

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES



LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL COMO HERRAMIENTA
DE LEGITIMACIÓN GUBERNAMENTAL UTILIZADA POR LA
PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE MÉXICO:
1988-1994 Y 1995-2000

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:

MERCEDES ESCUDERO CARMONA

ASESORA: MTRA. NORMA PATRICIA MALDONADO REYNOSO

MÉXICO, D. F.

2002



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A mi madre por su amor y dedicación. Por enseñarme con su ejemplo a enfrentar el difícil camino de la vida.

A mi hermana por su compañía, comprensión, cariño y por sus consejos recibidos a través de los años.

A mi hermano, por lo que he aprendido de él y por su cariño.

A mis amigos por todos los momentos que hemos compartido y por su aportación para que yo sea un mejor ser humano.

No hace falta mencionar a cada uno, ellos saben quienes son.

*A la memoria de dos seres importantes en mi vida:
a mi padre y a mi abuela que su recuerdo siempre me acompaña.*

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UH a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: YANILEKA CUBERO

Cat. m. ora YANILEKA

FECHA: 14/ Oct / 2002

FIRMA: [Firma]

INDICE

Introducción	1
Apartado I:	
El diseño de la comunicación institucional del gobierno de México	6
1.1 La comunicación institucional	7
1.1.1 Definición	8
1.1.2 Funciones y estrategias principales	10
1.1.3 Objetivos	12
1.1.4 Aciertos y deficiencias	13
1.2 Canales de comunicación para la difusión de información oficial	15
1.2.1 Qué es la información oficial.	18
1.2.1.1 Agenda de Gobierno	19
1.2.1.2 Agenda de Debate Público	19
1.2.2 Direcciones de Comunicación Social de las dependencias gubernamentales	20
1.2.3 Medios de comunicación permisionados	24
1.2.4 Medios de comunicación concesionados	26
Apartado II:	
Legitimidad gubernamental, opinión pública y medios de comunicación colectiva.	29
2.1 La legitimidad en materia gubernamental	30
2.1.1 Definición de legitimidad	32
2.2 La opinión pública.	36
2.2.1 Definición	37
2.2.2 Esfera Pública	39
2.2.3 Situaciones de la opinión pública	43

Apartado III:

La comunicación institucional ejercida por la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República: periodos 1988-1994 y 1995-2000	48
3.1 Actividades y funcionamiento de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República durante el sexenio del Lic. Carlos Salinas de Gortari (1988-1994)	50
3.2 Actividades y funcionamiento de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República durante el sexenio del Dr. Ernesto Zedillo Ponce de León (1995-2000)	56

Apartado IV:

Análisis y comparación de la imagen del gobierno federal en la opinión pública: periodos: 1988-1994 y 1995-2000	63
4.1 Metodología	63
4.2 Resultados	76
4.2.1 Periodo 1988-1994	77
4.2.2 Periodo 1994-2000	83
Conclusiones	94
Anexos	101
Fuentes de consulta	141

INTRODUCCIÓN

La comunicación de carácter político adquiere una especial relevancia en el contexto de los regimenes democráticos de fines del siglo XIX y México no es la excepción, ya que la democracia ha ganado terreno como forma de gobierno entendida como el poder de, por y para el pueblo que requiere de la participación activa y organizada de los ciudadanos. Por lo que ha necesitado de mayores espacios públicos donde la sociedad participe.

En México no existe un modelo establecido oficialmente en materia de comunicación institucional, a la que muchos estudiosos de la comunicación consideran que es un sinónimo de comunicación política, ya que se tiene la percepción de que toda información emitida por un órgano o personaje representante del gobierno es de carácter político.

El origen de la denominada comunicación política que es presentada para su decodificación a través de los medios de comunicación colectiva son los actos de las personalidades del ámbito político, que han dado la pauta a dos hechos: 1) a que la sociedad esté más atenta de sus gobernantes y 2) a que los hombres políticos utilicen los medios de comunicación como el canal "idóneo" para justificar y legitimar sus acciones.

Es necesario considerar que la comunicación institucional en México es un proceso en el que el intercambio de mensajes de orden político entre emisores y receptores establece diversas características de interacción, entre las que destaca la importancia de legitimar las acciones del Ejecutivo Federal.

La presente tesina tiene como finalidad mostrar cómo la Presidencia de la República durante los últimos dos sexenios —1988-1994 y 1994-2000— ha utilizado a los medios de comunicación colectiva como el canal principal para difundir la información de carácter oficial o institucional y así tratar, a través de la implantación de un modelo de comunicación, justificar sus acciones ante la opinión pública para legitimar la imagen del Ejecutivo Federal.

Asimismo, describir las bases de cómo se ha ido modificando el modelo comunicacional tradicional y cómo las tendencias de la comunicación institucional (organizacional y/o política) han ido ganando terreno activo desde la perspectiva de los representantes de los medios de comunicación colectiva.

En el Apartado I se muestran los conceptos que se tienen sobre lo que es y representa la comunicación institucional enfocándola al ámbito gubernamental. En donde se entenderá por comunicación institucional a un conjunto de herramientas destinadas a propiciar el cabal desenvolvimiento de las acciones de gobierno, ya que se considera que ésta supone uno de los cimientos principales del acontecer político, en la medida que puede estimular o coartar el desarrollo armónico de la sociedad, lo mismo que genera sensación de legitimidad o de ingobernabilidad entre la sociedad mexicana.

Se trata de diferenciar, lo más acertadamente posible, qué son los medios de comunicación concesionados y permisionados para poder distinguir las posturas de los representantes de dichos medios, ya que los permisionados reciben subsidio económico del gobierno, lo que se ha interpretado ante la opinión pública como los medios "oficiales" que sirven para legitimar ante la sociedad las acciones gubernamentales.

Asimismo, se describe lo que es la información oficial y cómo ésta es uno de los elementos más importantes para el establecimiento de la Agenda de Gobierno y cómo es abordada en la Agenda de Debate Público a través de los medios de comunicación colectiva. Es decir, nos referimos a la denominada agenda setting o a la fijación de la agenda de temas con un orden preestablecido, que se centra en la distribución y control de contenidos que los medios de comunicación colectiva se encargarán de difundir y establecer la importancia de éstos ante la opinión pública.

En el Apartado II se aborda el hecho de cómo la legitimidad gubernamental —entendiendo por ésta con base en la concepción de Karl W. Deustch en su libro Política y Gobierno, a la sustancia que se ocupa de lo que existe o lo que se hace en política, no sólo en procedimiento mediante el que obtiene el poder político o de la representación mediante la que se ejercita—, es proyectada a través de los medios de comunicación hacia la opinión pública.

Aquí se explica cómo el emisor —medios de comunicación masiva— transmite información "jerarquizada" a la sociedad, la cual reorientará su postura, creando los denominados estados de opinión. Desde la perspectiva de Jürgen Habermas, algunas prácticas políticas, su interacción e impacto entre la ciudadanía que conforma la opinión pública (esfera pública y de lo privado) son la expresión de las opiniones que reflejan las formas de vida.

En el Apartado III se describen los puntos principales del manejo de la imagen presidencial a través de los medios de comunicación masiva durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) y el de Ernesto Zedillo Ponce de León (1994-2000). Debido a que existen diferencias muy marcadas en cuanto al manejo de la información oficial (Agenda de Gobierno) emitida por el Ejecutivo.

Para poder describir dichas diferencias se realizó una investigación bibliohemerográfica y a través de la revisión de dicha información y de la realización de un análisis de contenido, se definieron los temas más abordados por los medios de comunicación colectiva y así poder observar la reacción del gobierno federal para salvaguardar la imagen del Ejecutivo Federal.

Se describe cómo es que el sector público, para poder hacer del conocimiento de la sociedad los resultados de su gestión, se apoya en la actividad de los medios de comunicación masiva, ya que el Estado requiere de medios de comunicación que sean percibidos por la sociedad como "confiables" para transmitir sus mensajes en un clima de confianza y libertad, porque el Estado necesita ratificar que gobierna con y para el pueblo, lo cual es el principio de su legitimidad ante la opinión pública.

Esto se debe a que en nuestro país no existe una real cultura política que se difunda a través de los medios de comunicación, principalmente de electrónicos, que permita el entendimiento y la reflexión por parte de los ciudadanos de las prácticas políticas. Por el contrario, al parecer se ha creado una cultura mediática para estar informado, sin que ésta tenga una reglamentación acorde a las necesidades de la sociedad y de la política actual.

En el Apartado IV se presenta la metodología empleada para el análisis de contenido de la información hemerográfica y los resultados de éste para establecer las diferencias de ambas administraciones (salinista y zedillista) en materia de información institucional consideradas como las más relevantes por los medios de comunicación colectiva y que recayeron en la imagen del Ejecutivo Federal.

La presente tesina servirá como preámbulo para aquellos estudiosos de los procesos de cambio en este caso desde el enfoque comunicacional, principalmente de carácter político, vinculados con otras disciplinas como el Derecho, para tratar de propiciar un sano equilibrio entre los medios de comunicación masiva y la Presidencia de la República para que cumplan con su cometido en un clima de libertad y equidad.

APARTADO I

EL DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN MÉXICO

La comunicación institucional constituye un esfuerzo científico dirigido al análisis de los diferentes elementos de la comunicación de una institución formal y sobre cómo éstos se insertan en las relaciones entre los comportamientos individuales y grupales de los miembros directos e indirectos de una organización y la estructura de la misma.

Como herramienta asociada al desarrollo de un organismo, la comunicación institucional incide en todos los procesos de los sistemas organizacionales, por lo que se le asigna un alto grado de responsabilidad en el éxito o el fracaso de las actividades institucionales en los ámbitos de: toma de decisiones, producción técnica administrativa, gestión y evaluación, imagen, legitimidad, gobernabilidad, entre otros.

Debido a ello, el estudio de la comunicación institucional en el ámbito gubernamental pretende hallar las correlaciones existentes entre el propio proceso comunicativo dirigido hacia todos los segmentos sociales, los resultados obtenidos a través de indicadores como legitimidad y gobernabilidad, y la empatía entre los programas de gobierno y las necesidades del ámbito social.

Dado que la comunicación constituye la base del desarrollo humano y de la conformación de cualquier organización social, se entiende que únicamente a través de un proceso eficiente de comunicación se pueden alcanzar los objetivos mencionados, de manera óptima.

El propósito del presente capítulo es evaluar de qué manera la comunicación institucional ha servido como instrumento de legitimación de la acción gubernamental, particularmente de la Presidencia de la República, durante los periodos 1988-1994 y 1995-2000.

