tecnología y su trabajo periodístico.

A Carlos Salinas no le interesó la confrontación con la prensa, sabía que si adaptaba una postura de confrontación con los medios de comunicación se le restarían puntos a su imagen, además él hablaba de "Modernización de las relaciones entre Estado-sociedad", por lo tanto debía plantear nuevos mecanismos de convivencia y más valía dejar fluir la crítica que reprimirla. Entonces cuando observa el comportamiento de este diario, lo utiliza como una de sus múltiples estrategias para mostrar ante el mundo su política de apertura democrática, que le serviría de sustento para su apertura económica, ya que la democracia era el factor condicionante para ser aceptado en el mercado global.

Pero el régimen salinista supo agradecer este escaparate que le ofreció Juan Francisco Ealy y le aconsejó sanear su empresa, es decir, que cotizara en la Bolsa Mexicana de Valores y le mandó como asesor a Oscar Espinoza Villareal, entonces director de Nacional Financiera; además de otorgarle un porcentaje elevado de publicidad gubernamental, sobre

todo cuando se anunciaban las reformas económicas, como fue el caso de las privatizaciones, que en el transcurso de una semana llegaron a ser 82 páginas de inserciones gubernamentales. Situación que lo llevó a adquirir tecnología muy sofisticada y única en América Latina.

Así *El Universal* como empresa también cumplió con el régimen y simultáneamente Ealy Ortiz satisfizo sus intereses personales; certificó su circulación, pagó el gasto de sus reporteros en las giras presidenciales, importó papel, perfeccionó su tecnología, elevando de esta manera la calidad de su producto y constituyó un éxito financiero.

Esta compañía periodística encabezó la certificación de su circulación, este hecho era coherente con sus deseos de conformarse como una empresa seria e independiente, pues ello generó confianza entre los publicistas y pese a que no se cumplió el propósito de vender 200,000 ejemplares diarios para 1994, por falta de atractivo en su diseño y por la aparición de su nuevo rival, el periódico *Reforma*; tal acción fue digna de reconocimiento, a la altura del comportamiento que deberían de tener las empresas mexicanas, para poder ingresar al primer mundo. El pagar los gastos de sus enviados, subrayaron la "independencia" de este diario con el gobierno; la insistencia de que el gobierno liberara la importación del papel, provocó que se mostrara como una empresa con absoluta solvencia económica. Para el periódico todas estas acciones desembocaron en la capacidad de poder comprar potentes rotativas y equipos alternos de producción, -Harris 845 en 1989, la 1600 en 1991, equipo para prensa plana en 1994, los sistemas de transportadores Ferag en 1991, los sistemas de intercalados en 1989 y el sistema de encuadernado suave en 1993- esto atrajo la admiración de funcionarios y editores extranjeros no sólo de América Latina, sino de Europa. Esto también era un acierto más para Carlos Salinas, pues su política económica propiciaba estas nuevas actitudes empresariales.

Para *El Universal* todo tenía como fin acrecentar la nómina de sus publicistas, para ganarse un lugar respetable en el mercado y concentrar poder. En este afán de concentrar poder conformó alianzas económicas con reconocidos empresarios en el ramo industrial y se preocupó de que su imagen fuera públicamente conocida dentro y fuera del país y para ello puso al frente del departamento de Relaciones Públicas a un experto en la materia. Ealy como a Salinas le interesó la promoción de su imagen para constituirse como líder y cualquier acción que ejecutó fue digna de ocupar la primera plana del periódico.

*El Universal* es un medio de información, pero ante todo es una empresa dirigida por hombres sujetos a la búsqueda de la satisfacción de sus intereses, lo cual los hace establecer alianzas y hacer pactos con los más poderosos para asegurar su supervivencia en el mundo de los negocios. Ealy Ortiz y la administración salinista coincidieron en propósitos, objetivos y estrategias, en este periodo presidencial fue *El Universal* quien se acercó al gobierno, pero bien pudo haber sido otro, la condición básica era tener en común las

mismas metas. Esta parte no falló, ambos lograron su cometido, pero Juan Francisco Ealy perdió su sentido visionario ante el éxito que lo envolvía y no supo aplicar todos sus logros en renovar su forma de hacer periodismo, lo cual anuló el incremento de lectores, sobre todo lectores jóvenes, lo que condujo a un estancamiento en el aumento de su tiraje y de sus clientes publicitarios.