1.1. La comunicación institucional

La comunicación es un referente de diversas prácticas sociales, que comprometen a un número de individuos e instituciones. La comunicación forma parte de las funciones que realiza el gobierno, no sólo para informar y legitimar las decisiones del mismo, sino además, para articular las demandas de la sociedad y reorientar sus expectativas hacia el futuro.

Las tareas involucradas con la información gubernamental se enfrentan a sociedades cada día más críticas y participativas; a grupos claramente segmentados y a una diversidad de mensajes que muchas veces restan eficacia y provocan respuestas negativas a la comunicación institucional (gubernamental).

Un manejo integral del proceso de comunicación institucional exige la aplicación sistemática y rigurosa de la metodología desarrollada por las ciencias sociales en general y en particular por las disciplinas de la comunicación.

El control gubernamental de los procesos que inciden en la comunicación determina en forma directa su capacidad de anticiparse a los procesos de decisión social y a los posibles conflictos derivados de la lucha de grupos de interés y de poder local, nacional e internacional.

Estas situaciones dan origen a la necesidad de una estrategia de coordinación y sincronía de la política de comunicación del gobierno federal, a partir de la instrumentación de mecanismos eficaces que permitan el análisis y la planeación de políticas de comunicación de mediano y largo plazos, de tal forma que recomiende y colabore en la supervisión de las estrategias de comunicación, así como en el establecimiento de canales institucionales para coordinar periódicamente la ejecución de planes.

La implementación de dichos canales busca generar espacios interdisciplinarios que promuevan y estimulen la comunicación institucional hacia el interior de la institución y hacia los diversos segmentos del público sobre los que se pretende incidir.

La comunicación institucional "apareció para subrayar una novedad: la de un discurso que no estaba directamente destinado a vender un producto"¹. Son numerosas las definiciones que se le han dado al término de comunicación institucional, pero más allá de su diversidad, tenían en común el hecho de dar una descripción opuesta a lo que es la comunicación publicitaria.

1.1.1 Definición

Se puede considerar que el concepto de comunicación institucional surge como consecuencia del interés por el estudio de las instituciones de gobierno y la importancia que tienen en la sociedad actual. En el informe sobre los problemas de la comunicación en la sociedad moderna, que preparó la United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO) en 1978 —conocido como el informe de la Comisión Mc Bride²— se señala que la comunicación institucional progresaba a un ritmo creciente.

¹ Pascale Weil. *La Comunicación global. Comunicación institucional y de gestión*, España, Paidós, p. 25.

² Informe de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de Comunicación, UNESCO, 1978, p. 36.

La tendencia a la institucionalización, a la hiperorganización y en gran medida a la estratificación que se manifiesta en todo el mundo en diversos grados. En este informe se define a la comunicación institucional como "el sistema de intercambio de datos, informaciones, ideas y conocimientos que se establece entre las instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, por un lado, y su público real y virtual, por el otro"³.

Asimismo, se puede definir a la comunicación institucional, como "el sistema coordinador entre la institución y sus públicos, que actúa para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y, a través de ello, contribuir al desarrollo nacional"⁴.

Por otra parte, también se le ha llamado comunicación institucional a las "campañas de comunicación social, campañas colectivas, campañas para servicios públicos o municipios, pero también para empresas".⁵ Aquí es donde el discurso de esa comunicación cambia, debido a que "antes se tendía a definir la comunicación institucional a través del mensaje, es decir, el objeto del discurso; sin embargo, ahora se presta a una mayor atención al emisor, es decir al sujeto del discurso de la institución".⁶

Por lo anterior, consideramos que la comunicación institucional es más que un conjunto de herramientas destinadas a propiciar el cabal desenvolvimiento de las acciones de gobierno: supone uno de los cimientos principales del acontecer político, en la medida que puede estimular o coartar el desarrollo armónico de la sociedad, lo mismo que genera sensación de legitimidad o de ingobernabilidad.

³ *ibidem*.

⁴ María Luisa Muriel. *Comunicación institucional. Un enfoque de relaciones públicas*, Ecuador, Editorial Ciespal, 1997p. 73.

⁵ Pascale Weil. *Op Cit.* p. 26.

⁶ *Idem.* p. 29.

La comunicación institucional pone de manifiesto un cambio radical en la conciencia de que las instituciones tienen que presentarse ahora como los sujetos y realizadores de un proyecto y deben ser ellas las emisoras del mensaje.

1.1.2. Funciones y estrategias principales

Desde la década de los setentas la utilización de las técnicas de comunicación de masas en la vida política occidental modificó las prácticas políticas. En México, como en los demás países, el gobierno federal ha sido concebido como el sistema que tiene como finalidad el bienestar común o general. Para lograrlo necesita coordinar a los organismos que de él dependen y a su vez un sistema que le permita tener contacto con los grupos que conforman a la nación. Esta importante función es la principal de la que se encarga la comunicación institucional.

El punto de partida para la organización, funcionamiento y evaluación de un sistema de comunicación institucional es la determinación de los medios indispensables para alcanzar los objetivos fijados, ya que se trata de establecer las condiciones sin las cuales no puede darse la producción de mensajes a través de los medios o canales por los cuales se vaya a difundir.

La determinación de estas condiciones se expresa como la descripción de los factores⁷ que intervienen en el proceso general de estructuración de la comunicación del gobierno. Dicha descripción debe considerar una o varias combinaciones de factores que se juzgan viables para la obtención de resultados. Los factores determinados deben ser, asimismo, recíprocamente complementarios entre sí, e inclusive es conveniente prever la posibilidad de que algunos de estos factores sean sustituibles o reemplazables.

⁷ Recursos materiales que posee y utiliza la institución para generar un mensaje.

Es preciso establecer la relación entre los diversos niveles de beneficio que se pueden obtener y el uso de los recursos disponibles.

La comunicación institucional como misiones principales tiene el coordinar, formular y proponer programas de información y difusión para vigilar y establecer el tipo de las relaciones que tiene el gobierno federal con los medios de comunicación colectiva.

Con base en las consideraciones de Gabino Vázquez Robles, se puede decir que las funciones principales de la comunicación institucional son:

1. **Informativo-regulatorias:** constituye el canal de interrelación entre gobernantes y gobernados.
2. **Persuasiva-estratégica:** identifica los nuevos objetivos y temas de la agenda nacional que se deben traducir en políticas públicas para la resolución de los problemas nacionales.
3. **Legitimante-dialógica:** el poder público necesita legitimarse cada día, ya que sus actos se encuentran en permanente juicio público, por lo tanto necesita de los canales adecuados de difusión para lograrlo.

La Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República no es la que se encarga de apoyar al Presidente en la orientación, planeación, autorización, coordinación supervisión y evaluación de los programas de comunicación de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, sino es la Subsecretaría de Comunicación Social de la Secretaría de Gobernación la que en "coordinación con dicha Dirección" establece y opera mecanismos permanentes de coordinación y colaboración con las Unidades de Comunicación Social de las demás dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

Las estrategias empleadas por la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República en teoría deberían: coordinar, formular y proponer programas de información para la correcta difusión, así como vigilar que las relaciones de la Presidencia y sus órganos administrativos estén enterados y actúen conforme a lo establecido en la Agenda de Gobierno, la cual queda establecida, en principio, en el Plan Nacional de Desarrollo, y segundo, de acuerdo a la coyuntura que se viva en cada sector (económico, social, laboral, entre otros).

En nuestro país no se ha centralizado el esfuerzo del Estado por realizar una tarea informativa homogénea. Las direcciones de Comunicación Social de cada dependencia gubernamental tienen como objetivo esencial la de "establecer una comunicación real entre el poder público (Estado) y el resto de la comunidad (sociedad)".⁸ Sin embargo, estas oficinas han descuidado la finalidad principal "la de informar a la comunidad del hacer gubernamental y propiciar en ella ese sentimiento tan necesario de seguridad y confianza en los gobernantes".⁹

1.1.3. Objetivos

La comunicación institucional tiene como objetivos:

- Revelar, asistir y contribuir a la realización del proyecto de la institución.
- Establecer los canales para la implementación de una comunicación integral.

Al hablar de comunicación integral nos referimos a la expresión lógica entre el decir y el hacer de la institución, puesto que de ello se constituye su imagen.

⁸ Francisco Prieto. *Diagnóstico de la Comunicación Social en México*, México, Ediciones Coyoacán SA de CV, 1998, p. 48.

⁹ *Ibidem*.

En México no podemos hablar de un esquema o diseño de comunicación institucional establecido de manera oficial, pero, con base en las consideraciones de Gabino Vázquez y las definiciones de diversos teóricos como Pascuale y María Luisa Muriel, consideramos que los objetivos que debe alcanzar la comunicación institucional en este caso son:

- Integración interna de cada institución.
- Coordinación de la labor de las diversas instituciones entre sí.
- Congruencias entre los planes, programas y actividades de cada institución con respecto de los demás.
- Diseminación de información en el sistema social para la reducción de la incertidumbre de individuos y de otras instituciones.
- Definición y legitimación de los objetivos nacionales de desarrollo.
- Contribución para el logro de una conducta social organizada, especialmente en relación con las metas de desarrollo.
- Creación de un clima necesario para el cambio social organizado.

Esto con la finalidad de que no se propicie un sentimiento de incertidumbre, desconfianza y falta de credibilidad, como lo manifiesta Francisco Prieto.

1.1.4. Aciertos y deficiencias

El objetivo del gobierno federal es el bienestar común, para lograrlo necesita coordinar a sus instituciones hacia la consecución de este fin. De esta manera, la comunicación institucional facilita al gobierno en general y a las instituciones en particular, la realización de sus objetivos. Los objetivos del bienestar común conllevan directamente al logro de un desarrollo nacional de tipo integral.

El desarrollo nacional —especialmente en su concepción humanista y cualitativa— debe considerarse como el objetivo más importante que tienen ante sí todos los gobiernos, y especialmente los de América Latina, cuyas naciones se ven caracterizadas por la dependencia, la marginación, las carencias y contradicciones sociales más agudas. Es decir, naciones cuya misma identificación como países en vías de desarrollo o subdesarrolladas inmediatamente plantea al desarrollo como el objetivo nacional por antonomasia. La importancia fundamental de este objetivo necesariamente debe conducir a un plan de desarrollo nacional congruente con su problemática.

En México durante los últimos seis años, principalmente, las instituciones así como la Presidencia de la República han improvisado argumentos y herramientas —más que promover modelos metodológicos— para lograr no sólo objetivos en términos de comunicación, sino también objetivos tendientes a lograr la legitimidad de las acciones de gobierno. Objetivos que en la mayoría de los casos, se han cubierto parcialmente debido básicamente a dos factores:

1. El cambio tendiente a alcanzar una “democracia sin adjetivos” y, como consecuencia de ello, el fortalecimiento de los partidos de oposición, han resultado en el cuestionamiento permanentemente de los objetivos de gobierno, sin que necesariamente priven argumentos de razón que contengan una visión de largo plazo en torno del bienestar nacional.
2. Las propias necesidades de la política y del ejercicio del poder demandan en muchas ocasiones un manejo no ortodoxo o no apegado a las directrices metodológicas dadas.

Otro de los factores que limitan y problematizan la práctica de la comunicación institucional en México se refiere a que muchos de los profesionales en este campo aún no se han convencido de la necesidad e importancia de la investigación social aplicada a la prevención y resolución de problemas en esta área.

De hecho, un principio fundamental es que la realización de investigaciones sociales en aquellas áreas profesionales que se refieren al manejo de problemas humanos evitarían, en muchos casos, el tener que afrontar problemas cuando éstos ya son críticos. En estas situaciones, la realización de la investigación con un propósito de prevención aporta los datos que permiten a su utilizador actuar en el sentido de evitar las posibles áreas problemáticas y aun problemas específicos en el campo de la comunicación institucional.

1.2. Canales de comunicación para la difusión de información oficial

A lo largo de la historia los medios de comunicación colectiva han ido avanzando en paralelo con la creciente capacidad de los pueblos para configurar su mundo físico y con su creciente grado de interdependencia. La denominada revolución tecnológica, en la que las telecomunicaciones y medios de la transmisión de datos ha empujado al mundo hacia el concepto de lo que se denomina la "aldea global".¹⁰

Los efectos de estos nuevos medios de comunicación sobre la sociedad han sido muy estudiados. Hay quienes sostienen que los medios de comunicación tienden a reforzar los puntos de vista personales más que a modificarlos, y otros creen que, según quién los controle, pueden modificar decisivamente la opinión política de la audiencia.

¹⁰ Marshall McLuhan y B. R. Powers consideran que es la conjunción del espacio visual y del espacio acústico. Señalan que los medios impresos estimulan y conservan el espacio visual, pero que la tecnología está llevando a los usuarios de los medios de comunicación hacia una orientación más dinámica y con muchos núcleos del espacio acústico. *La Aldea Global*, Gedisa, España, 1996.

En cualquier caso, ha quedado demostrado —así lo muestran diversos estudios académicos, de opinión y las mismas reacciones de grupos sociales ante diversos temas— que los medios de comunicación colectiva influyen a largo plazo, de forma sutil pero decisiva, sobre los puntos de vista y el criterio de la audiencia. De ahí que en el argot comunicacional se tengan catalogados a diversos personajes como "líderes de opinión".

El control del entorno no se da en función del control de los medios de comunicación, ya que existen diversas fuentes de información y complejos procesos de comunicación intra y extra societal que inciden en forma determinante en la actitud y expectativas de los diversos segmentos de la sociedad.

El control se cifra en la capacidad de un sistema gubernamental para captar, procesar y evaluar información relevante y significativa de la sociedad a la que se pretende gobernar, así como el medio ambiente en que se desenvuelve.

La legitimidad de las instituciones gubernamentales se deriva de una correlación entre valores, imágenes y expectativas compartidas entre gobernantes y gobernados. Es, a través del proceso de comunicación institucional, que los diversos segmentos de la sociedad identifican las respuestas del gobierno a sus demandas generalizadas.

La sociedad no actúa en función de lo que sucede, sino de lo que "cree que sucede" y su percepción de la realidad, así como sus modelos de cuestionamiento e impugnación se derivan de las imágenes preexistentes sobre los hombres del poder y de las demandas articuladas y conscientes que los representantes de los medios de comunicación —"líderes de opinión" le proporciona—.

La comunicación institucional se enfrenta a este obstáculo, ya que a través del género periodístico denominado de opinión que aplican los denominados líderes de este género en sus escritos y programas, ya sean de diarios, revistas, radio o televisión, los medios de comunicación colectiva se han convertido en la arena política del protagonismo individual de los actores políticos, por lo que es necesario que el gobierno federal por medio de las instancias correspondientes revisen y actualicen la Ley Federal de Comunicación Social, para evitar violentar otros derechos que consagra la Carta Magna.

Para algunos periodistas, la Ley Federal de Comunicación Social, propuesta por la Comisión Legislativa correspondiente, es una "Ley Mordaza". Para otros, esta discusión ha desviado la atención sobre la necesidad de reglamentar el otorgamiento de la publicidad oficial, la revisión y revocación de concesiones de radio y televisión, así como la responsabilidad social de los comunicadores y el derecho a la información.

La importancia de esto es que el Estado mexicano ha delimitado a nivel constitucional una vaga normatividad para la operación de los medios, pero sin actualizarla a los grandes desafíos tecnológicos, políticos y sociales de la sociedad mexicana de finales del siglo XX. Esto ha colocado internacionalmente a México como "uno de los siete países con el marco jurídico más atrasado en materia de comunicación, sólo equiparable a Libia, Irak, Katar, y Cuba; y por debajo de naciones como Paraguay, Colombia y Guatemala"¹¹.

¹¹ *México, entre los siete países con las leyes más atrasadas en materia de comunicación*, El Financiero 24 de abril de 1998.

1.2.1. Qué es la información oficial

Cualquier ámbito donde sea colocado el concepto de información, según Jaime Septién, se hace referencia a una ordenación. La información remite a orden de señales, es una introducción de orden configurante frente a lo que aparece desconfigurado.

En el caso de México las tareas involucradas con la información que da el gobierno federal se enfrentan a sociedades cada vez más críticas y participativas, a grupos claramente segmentados y a una diversidad de mensajes, que en muchas ocasiones restan eficacia y provocan respuestas negativas a la comunicación que el gobierno trata de establecer con la opinión pública.

La información que proporciona el gobierno se le puede denominar información oficial y "es aquella que es generada y proporcionada por el gobierno federal y que permite a la ciudadanía el análisis, seguimiento y evaluación de las políticas públicas."¹²

Dicha información posee el carácter de "oficial" puesto que su emisor es una institución, en este caso, la Presidencia de la República, y los datos presentados son avalados por los trabajos realizados por las dependencias, es decir, existen informes documentales que fueron realizados por los especialistas en la materia que les compete (económica, social o laboral), con un rigor metodológico y de acuerdo a los objetivos de la institución.

¹² *Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000*, p. 69.

1.2.1.1. Agenda de Gobierno

Como Agenda de Gobierno se entiende, en principio, al documento que conjunta los temas señalados en los denominados *Planes Nacionales de Desarrollo* que cada Presidente de la República presenta, al inicio de su administración, ante el Honorable Congreso de la Unión para su revisión y opinión.¹³

Es un documento preparado por el Ejecutivo Federal para normar los programas institucionales y sectoriales, así como para ser la guía de las tareas que se realizarán en conjunto con los otros poderes de la Unión y con los gobiernos estatales. Debe ser la base para inducir la participación del sector social.

En segundo y de acuerdo a la coyuntura que viva el país, se establecen agendas de acciones a realizar por cada secretaría de Estado en las reuniones de gabinete que el representante del Ejecutivo Federal tiene con los titulares de las secretarías y se dividen por materia o política (económica, social, de seguridad, entre otros).

1.2.1.2. Agenda de Debate Público

En lo referente a los medios de comunicación colectiva y su papel en la opinión pública, se evidencia un uso creciente, principalmente los electrónicos, ya que la sociedad se mantiene informada a través de éstos del acontecer cotidiano, destacando la actividad política de los integrantes del gobierno federal. "Se forma una opinión a cerca de éste y asume los elementos de juicio para tomar decisiones."¹⁴

¹³ Según lo dispuesto por el Artículo 26 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y por el Artículo 50 de la Ley de Planeación.

¹⁴ Mario Martínez Silva y Salcedo Aquino Roberto. *Diccionario Electoral 2000*. México, Instituto Nacional de Estudios Políticos AC, 2000, p. 492.

Los representantes de los medios son quienes establecen los temas que ellos creen son los temas más importantes, lo que interesa, lo que debe preocupar y se debe debatir; además son quienes determinan los que otros medios menos importantes deben decir. De esta manera crean la denominada *Agenda de Debate Público*.

Así los líderes de opinión a través de los medios de comunicación masivos tienen la capacidad de modificar la percepción de su público con sólo dar énfasis al contenido del tema que les interesa y tienen oportunidades para manipular la información oficial según responda a los intereses del grupo al que pertenezca.

1.2.2 Direcciones de Comunicación Social de las dependencias gubernamentales

La importancia de los medios de comunicación en una sociedad determinada es múltiple. La difusión informativa, como proceso esencial de la comunicación, utiliza diversos canales y desarrolla mensajes específicos dirigidos a cada tipo de público. Este hecho hace de la comunicación un proceso político que influye en las instituciones políticas y/o éstas en él.

A finales del siglo XIX y principios del XX, los sistemas de comunicación han asumido una posición determinante en torno de las relaciones económicas, políticas, culturales y sociales de México. Los espectaculares avances, como la comunicación vía satélite, la realidad virtual, los avances y desarrollo de nuevos implementos para los procesos de la informática y la computación, entre otros, han sido puntos básicos de la tecnología de las comunicaciones y de la información que, según Marshall McLuhan menciona en su libro *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, determina en gran medida cómo piensan y cómo actúan los integrantes de una sociedad.

Nuestro país no ha estado al margen de este fenómeno. A lo largo de la última década, tanto en lo que se refiere a la prensa moderna en calidad de industria, como en el desarrollo de las telecomunicaciones, México va a la vanguardia junto con algunos otros países de América Latina. Ha llegado a tener una presencia importante en la industria cultural, es decir en aquella que, sin dejar de ser un negocio, se interesa por la exaltación de la cultura y las artes, como es el caso del denominado nuevo cine mexicano.

Sin embargo, el ámbito de la comunicación institucional en México presenta rezagos y desajustes, propios del contexto político prevaleciente, sin definiciones precisas, tendientes a los excesos que demandan la revisión de esquemas operativos, de objetivos y funciones básicas que aseguren y fortalezcan la libertad de expresión y de imprenta, para que exista un efectivo y real derecho a la información.