Después de la desmitificación de la era salinista, este diario tuvo que limpiar todos aquellos vínculos que lo relacionaban con el sexenio anterior, su cuadro directivo se reorganizó y de sus antiguos colaboradores sólo quedaron Joffre de la Fontaine, Enrique Aranda, Luis Javier Solana y Roberto Rock. En septiembre de 1996 este exitoso empresario de la administración pasada se le acusó de evasión fiscal. La Secretaría de Hacienda lo responsabilizó de no pagar impuestos resultado de transacciones con sus clientes, de los pagos a los trabajadores del periódico e incluso de sus ingresos evadió los pagos correspondientes a lo que se suma el descubrirle cuentas bancarias que no estaban vinculadas con su propia contabilidad. Dicha dependencia lo hizo presunto responsable por representar legalmente a *El Universal* y porque tenía entre sus funciones las de administración y cobranzas entre otras. La respuesta del diario fue que esta demanda era "un atentado contra la libertad".

Los tiempos cambiaron, *El Gran Diario de México* ya no estuvo tan cercano al poder, sus proyectos de expansión menguaron, su rotundo éxito formaba parte del pasado. Pero en ese pretérito había quedado constancia de que las relaciones prensa—poder, en especial la relación Ealy—Salinas fue casi perfecta, no hubo necesidad de una burda imposición por parte del régimen, sino que el propio medio sirvió como escaparate del salinismo para beneficiarse económicamente.

## **Bibliografia General**

## Bibliografía

ACKERMAN, Bruce; Lourdes ARIZPE y et. al. Libertad y Justicia en las Sociedades Modernas. México, Ed. Porrúa. 1994. 509p.

AMAYA, Patricia; José BALDIVIA y et. al. Estado y Comunicación Social. México, Ed. Nueva Imagen. 1985. 232p.

BOHMANN, Karen. Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México. México, Ed. Alianza. 2ª edición, 1994. 413p.

CAMPOS Ortiz, Octavio. "La propaganda política, antecedente para la creación de la Secretaría de Información del Gobierno Mexicano", Tesis para la licenciatura de Periodismo y Comunicación Colectiva, México, UNAM, ENEP Acatlán, 1988, 243p.

CASTRO, Pedro y et. al. Las Políticas Salinistas: Balance a mitad del sexenio (1988-1991). México, Universidad Autónoma Metropolitana, UAM-Iztapalapa. 1993. 176p.

Crónica de un sexenio. Presidencia de la República. Dirección General de Comunicación Social. 1988-1994. 230p.

Democracia Mexicana. H: Cámara de Diputados LV Legislatura. Instituto de Investigaciones Legislativas. 1994. 636p.

CHECA Godoy, Antonio. Historia de la prensa en Iberoamérica. Sevilla, España. Ed. Alfar, S.A. 1993. 541p.

LEÓN Díez, Fabrizio. Imagen inédita de un presidente. México. Ed. Destellos S.A. de C.V. 1994. 110p.

LÓPEZ Dóriga, Joaquín. Crónicas del poder. México. Ed. Rayuela Editores. 1994. 477p.

LÓPEZ Huerta, Arturo. El Universal 1916-1991. México. Ed. El Universal Compañía Periodística Nacional S.A. de C.V. 1991. 214p.

Los Designios del futuro. El Universal 25 años decisivos. México. Ed. El Universal Compañía Periodística S.A. de C.V. 1994. 155p.

McGOWAN, Gerald L. Prensa y poder, 1854-1857. México, El Colegio de México. 1978. 376p.

México Cívico. Los mensajes de Carlos Salinas de Gortari ante el Congreso de la Unión. Ed. Rayuela Editores. Presidencia de la República, Dirección General de Comunicación Social. 1994. 382p.

México los años del cambio. Entrevista hecha por Rolando Cordera y Ricardo Rocha a Carlos Salinas de Gortari. Ed. Diana. 1994. 150p.

OPPENHEIMER, Andrés. México en la frontera del caos. México, Ed. Javier Vergara Editor S.A. 1996. 368p.

REED, Luis y María del Carmen RUIZ Castañeda. El Periodismo en México: 500 años de Historia. México. 3ª. edición Ed. EDAMEX. 1995. 373p.

REYNA, María del Carmen. La prensa censurada durante el siglo XIX. México. SEP-Setentas. 1976. 189p.

RUIZ Massieu, Armando. El Gabinete en México. México. Ed. Océano. 1996. 378p.

## Corpus

EL Universal. 1 de diciembre de 1989 al 1 de diciembre de 1994.

“Incrementó El Universal al 1000 por ciento sus ventas”, El Universal, 4 mayo de 1989.

“Tiene El Universal el liderazgo dentro del periodismo mexicano”, El Universal, 14 de junio de 1989.

“Certificación de la circulación pagada”, El Universal, 8 de junio de 1990

“Acciones para transformar al país en lo político, económico, social y cultural”. El Universal. 8 de diciembre de 1991.

“Analistas del TLC en el simposio de El Universal”, El Universal 11 de marzo de 1992.

“Inicia trámites El Universal para inscribir sus acciones a la Bolsa”, El Universal, 7 de mayo 1992

“Urge modernizar a la prensa para satisfacer a una sociedad cada vez más exigente: Ealy”, El Universal, 28 de enero de 1993.

“Reunión con publicistas de la casa editorial de El Universal”, El Universal, 4 de marzo de 1993.

“El hombre del año”. Time. N. 47, EUA, 4 de enero de 1993.

“El hombre del año internacional”. El Espectador, Colombia 27 de diciembre de 1992.

“México is looking up”. Newsweek. EUA, 29 de noviembre de 1993.

Rolando Cordera. “La Comunicación Social” Semanal de La Jornada. N. 264. México, D.F. 3 de julio de 1994.

“La queja del Presidente no nos afecta: corresponsales”. La Jornada, 9 de enero de 1997.

“1988-1994, Los seis años que conmovieron a México”. Expansión. No. 654 Vol. XXVI México, 23 de noviembre de 1994.

“Líderes Mexicanos”. Tomo 1. Ferraez Comunicación. 1991. 183p.

## **Documentos inéditos**

Antecedentes de las Políticas de Comunicación Gubernamental. Presidencia de la República. 1993 13p.

Compilación de ponencias del “Foro de ideas de Excélsior: La Relación Prensa, Estado y Sociedad”, que se llevó a cabo los días 11 y 12 de mayo de 1993, en el Auditorio Jaime Torres Bodet, Museo Nacional de Antropología.

Compilación de las ponencias del Seminario Internacional: “La Información Frente al Nuevo Milenio”, organizado por Notimex en su XXV Aniversario y la Gaceta UNAM. 16,17,18 de agosto de 1993.

Manual de Inducción a Presidencia de la República. Presidencia de la República. 28 de agosto de 1992. 25p.

## **Video y CD-ROM**

“Gobierno del Licenciado Carlos Salinas de Gortari”. En Nuestro Tiempo: Colegio de México. Canal 11, transmitido al 7 de abril de 1996.

Diccionario Biográfico del Gobierno Mexicano. [CD-ROM] CENEDIC/Universidad de Colima, Unidad de la Crónica Presidencial, Dirección General de Comunicación Social. 1994.

## Entrevistas

“La política editorial de El Universal”. Entrevista al columnista político Fidel Samaniego, reportero de *El Universal* que cubría la fuente de la Presidencia de la República durante el sexenio salinista. Los días 21 y 23 de abril de 1997.

“Historia de El Universal”. Entrevista al profesor y periodista Leopoldo Cano, reportero de *El Universal* de 1956 a 1984; de 1984 a 1986 fue jefe de sección de Internacionales y editorialista; y de 1986 a 1990 fungió como editor de esta misma sección y articulista.

“La historia de la tecnología de El Universal”. Entrevista al jefe de talleres de *El Universal*, Germán Jiménez, empleado de El Universal desde los años cincuenta hasta la fecha.