Por el momento pareciera ser que el propio desorden informativo responde a una lógica perversa que pondera la ausencia de una visión de largo plazo respecto del derecho a la información, con el objetivo de posicionar entre la opinión pública la sensación permanente de confusión en conceptos como ley, valor, lealtad, legalidad, entre otros.

El derecho a la información, que desde 1977 se incorporó en la parte final del artículo 6° de la Constitución Política de México, no dio origen a una ley reglamentaria; incluso después de más 20 años no se sabe con exactitud qué debe entenderse por "derecho a la información". A veces se cree que es el derecho que tienen todos los reporteros a que los funcionarios públicos los reciban y les digan lo que ellos desean saber en ese momento.

Por otra parte, persiste la tendencia burocrática de actuar discrecionalmente y de manejar como secreto algunas acciones gubernamentales, ya sea por no querer pagar el costo político que ello implicaría o por simple deformación ética o profesional.

El derecho a la información involucra no sólo al profesional de esta rama, sino al público en general, a la ciudadanía, y obliga al Estado a darle el máximo de información, pero tiene el derecho y la responsabilidad de reservarse la información relacionada con la seguridad nacional, tema que se debería definir y reglamentar.¹⁵

Es a través de las direcciones Comunicación Social de cada dependencia que el gobierno federal provee a los medios de comunicación de información oficial. Son 18 instituciones que dependen de la Presidencia de la República:

1. Secretaría de Gobernación
2. Secretaría de Relaciones Exteriores
3. Secretaría de la Defensa Nacional
4. Secretaría de Marina
5. Secretaría de Hacienda y Crédito Público
6. Secretaría de la Contraloría y Desarrollo Administrativo
7. Secretaría de Energía
8. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial
9. Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural
10. Secretaría de Comunicaciones y Transportes
11. Secretaría de Desarrollo Social
12. Secretaría de Educación Pública
13. Secretaría de Salud

14. Secretaría del Trabajo y Previsión Social

15. Secretaría de la Reforma Agraria

16. Secretaría de Turismo

17. Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca

18. Procuraduría General de la República

De todas estas dependencias la Secretaría de Gobernación es la única que tiene, a parte de Dirección, Subsecretaría de Comunicación Social, ya que es ésta la que en coordinación con la Dirección de Comunicación Social de Presidencia de la República se encarga de supervisar las acciones en materia de comunicación.

Según la información contenida en la página web de cada institución, coinciden en tener como objetivos en materia de comunicación social todas las dependencias tienen:

- Orientar, planear, supervisar y evaluar la información difundida a través de los medios de comunicación masiva de la materia que le compete.
- Diseñar y operar estrategias que permitan al Ejecutivo Federal prever escenarios de desprestigio ante la opinión pública.

Asimismo, las direcciones de Comunicación Social tienen como actividades principales:

- Proveer a los representantes de los medios de comunicación colectiva de información oficial, a través de la emisión de los denominados boletines de prensa.

¹⁵ Esto aun cuando en junio de 2002 el Congreso de la Unión emitió la Ley Federal de Acceso y Transparencia a la Información Pública Gubernamental.

- Organizar y convocar a los representantes de los medios de comunicación colectiva a las denominadas conferencias de prensa, cuando el titular de la dependencia es quien debe dar a conocer información de manera pública para que sólo él esté autorizado por parte del Ejecutivo Federal.

La Secretaría de Gobernación es la que se encarga de supervisar el trabajo de las 17 instituciones en esta materia y de auxiliar al titular de la rama en la formulación, regulación y conducción de la comunicación del Gobierno Federal y sus relaciones con los medios de comunicación colectiva.

La Dirección de Comunicación Social de la Presidencia se encarga de evaluar el trabajo realizado por las 18 dependencias y genera documentos para que éstas informen de acuerdo a la Agenda de Gobierno, así como sus propios boletines de prensa que contienen información que sólo le compete al Ejecutivo Federal dar a conocer.

1.2.3 Medios de comunicación permitidos

La transmisión de información oficial y/o política por los medios de comunicación no sólo cumplen el rol de "medio" por el cual se presenta la política sino que se convierten en factores de carácter político.

"En las ciencias de la comunicación aún no se desarrolla una aproximación teórica plausible con la cual se pudiera comprender el papel que desempeña el Estado en la política de la comunicación y de los medios."¹⁶

¹⁶ Karin Bohmann. *Medios de comunicación y sistemas de información en México*. México, CNCA y Alianza Editorial, pp. 241 y 242.

El Estado mexicano ha desarrollado distintos canales para influir sobre los medios de comunicación colectivos, "los cuales pueden aplicarse de acuerdo con las necesidades políticas".¹⁷ El gobierno federal actualmente prefiere que sea a través de los medios, que de alguna manera actuarían de forma indirecta, para ejercer influencia en la sociedad sobre el mensaje que desea dar a conocer, para ello tiene la posibilidad de usar los medios permisionados y los concesionados.

Los medios de comunicación colectiva permisionados son aquellos que son subsidiados económicamente por el Estado. Aquí el lucro en términos monetarios pasa a un segundo lugar, la importancia la tiene la política y la cultura, a lo cual se le ha atribuido un valor tal, que es lo que lleva a que al medio de comunicación se le sostenga con subvenciones, principalmente en el interior de la República.

En cuanto a medios electrónicos y los impresos poco a poco han ido perdiendo esa importancia para el gobierno, por ejemplo en 1999 se cerró el diario *El Nacional* —el cual fue catalogado como "oficialista", debido al manejo en términos positivos de la imagen del Ejecutivo Federal que le daba a la información—.

Fue desplazado por diarios de carácter privado-empresarial que al parecer ofrecen una mejor oferta de carácter informativo.

En cuanto a medios electrónicos, la mayoría de las estaciones de radio y televisoras que "dependen" del gobierno están al interior de la República.

En la ciudad de México existen muy poco medios electrónicos permisionados, tal es el caso de Radio Educación y del Instituto Mexicano de la Radio (IMER). Sin embargo, el gobierno federal le pone poca atención a éstos, ya que ha entrado a la era

¹⁷ *Idem.*

de la globalización y show político, influenciado por el modelo de comunicación estadounidense. Situación que ha generado que los medios privados y concesionados sean los que tengan más audiencia y una "mejor" oferta informativa.

1.2.4 Medios de comunicación concesionados

"Lo que sabemos acerca de nuestra sociedad, incluso acerca del mundo en el que vivimos, lo sabemos por los medios de comunicación" afirma Niklas Luhmann en su trabajo *Realität in den Massenmedien*, 1995.

Los medios concesionados y privados o comerciales dependen de los espacios que venden para la publicidad, la cual en gran medida determina la programación de éstos. Los programas responden a la oferta de información y el público (lector, radioescucha y televidente) a la oferta de la programación.

Las concesiones se otorgan a particulares mexicanos y/o sociedades anónimas, quienes deben inscribirse en el Registro Público de la Propiedad de la Dirección General de Cinematografía de la Secretaría de Gobernación.

Los medios privados o concesionados tienen la capacidad de llegar a los grandes públicos y ejercer un efecto sobre ellos, es decir, crear opinión pública. Utilizan tecnologías avanzadas en la producción y emisión de los mensajes, diversos estudios han demostrado que es lo que desean las audiencias, el entretenimiento, motivos por los cuales han sido desplazados los medios permisionados y el Estado cada vez se ocupa menos de los medios que de él dependen y se ha preocupado más por tener presencia en los privados.

La presencia del Estado en los medios de comunicación masiva es una manera de ejercer poder, ya que son las instituciones quienes proveen a los medios de comunicación de los temas que son relevantes para difundirlos, lo que significa tener influencia en la agenda temática de debate público. Sin embargo, en muchas ocasiones los actores políticos y las instituciones se ven en la necesidad de reorganizar o redefinir los temas de interés público establecidos en las agendas, debido a que son rebasados por la influencia de las posturas asumidas por los representantes de los medios de comunicación.

Ejemplos de la influencia que ejercen los medios, principalmente los electrónicos son: Televisa, Televisión Azteca y grupos radiofónicos como Organización Radio Centro, Grupo ACIR, Radiofórmula, con su programación e información, ya que directa e indirectamente los contenidos difundidos a través de los denominados líderes de opinión influyen para la modificación de conductas y posturas ideológicas en los procesos de formación de una cultura política en la sociedad mexicana.

En cuanto a medios impresos el público es más selecto o mejor dicho es un público delimitado, ya que dependiendo de los intereses y formación —académica, ideológica, cultural—, elige la publicación que corresponda a sus necesidades.

Se puede apreciar, de acuerdo al número de tiraje de ejemplares de los medios impresos, que en México existe una cultura sobre la lectura muy pobre, así como por el bajo registro de venta, han presentado algunos estudios basados en el levantamiento de encuestas del diario *Reforma*, sobre la venta de libros y revistas especializadas.

El Estado ha cometido errores en cuanto a su política informativa, debido a que no ha utilizado los canales de comunicación idóneos que le permitan tener una imagen aceptable y han sido los medios de comunicación colectiva quienes se han consolidado, principalmente durante los últimos seis años, en formadores de la opinión pública y creadores de imagen. El gobierno debe diseñar una estrategia capaz de reestablecer los canales para comunicarse con la sociedad y que le permita proyectar de otra manera su imagen y a su vez le devuelva la credibilidad a las instituciones.

APARTADO II

LEGITIMIDAD GUBERNAMENTAL, OPINIÓN PÚBLICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA

Hay que comprender al sistema democrático como un sistema de comunicación que necesita aprender cuya capacidad de supervivencia depende de la capacidad de comunicación.

Karl W. Deutsch.

"La política democrática requiere del consenso y por lo tanto precisa legitimación. Por consiguiente, la comunicación con el ciudadano se ha convertido en un principio de supervivencia de los sistemas modernos."¹⁸ Ya que sin comunicación no se establecerían las relaciones entre el gobierno y sus gobernados.

"La democracia es una forma de ordenamiento político que está permanentemente en deuda comunicativa. Por consiguiente, la política democrática requiere presentación, legitimación y justificación públicas. Necesita la legitimación por medio de la comunicación, ya que la opción fundamental político-constitucional por la soberanía del pueblo y por la libre comunicación en un Estado constitucional democrático están obligadamente ensambladas".¹⁹ Se necesita de la aceptación de la opinión pública sobre las actividades que ejerce el gobierno para el mantenimiento de la paz social.

Al hablar de gobiernos democráticos se habla, al mismo tiempo, de su vigencia y legitimidad. "La cuestión de legitimidad no es sólo una magnitud en referencia a una categoría fundamental del orden constitucional. Se trata de la fundamentación y justificación del gobierno político."²⁰

¹⁸ Ulrich Sarcinelli. "De la democracia parlamentaria y representativa a la democracia de los medios". *Medios de Comunicación y la intermediación política*. Argentina, Konrad Adenauer, 1997, p. 10.

¹⁹ *Idem*.

²⁰ *Ibidem*, p. 17.

En este apartado se explicará en qué consiste la legitimidad de las acciones de gobierno y/o políticas que son percibidas y transmitidas por los medios de comunicación colectiva hacia la opinión pública y como ésta se conforma.

2.1 *La legitimidad en materia gubernamental*

El gobierno es la organización política que engloba a los individuos y a las instituciones autorizadas para formular la política pública y dirigir los asuntos del Estado. Los gobiernos están autorizados a establecer y regular las interrelaciones de las personas dentro de su territorio, las relaciones de éstas con la comunidad como un todo, y las relaciones de la comunidad con otras entidades políticas.

El término gobierno se aplica en el sentido tanto a los gobiernos de Estados nacionales como a los gobiernos de subdivisiones de Estados nacionales, por ejemplo condados y municipios. Organizaciones tales como universidades, sindicatos e iglesias, son en general también gubernamentales en muchas de sus funciones.

La palabra *gobierno* puede referirse a las personas que forman el órgano supremo administrativo de un país, como en la expresión "el gobierno del presidente Ernesto Zedillo". Los gobiernos se clasifican de diversas maneras, una clasificación familiar es la que distingue la monarquía de los gobiernos republicanos. Los estudiosos de la época contemporánea, en particular del siglo XX, han subrayado las características que distinguen a los gobiernos democráticos de las dictaduras.

En México, república federal, se repite el esquema organizativo del gobierno central en los 31 estados del país: el poder ejecutivo lo ejerce el presidente (o el gobernador), el legislativo reside en el Congreso (o Cámara de diputados), y el judicial la Suprema Corte de Justicia (o Tribunales Superiores). En los estados unitarios, como Gran Bretaña y España, las subdivisiones constituyentes del Estado están subordinadas a la autoridad del gobierno nacional.

En diferentes épocas históricas, los gobiernos han procurado lograr el bienestar común por diferentes métodos. Entre los pueblos primitivos, los sistemas de control social eran rudimentarios; surgían directamente de las ideas del bien y el mal comunes a los miembros de un grupo social y se imponían a los individuos principalmente a través de la presión del grupo.

En pueblos más desarrollados, los gobiernos asumían formas institucionales; descansaban sobre bases legales definidas, imponían castigos a los que violaban la ley y empleaban la fuerza para consolidarse y desempeñar sus funciones.

A partir de los siglos XVI y XVII, la tendencia a identificar al Estado con pueblos dotados de un cierto grado de identidad cultural común, corrió pareja con una búsqueda de la legitimidad derivada de la voluntad e intereses de esos pueblos. Así la aparición de facto del nacionalismo, identificado con la consecución del Estado nacional fue fundamental durante la Revolución Francesa.

La contribución ideológica en este aspecto de Jean-Jacques Rousseau, Georg Wilhelm y Friedrich Hegel produjo a su vez una cierta sacralización de la nación como entidad moral capaz de conferir legitimidad tanto a sí misma como a sus acciones.

Según la Ciencia Política la función del gobierno es asegurar el bienestar común de los miembros de los grupos sociales sobre los que ejerce control.

2.1.1 Definición de Legitimidad

El concepto de legitimidad se aplica a varios aspectos, normalmente se aplica a la forma en que un gobernante llega al poder de un Estado o nación. La posesión del cargo se dice "legítima cuando se llega al mismo mediante un procedimiento legítimo, es decir, un procedimiento que los gobernados consideran compatible con la configuración de sus propios valores."²¹

En otras ocasiones se considera legítima una decisión política, ya que es tomada de manera representativa, es decir, es tomada por consenso en una comunidad o sociedad específica. "La representación permite la discusión y el acuerdo entre un gran número de personas, en mayor extensión y con mayor detalle, que la 'democracia directa' de discusiones cara a cara en una asamblea de todos los miembros de una comunidad pequeña".²²

La legitimidad en un concepto más amplio, según Karl W. Deutsch en su libro *Política y Gobierno*, se ocupa de la sustancia de lo que existe o lo que se hace en política, no sólo en procedimiento mediante el que obtiene el poder político o de la representación mediante la que se ejercita. La legitimidad se acerca a lo que otros teóricos denominan *justicia*.

²¹ Karl W. Deutsch. *Política y Gobierno*. México, Editorial Fondo de Cultura Económica (FCE), 1988. p. 28.

²² *Idem*.

Cualquier sociedad siente que un gobierno al ejercer su poder es justo o injusto, legítimo o ilegítimo, no sólo por la forma en llegó al poder, sino también por sus acciones u omisiones que violen sus valores, se puede concluir, como lo hizo San Agustín en el texto *La Ciudad de Dios*, que un gobierno sin justicia es un gran robo.

En el presente trabajo debemos entender a la legitimidad vista desde la comunicación y se entendería como aquella que debe ser oferente en un mercado altamente competitivo ante un mundo cambiante, globalizado en materia tecnológica, así como la importancia que adquieren los medios de comunicación colectiva en la vida política.

La utilización de los medios de comunicación colectiva como foros públicos en las prácticas políticas han generado que su papel en la vida política del país generen una serie de cuestionamientos sobre el sentido de hacer política. Esta tendencia ha adquirido importancia en la medida en que, Según Bourdieu, cierta política analiza los usos de técnicas en los medios de comunicación, con lo cual las legitima y les da una apariencia "científica". Por lo que, la presencia en los medios de comunicación se ha convertido en una "prima política" fundamental para el ejercicio del poder, por lo que "la política democrática ya no puede prescindir de una gestión de medios."²³

Para poder describir las funciones de la legitimación en México se debe partir de lo que para los mexicanos sería entender el término de democracia, de la cual no existe una visión unificada. En Latinoamérica, la instauración de los valores esenciales de la democracia se inició con el proceso de su propia emancipación (1808-1826), al que sucedió una época de regímenes constitucionalistas.

²³ *Ibidem*. p. 11.

Se promulgaron constituciones en todos los países pero se multiplicaron de forma excesiva a consecuencia de los constantes cambios políticos y las imposiciones de los grupos dominantes, lo que impidió una temprana estabilización de regímenes políticos fundamentados en un sistema basado en los principios democráticos.

El predominio del caudillismo, las presiones de los caciques y las oligarquías, los enfrentamientos ideológicos y la dependencia económica externa, fueron algunos de los factores que provocaron la inestabilidad, la lucha de multitud de facciones, el subdesarrollo y el estancamiento generalizado, características de los países latinoamericanos.

Se sucedieron épocas de libertad y democracia con otras en las que se generalizaron los regímenes autoritarios y las dictaduras militares.

Al iniciarse la década de 1980, Latinoamérica vivía un auténtico renacer de la democracia, que se ha extendido, a partir de los cambios ocurridos en Perú y Ecuador, a los demás países. En casi todos ellos manifestaron un fuerte apego a las constituciones, que consagran los contenidos del Estado de Derecho. Quienes propugnan el desarrollo democrático en Latinoamérica luchan, sin embargo, contra una cultura política en la que el autoritarismo ha jugado un papel muy significativo a lo largo de su historia. No obstante, el consenso en que la lucha por generalizar la democracia debería ser la principal misión de los gobiernos latinoamericanos fue la principal conclusión extraída por los jefes de Estado de la zona reunidos en Chile durante la VI Cumbre Iberoamericana celebrada en 1996.

Parte de las conquistas de la democracia a lo que Luhmann acuñó como "la legitimación por medio del procedimiento", es decir, la cara interna de la actuación política que escapa a la atención medial permanente. El trabajo, la labor de los expertos, la idoneidad en temas de organización y cuestiones técnicas, el desarrollo de procesos sociales complejos, la rutina cotidiana, entre otras circunstancias son de vital importancia para el funcionamiento de las relaciones sociales y la legitimidad (legitimación) que se da a través de "procesos regulados y verificables en caso de conflicto."²⁴

En sentido podríamos hablar de dos modos de legitimidad o mejor dicho de dos procesos de legitimación, uno a través de la comunicación y otro, por medio del procedimiento.

Los sistemas democráticos dependen cada vez más de su escenificación y presencia en los medios de comunicación y al mismo tiempo requiere de conocimientos suficientes sobre la gestión de los medios para proceder a su difusión de una cultura política.

Por ello legitimidad en la presente tesina se entenderá como una cuestión de carácter constitucional, que fundamente, justifique y regule los procesos de la vida política institucional (gobierno federal) hacia la opinión pública. Es decir, que la información de carácter oficial de las prácticas políticas difundidas a través de los medios de comunicación, en ocasiones es ocupada para proyectar de la mejor manera la imagen del Ejecutivo Federal.

²⁴ Ulrich Sarcinelli. *Op. Cit.* p. 17.

La proyección de la imagen presidencial para legitimar sus acciones es una de las variables con mayor significado en cuanto a la estabilidad de un sistema político se refiere. Cualquier sistema político está constituido de instituciones, de las cuales algunas de ellas son más respetadas que otras. En México, los ciudadanos evalúan sus acciones y su eficiencia o ineficiencia es relacionada al proyecto de gobierno que el Presidente de la República presenta a través del Programa Nacional de Desarrollo, de ahí la importancia de proyectar una imagen a través de los medios de comunicación masivos, basada en la variable de la legitimidad para crear un sentimiento de gobernabilidad entre la opinión pública.

2.2 La opinión pública

La expresión "opinión pública" se asocia fácilmente con las nociones de democracia y liberalismo. Según algunos teóricos, se identifica con el régimen mismo de la democracia occidental. En algunas ocasiones se ve a la opinión pública pronunciarse sobre un proceso criminal, las más de las veces para obtener la absolución o el indulto. Gobiernos, sindicatos y empresas se inquietan por esta opinión y actúan en consecuencia.

De modo que la opinión es un árbitro, una conciencia; casi podría decirse que es un tribunal, temido aunque esté desprovisto de poder jurídico. Es el foro interno de una nación.

Es poder anónimo, es frecuentemente una fuerza política, fuerza no prevista por ninguna constitución. Para que la fuerza se ejerza es necesario que encuentre un punto de apoyo, es decir alguna resistencia, cierta oposición.

Para que pueda hablarse de opinión pública en un sistema democrático hace falta una resistencia eficaz o, por lo menos, posible. Esta resistencia u oposición está constituida, la mayoría de las veces, por el gobierno, el parlamento o las autoridades.

2.2.1 Definición

El término opinión pública aparece en el siglo XVIII. Sin embargo, sus rasgos y formas elementales tienen un origen griego y romano. Las categorías de opinión y de público tuvieron en Grecia orígenes diferentes. Eran la manifestación de la vida privada (el oikos) y la manifestación de la vida pública (la koine); entre la esfera de lo privado y la esfera de lo público que expresaban el carácter individual y privado de las opiniones y el carácter ciudadano y político del público.

Tal vez una de las más difíciles tareas en el estudio de la opinión pública sea definirla dentro del campo del conocimiento de una ciencia social determinada. El proceso de la opinión pública tiene implicaciones con la Filosofía, Comunicación, Sociología, el Derecho, la Ciencia Política y la Antropología.

Sin embargo, en términos generales, se puede decir que para ciertas corrientes (la Epistemología de lo que se ha llamado idealismo), sus objetivos de estudio se refieren a lo que podemos llamar secamente, la opinión, y también en otra área, que se refiere a la opinión pública.

De acuerdo entonces con esta corriente idealista del pensamiento, el estudio de la opinión pública entraña, en primera instancia la discusión en torno del objeto de la opinión (como un juicio "especial") y en segunda, el estudio del carácter público de las opiniones sociales y políticas.

En este sentido, la discusión tradicional en torno del objeto de la opinión, busca establecer su naturaleza y sus diferencias con el conocimiento; y señalar, de igual manera, sus relaciones con la fe, la creencia, la duda, entre otras cuestiones. Además se establece la utilidad práctica del opinar.

Estas concepciones tradicionales se refieren a la dinámica de las opiniones en una sociedad determinada, al proceso de formación de la opinión pública; de los elementos sociales, económicos y políticos que intervienen en la formación de una opinión. Es decir, se refieren al proceso de exteriorización de las opiniones y de las consecuencias que esto tiene y ha tenido a lo largo de la historia de la sociedad. Existe, en estas concepciones una intención por separar la simple opinión de los procesos de la opinión pública.

En contraposición a estas tesis, el materialismo histórico, supone que la opinión pública es un proceso ideológico cuya representación está determinada por las condiciones sociales que privan en una sociedad; y que por tanto es imposible separar a la opinión y situarla en una discusión puramente epistemológica, ya que la opinión y la opinión pública reflejan las características de las relaciones sociales, cuya determinación está dada por el desarrollo histórico de las mismas, como lo asegura Jurgüen Habermas en su obra *Historia y Crítica a la Opinión Pública*: la expresión de las opiniones refleja las formas de vida.

Habermas sostiene que la tecnologización de la sociedad y el consiguiente crecimiento de la burocracia han servido —entre otras cosas— para perpetuar las instituciones del Estado y despolitizar a los ciudadanos.

De esta forma la razón y la ciencia se han convertido en herramientas de dominación más que de emancipación. Imagina un futuro en el que la razón y el conocimiento trabajen en pro de una sociedad mejor. En ese futuro la comunicación humana no debería estar sujeta a la dominación del Estado y los ciudadanos racionales deberían poder actuar en la sociedad de forma libre en el ámbito político, de estas concepciones deriva el término de *Esfera Pública*.

2.2.2 Esfera Pública

El concepto *Esfera Pública* ha ganado aceptación en la comunidad académica, debido a que hace alusión a un espacio social en el que los ciudadanos expresan opiniones, emiten juicios, plantean demandas al gobierno y reciben e interpretan información a través de los medios masivos de comunicación y ha sido uno de los puntos más importantes en torno del problema de la sociedad civil democrática, ya que se refiere a espacios y procesos de comunicación societal abiertos, autónomos y políticamente relevantes, referidos por Habermas en su obra *Facticidad y Validez*.

El concepto se refiere a un espacio jurídicamente privado en el que individuos sin status oficial buscan persuadirse los unos a los otros por medio de la argumentación racional y la crítica en torno de asuntos de interés general. En un ámbito en el que las preocupaciones en torno de la democracia han pasado del tema de la transición política a un cuestionamiento de la calidad y extensión de la democracia, la búsqueda conceptual de las herramientas que permitan definir los espacios y las formas de acción que propician la democracia como forma de vida ha llevado a recuperar categorías hasta hace poco olvidadas en el estudio de las ciencias sociales en México.

Además de ser el vehículo ideal de comunicación de lo público-civil, la discusión crítica racional tiene el importante propósito de controlar e influir la formación de políticas en las instituciones jurídicamente públicas del Estado. En términos de su ideal, la esfera pública es universalmente accesible, incluyente, y está a salvo de las deformaciones del poder económico y político y del status social.

La concepción normativa de la discusión racional crítica incluye los principios de autonomía individual, igualdad de status, paridad de los participantes, problematización libre y abierta de asuntos antes incuestionados que se convierten en asuntos de preocupación común y la crítica racional.

Habermas descubre en la modernidad temprana una esfera de acción social en la que los individuos entran como ciudadanos libres e interactúan bajo el principio del debate racional de ideas.

Esta esfera estaba constituida por una serie de clubes, asociaciones y grupos informales reunidos en cafés y círculos literarios que la burguesía europea había creado afines del siglo XVIII y principios del XIX.

En estos espacios individuos privados se reunían a discutir asuntos públicos. Las condiciones de posibilidad que esos espacios implicaban eran: la igualdad formal de los participantes; la disposición al debate racional tendiente a lograr acuerdos; la suspensión temporal de conflictos de orden material; la formación de una opinión que no tenía efectos directos sobre el poder político.

Habermas desarrolla el concepto de *Esfera Pública* dentro de la tradición de la teoría crítica, fundiendo los elementos empírico-analíticos y los normativos en una sola categoría.

Mucho se ha hablado, sin embargo, sobre el carácter utópico de esta construcción teórica y sobre su dudosa existencia histórica real. Sin embargo, el principio teórico-normativo expresado por el concepto de esfera pública resulta central a una teoría de la democracia que vaya más allá del realismo elitista y del utopismo participacionista.

En efecto, el concepto de *Esfera Pública* nos indica que la formación de opinión, la creación de identidades y la constitución de consensos para la acción se producen a través de procesos de interacción comunicativa, y que los espacios en donde esta interacción se produce —al margen de las restricciones impuestas por el Estado y el mercado— tienen el potencial reconvertirse en arenas del ejercicio de la libertad y de la construcción de una relación crítica con los sistemas económico y político.

El tipo de público “históricamente nuevo” analizado por Habermas es, normativamente hablando, liberal en el sentido de que los conjuntos de derechos considerados necesarios para garantizar la autonomía de esta esfera —libertades de expresión, prensa, reunión y comunicación—, junto con las dimensiones de autonomía individual que presupone “derechos de privacidad” constituyen simultáneamente los dominios público y privado de la sociedad civil moderna y sirven como límites al poder del Estado.

Legalmente separada del Estado, esta esfera y sus miembros tienen una relación polémica, crítica, argumentativa, más que una relación directamente participativa, con el gobierno. Desde el punto de vista de una teoría de la sociedad civil —democrática— la esfera pública representa el nivel en el que la integración legalmente regulada de grupos, asociaciones y movimientos puede recibir la necesaria ilustración concerniente a las políticas públicas e influenciar a la vez la formación de políticas mediante la “tematización” y el debate de asuntos de interés general que darían como resultado el nacimiento de la opinión pública.

En la sociedad (esclavismo, feudalismo, capitalismo) se concibe entonces a la opinión pública como el resultado de un largo proceso ideológico que se cristaliza históricamente cuando se inicia el tránsito de mercancías, es decir cuando adviene la era capitalista, se crea entre otras formas ideológicas el concepto de opinión pública y este pasa a formar parte de la ideología dominante.

Es así como se explica que la opinión pública sustituye, entre los siglos XVII y XVIII a la autoridad divina en el comando de la sociedad. La opinión pública es el objeto de la comunicación, si se acepta que generalmente se entiende que el receptor de los mensajes sea la opinión pública.

Los medios de comunicación colectiva, se dice que tienen por objeto conducir al público a aceptar o rechazar algún asunto de interés público a través de la transición de la información y del mecanismo de respuesta la retroalimentación.

De acuerdo al Diccionario Marxista de Filosofía, se define por ideología al sistema de sociedades y puntos de vista que tienen que ver con ella, es decir opiniones políticas, la conciencia jurídica, la moral, la filosofía, la religión.

De modo que siendo parte de la conciencia social, la ideología tiene su base en las condiciones de la vida material de la sociedad, refleja las particularidades del régimen económico.

El materialismo histórico señala, a su vez, que el objeto de estudio de la opinión pública se remite al área de la superestructura (en lo que se ha dado en llamar la ideología de la falsa conciencia, lo cual requiere no sólo una interpretación (entender el proceso), sino también de la adopción de una postura crítica, negadora de las concepciones tradicionales.

En este sentido, la comunicación colectiva debe de contemplarse dentro del contexto de la sociedad capitalista, cuyas fuerzas productivas desarrolladas han generado la industrialización de la opinión, los medios técnicos, mecánicos y eléctricos deben ser analizados en función de las relaciones de producción que privan en su realidad, es decir, deben ser analizados dentro de la totalidad de las relaciones sociales ya que ellos dependen y son producto de la totalidad.

2.2.3 Situaciones de la opinión pública

Cuando se trata de problemas más bien políticos —y éste es realmente el centro de nuestro tema—, la opinión pública no es necesariamente la resultante de las opiniones individuales, y ni siquiera de la mayoría de éstas sobre un asunto dado. Se pueden distinguir, incluso, cuatro formas de opinión:

1. La opinión claramente expresada, a veces pregonada.
2. La opinión oral, a veces murmurada, tal cual surge el rumor.
3. El sufragio universal, el referéndum o el sondeo de opinión.
4. El referéndum o el sondeo con voto obligatorio.

Algunos grupos, colectividades (grupos profesionales, cámaras de comercio, sindicatos, asociaciones y ligas de distinto tipo, etc.), están representados por hombres que disponen de medios de expresión más o menos entendidos, especialmente los diarios y en algunos países las emisoras de radio.

Y podemos considerar que se dan ciertas situaciones como:

Equilibrio y ruptura:

Si el conjunto de opiniones expresadas no es homogéneo, si se divide francamente en tres o cuatro bloques, se hace difícil hablar de opinión pública.

Frecuentemente se dice que la opinión pública está dividida sobre tal o cual argumento. Si uno de los dos campos siente el viento a favor, refuerza su voz, mientras el otro debilita la suya, entonces puede hablarse de corriente de opinión.

La actitud de los propios técnicos, economistas, financieros, militares, etc., o de los neutros, es siempre significativa. Cada acentuación de sus puntos de vista o reacciones tradicionales denota cierto temor de ir contra la corriente popular. De este modo, por el juego de atenuaciones y refuerzos, por la toma de posición de personas u organismos neutros en el problema, o poco activos, se produce una corriente de opinión que se manifiesta por una acción en determinado sentido.

Manifiestos espontáneos:

Por poderosos que sean algunos grupos o individuos, les resulta muy difícil crear una opinión artificial, por lo que se apoyan en sentimientos o actitudes individuales. Por ejemplo: todos los diarios tratan de conocer la opinión de sus lectores.

Sobre esto se informan a través de conversaciones, cartas, comunicaciones telefónicas, así como por manifestaciones espontáneas de individuos o de agrupaciones reducidas. Las inscripciones en los muros no carecen tampoco de significación.

Opinión permanente y corriente de opinión:

Las posiciones permanentes son actitudes clásicas, tales como la oposición al fisco o a la burocracia. Las corrientes de opinión son muy instructivas. Para los hombres de la vida pública es importante estar advertidos, lo antes posible, sobre todas las corrientes de opinión, si no para seguir las ciegamente, por lo menos para estar precavidos contra ellas. Las corrientes de opinión se crean la mayoría de las veces como consecuencia de hechos nuevos.

En conclusión: ¿qué es lo que mueve al ser humano a opinar?, ¿qué es lo que hace al individuo aprobar o desaprobar algún asunto; cambiar o reforzar una creencia, un gesto, un sentimiento?. La respuesta que se da a estas corrientes es el anhelo o el deseo; como un acto de libre elección de parte del individuo, como el albedrío —potestad de obrar por reflexión—, la voluntad individual o simplemente por una inclinación determinada por la poderosa manifestación de las emociones.

Las opiniones cumplen la función de encontrar la verdad, ayudan a encontrarla a través de la discusión pública donde las opiniones verdaderas son separadas de las falsas, ya que en el momento de la discusión habrá un individuo que opine y otro que conozca; uno que tenga la opinión verdadera y otro que tenga la opinión falsa.

Quienes puedan participar en las discusiones públicas deberán ser los más destacados y enterados, principalmente en foros públicos, aquellos que para que los actos de voluntad representan un acto de opinar, cuyas consecuencias no están ya en el campo del conocimiento sino en el de la vida social.

En conclusión y basándonos en la perspectiva de Habermas, la *Esfera Pública* que consideraremos como espacio público, en este caso político, constituye la "quintaesencia de las condiciones de la comunicación, en la medida en que es el concepto central y el lugar de una teoría normativa de la democracia".²⁵ Es decir, existen los espacios públicos de representación política donde los individuos ejercen su derecho de opinar y en la medida en que son instituciones, dichos espacios públicos, lo debatido en esos espacios adquiere legitimidad ante el resto de la sociedad al existir una institución que lo avale.

La competitividad en el juego político por parte de sus principales integrantes que se ha generado desde el proceso electoral de 1988 —catalogado por la opinión pública como el mayor fraude—, ha propiciado el aumento de la participación de los ciudadanos organizados en diversos organismos sociales, políticos, etc; en las actividades políticas y la atención tan especial que los medios de comunicación colectiva ha propiciado un cambio en la cultura política de México. Asimismo, tanto el Poder Ejecutivo los líderes de organismos civiles han creado una lucha mediática para tratar de convencer, legitimar su existencia y su actuar.

²⁵ Bernard Miège. "El espacio público: más allá de la esfera política". *Comunicación Política*. España, Editorial Gedisa, p. 45.

La Presidencia de la República como la fuerza institucional más importante en la sociedad es la que marca las formas de comportamiento político y social, por lo tanto las instituciones que de ella dependen siguen su modelo y sus actividades son los temas que marcan la agenda de debate público que presentan los medios de comunicación colectiva a la opinión pública, la cual de acuerdo a lo afectada o beneficiada que se vea por dichas acciones legitimará o deslegitimará las acciones del Poder Ejecutivo Federal.

APARTADO III

LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EJERCIDA POR LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA PERIODOS: 1988-1994 Y 1995-2000

En este apartado se hablará de la información más relevante que ha proporcionado la Presidencia de la República en los últimos dos sexenios priistas que en los medios de comunicación colectiva se ha visto reflejada como herramienta legitimación de la imagen del Ejecutivo Federal o bien como deterioro de la misma.

"La función de la Dirección General de Comunicación Social de Presidencia de la República es ser el enlace entre las dependencias y organismos gubernamentales, así como con los diferentes medios de comunicación para poner a disposición la información de mayor interés para la opinión pública".²⁶

Pareciera ser que la institución de la Presidencia de la República ha carecido, en los últimos seis años, de instrumentos operativos que permitan una acción eficaz para contrarrestar la información difundida por grupos de poder en temas estratégicos. Sin embargo, en el periodo de Carlos Salinas de Gortari pareció que existió una buena estrategia que permitió legitimar su imagen como líder nacional y las acciones realizadas por las instituciones dependientes del gobierno federal, cuestiones que analizaremos en la presente tesina.

²⁶ Información contenida en la página de Internet de la DGCS de Presidencia de la República, 1999. <http://www.presidencia.gob.mx>.

En lo que se refiere al papel de los medios de comunicación colectiva la percepción es que estaríamos ante un presunto nuevo modelo de lo que es la comunicación política, la cual "en un principio designó al estudio de la comunicación del gobierno para con el electorado; más tarde, al intercambio de discursos políticos entre políticos en el poder y los de la oposición, especialmente durante campañas electorales. Después el campo se extendió al estudio del papel de los medios de comunicación colectiva en la formación de la opinión pública, y a la influencia de los sondeos sobre la vida política mayormente para estudiar las diferencias entre las preocupaciones de la opinión pública y la conducta de los políticos".²⁷

Por lo tanto la comunicación política traduce la importancia de comunicación en la política en el que el enfrentamiento, propio de ésta, que se realiza en las democracias reconoce a la otra parte. Entonces una definición más precisa y por los tiempos que se viven la comunicación política sería "el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política: los políticos, periodistas y la opinión pública a través de sondeos".²⁸

A continuación se describen las actividades más trascendentes en materia de comunicación, percibidas por los medios de comunicación colectiva que realizó la Dirección General de Comunicación Social de Presidencia de la República en los dos últimos sexenios. El análisis cuantitativo detallado de la información presentada en este apartado, aparece en el siguiente (IV).

²⁷ Dominique Wolton. 'La comunicación política: construcción de un nuevo modelo'. *El nuevo Espacio público*. España, Gedisa. 1998. p. 29.

3.1 Actividades y funcionamiento de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República: 1988-1994

El ex presidente Carlos Salinas de Gortari en materia de comunicación planteó que estaría muy atento a los comentarios que la sociedad vertiera a través de los medios de comunicación colectiva y de a aquellos que han dedicado su vida a reflexionar sobre el quehacer de México.

Ratificó su compromiso de respeto a la libertad de expresión y de atención constante y respetuosa a la opinión de representantes de los medios de comunicación tanto de prensa, radio y televisión. Durante su campaña política presidencial mantuvo constante intercambio de opiniones e información con intelectuales, científicos y artistas. Su propósito era tener "una relación que en sí misma era expresión de modernidad, que implique la comprensión mutua y el esfuerzo común en el sendero de la modernización de México".²⁹

Carlos Salinas de Gortari propuso y prometió tener una relación de respeto a la crítica y apoyo a la creatividad, la investigación, el periodismo y una nueva con la política y la cultura, para crear una nueva cultura política. Asimismo, consideró que "en el proceso de comunicación, en su sentido más amplio, el papel de los medios impresos, de la radio y de la televisión, como interlocutores entre el Estado y la sociedad civil. Al presentar la realidad y al reflexionar sobre ella, reflejan la pluralidad de interpretaciones, tarea indispensable que yo me propongo respetar y alentar como factor determinante en la democratización de México".³⁰

²⁸ *Ibidem.* p. 31.

²⁹ Carlos Salinas de Gortari. *Tesis de campaña. Ideas y Compromisos.* p. 184.

³⁰ *Ibidem.* p. 184 y 185.

A pesar de haber llegado a la Presidencia de la República como "ilegítimo", debido al presunto fraude donde había ganado las elecciones Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano. Por lo que se vio en la necesidad de hacer uso de estrategias de marketing político para mejorar su imagen hacia la opinión pública. De ahí que al parecer se derivara un nuevo modelo en materia de comunicación que durante su administración le funcionó a él. Sin embargo, para el siguiente sexenio le representaría la pérdida de respeto y credibilidad en la opinión pública.

Del seguimiento de análisis de la información oficial y de la difundida en los medios de comunicación a lo largo de la gestión presidencial de Carlos Salinas de Gortari se puede considerar que:

La información que fue difundida a través de los medios de comunicación se basó, principalmente, en su Agenda de Gobierno, es decir en el Plan Nacional de Desarrollo 1988-1994, que tuvo como principio fundamental el Programa Nacional de Solidaridad, el cual desarrolló un innovador proyecto de política social de emergencia y le representó una importante aportación con vistas a la necesaria construcción de un Estado social capaz de asegurar no sólo el combate permanente contra la pobreza y la pobreza extrema, sino también condiciones mínimas de bienestar para todos los habitantes del país.

En su primer discurso como candidato presidencial ofreció hacer política moderna. Posteriormente ante los resultados de los comicios de 1988 habló del final de una época de partido único de Estado y se daba inicio de una nueva forma de entender y hacer política. Ya como presidente de la República, asumió la necesidad de una nueva reforma electoral, de la que habrían de hacerse cargo -afirmó- los partidos representados en el Congreso.

Asimismo, los medios de comunicación consideraron como "golpes espectaculares" contra algunos de los más corruptos elementos del sistema sindical — la "Quina", líder petrolero, y Carlos Jongitud Barrios, líder magisterial—, pareció dedicarse a las cuestiones consideradas más urgentes: la de la reducción de los intereses de la deuda y la del control de la inflación.

En el horizonte de un nuevo pacto para la estabilidad económica con las fuerzas empresariales y financieras, el gobierno desarrolló una profunda reforma económica del Estado que puede considerarse como uno de los grandes logros de este sexenio.

Los equilibrios alcanzados no terminan de consolidar un crecimiento económico suficiente y, por consecuencia, en empleos y bienestar efectivo nadie puede negar que configuraron una base alentadora para el futuro del país. Sin embargo, hubo críticas a la reprivatización de la banca y varios representantes de los medios de comunicación coincidieron en señalar que esta medida tenía como fin fortalecer la imagen del Ejecutivo tanto en el ámbito nacional como internacional.

Junto con el Tratado de Libre Comercio firmado con los Estados Unidos y Canadá, la estabilidad financiera, en ese momento, abrió posibilidades de desarrollo económico y social para una sociedad que se vio empobrecida y agraviada por la crisis y por las políticas de ajuste para dominarla. Al dar por terminado el reparto agrario y al reformar el artículo 27 constitucional, el gobierno de Salinas parecía haber abierto el camino para superar los inmensos rezagos económicos y sociales del campo mexicano y a la vez rompía con los circuitos clientelares y discrecionales del viejo presidencialismo populista.

En el terreno político-cultural, eliminó uno de los tabúes de nuestra historia al reformar la Constitución para reconocer y regular la existencia de las iglesias y al entablar relaciones con el Vaticano. Es posible discutir lo que se quiera sobre los matices de dicha reforma, pero es difícil negar la pertinencia de modificar normas constitucionales abiertamente inaplicables e insostenibles.

Por otra parte, la llamada "federalización" del sistema educativo supuso igualmente comenzar a poner fin no sólo al centralismo burocrático de la Secretaría de Educación Pública sino también a los excesos e impunidades del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación, aun si falta mucho que hacer sobre estos puntos.

El gobierno de Salinas puede considerarse que propició las iniciativas que suponen cambios de inmensa importancia y que incluso se puede hablar de una verdadera "revolución desde arriba" en las prácticas e instituciones de buena parte del Estado mexicano.

Sin embargo, existe una gran paradoja, que independientemente del juicio que nos hagamos respecto de la misma, ella fue realizada sobre la base de la superexplotación de un presidencialismo y de un subsistema político partidario que, al mismo tiempo que fueron su condición de posibilidad, fueron su "talón de Aquiles".

En materia de comunicación se dieron avances significativos, los cuales son descritos por José Carreño Carlón, actual director del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana y ex director de Comunicación Social de Presidencia de la República en la administración de Salinas de Gortari, en un artículo de su autoría denominado "Cien años de subordinación",³¹ en el que se señala lo siguiente:

³¹ Boletín No. 16, Febrero 2000. Año III, Vol. 2. <http://www.saladeprensa.org.mx>.

- En 1990 se libera la importación de papel periódico que a lo largo de 55 años se había mantenido como monopolio estatal a través de la empresa pública Productora e Importadora de Papel, única fuente, hasta entonces, de dotación de ese insumo para las publicaciones periódicas, lo que la convirtió en una herramienta básica del modelo tradicional de subordinación de la prensa. En la segunda mitad de esta década, la empresa entra en proceso de privatización.
- En 1992, se publican en forma de decreto del Ejecutivo los "Lineamientos para la aplicación de los recursos federales destinados a la publicidad y difusión y, en general, a las actividades de comunicación social", en los que se establecen algunos criterios para la dotación de la publicidad oficial, se ordena a las dependencias del Estado dejar de sufragar los gastos de desplazamientos y hospedajes de periodistas, se les prohíbe engrosar las partidas de gastos de información y propaganda con traspasos de otras partidas y se les obliga a efectuar todos sus pagos en estos campos con cheques nominativos, para evitar el ocultamiento de los destinatarios de esas erogaciones.
- A partir de 1993 la Presidencia de la República empieza a instrumentar las normas de los Lineamientos, haciendo pagar a las empresas periodísticas, por primera vez en la historia, los gastos de sus desplazamientos por el país y el extranjero para cubrir las actividades presidenciales.
- En 1994 se suprime la presencia del Presidente de la República en el ritual del día de la libertad de prensa, una anacrónica celebración establecida en los años cuarentas, en la que los editores del país agradecían al jefe del Ejecutivo los beneficios recibidos en función del modelo descrito de subordinación.

Si bien parece que en esta administración se dan las bases para la apertura, libertad y Derecho a la Información de los medios de comunicación fue un sexenio en el que las agendas (Gobierno y de Debate Público) parecían estar en la misma frecuencia, ya que los temas de los que se hablaban, como Programa Nacional de Solidaridad (Pronasol), Tratado de Libre Comercio, entre otros, si bien recibían críticas por parte de los representantes de los medios de comunicación, el discurso del Presidente y de sus secretarios de Estado no se contradecían y esto dio un sentimiento de gobernabilidad.

Situación que al entonces Presidente de la República le representó tener una buena imagen ante la sociedad, entendiéndose por ésta la percepción de la opinión pública con base en sus acciones.

Hasta la firma del TLC en noviembre de 1993 aparente los problemas de gestión económica se habían superado, la economía crecía, el déficit público parecía estar controlado, había fondos públicos y una estrategia de difusión de la supuesta resolución de algunos factores que incidían en la pobreza social. Sin embargo, la imagen de Salinas de Gortari decae con la aparición del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) —1° de enero de 1994—, y comienza la crítica al régimen considerado "imperial", sin embargo, la utilización del concepto de gobernabilidad sirvió para eludir los problemas de legitimidad del régimen.

En marzo de 1994 se anunció la admisión de México en la Organization for Economic Cooperation and Development (OCDE), situación que reposicionaba al régimen salinista. Lorenzo Meyer denominó a esta situación "la fantasía de la élite"³²

³² Lorenzo Meyer. *Liberalismo autoritario*. México, Editorial Océano, 1995. p. 38.

La crítica y el derrumbamiento de la imagen de la Salinas se acentúa en el principio de la administración del Dr. Ernesto Zedillo Ponce de León con el denominado "error de diciembre", el cual se argumentó en el supuesto saqueo de los fondos que sustentan al sistema económico del país, lo que generó la crisis de fin y principio de ambos sexenios. Además, de la presunta comprobación de delitos de desvío de fondos por parte de Raúl Salinas de Gortari, hermano del ex presidente Carlos Salinas y quien actualmente se encuentra preso en el penal de Almoloyita en el Estado de México, purgando una pena de 55 años.

3.2 Actividades y funcionamiento de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República: 1994-2000

A diferencia de Carlos Salinas de Gortari, el ex presidente de la República no editó una *Tesis de campaña*, esto pudo haberse derivado de que fue elegido como candidato de manera emergente, debido al asesinato del candidato electo por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), Luis Donald Colosio Murrieta, el 23 de marzo de 1994.

Ernesto Zedillo Ponce de León tuvo que tomar como propia la ideología y el programa de trabajo ya establecido por su antecesor, aunque con modificaciones. El 29 de marzo de 1994 fue postulado como candidato a la Presidencia de la República por el PRI, instituto político al que pertenece hace más de veinte años. El 1° de diciembre de 1994 rindió su protesta como Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos.

El gobierno encabezado por Ernesto Zedillo propuso, desde la campaña política, invertir más en el ser humano; en educación, salud, vivienda y servicios básicos de infraestructura, pero también en la productividad de los individuos, de las empresas y de la industria, que es condición necesaria para que el país crezca y se distribuya mejor la riqueza producida.

Asumió una postura al parecer abierta a la transición democrática, de hecho acuñó el término democratización en todos los ámbitos. En materia de comunicación afirmó: "hay una gran responsabilidad en los medios de comunicación, querámoslo o no, y yo lo creo y lo quiero, los medios de comunicación tienen una gran responsabilidad en la construcción y en la consolidación de la democracia del país; influyen muchísimo en los eventos políticos del país y creo que tienen un compromiso, que espero cumplan, para conducir su labor conforme a las mejores prácticas de la democracia".³³

La imagen que tuvo durante su campaña como candidato a la Presidencia de la República no iba con su personalidad física de "intelectual". Sin embargo, la ola de asesinatos de políticos y funcionarios del Poder Judicial, que se desató posterior al asesinato del Luis Donald Colosio, generó un ambiente de miedo entre la sociedad.

Durante la última fase de la campaña de Zedillo Ponce de León el slogan utilizado fue "un voto por la paz", el cual como herramienta del marketing político cumplió su objetivo, ya que a la sociedad le dio la sensación de tranquilidad al dar su voto a Ernesto Zedillo. Al parecer al principio de sexenio la violencia se tranquilizó.

³³ Comentario realizado por Ernesto Zedillo Ponce de León, Presidente de la República, en la emisión del programa *Zona Abierta*, que se transmite por Canal 2 de la empresa Televisa SA, del día 27 de noviembre de 1999.

Por otra parte, también ha sido considerado como "el Presidente de los tiempos difíciles", debido a que al inicio de su gestión al enfrentar una de las crisis económicas más severas en los últimos 25 años del siglo XX; una guerrilla en recién manifestada (1º de enero de 1994) en Chiapas y el compromiso asumido desde la campaña para esclarecer el asesinato de Luis Donaldo Colosio.

Situaciones que no influyeron para que cambiara sus agendas de gobierno en temas nacionales y de proyectos internacionales, por lo cual fue sumamente criticado por los representantes de los medios de comunicación colectiva, ya que se consideró que continuó con la escuela de Carlos Salinas de Gortari, con la política neoliberal y falta de capacidad de negociación para solucionar el conflicto en Chiapas, que en los primeros tres años se dejó crecer sin dar señales de posibles soluciones.

Y a los seis años el conflicto siguieron en las mismas circunstancias y es posible que actualmente sea más complejo, ya que el gobierno ha sido cuestionado por no cumplir los denominados Acuerdos de San Andrés. Además de que los enfrentamientos y diferencias culturales, principalmente religiosas, entre los indígenas han ido en aumento y el gobierno local y federal "parece" que no han creado las circunstancias propicias para tratar de mantener la paz social en Chiapas.

Ante este panorama la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia al parecer no había logrado consolidar un programa que fuera de acuerdo a la imagen que debía tener el Presidente de México. Es importante señalar que a unos meses del término de la administración zedillista, haya cambiado al director general de Comunicación Social de la Presidencia de la República, Fernando Lerdo de Tejada—quien dejó el cargo para incorporarse a la campaña política presidencial del entonces candidato priista, Francisco Labastida Ochoa—, quien le manejó la imagen casi en su

totalidad durante su administración, y sustituido por Marco Provencio, lo que pudo haber generado un manejo no del todo acorde al entorno político, social y económico que vivía en ese momento el país.

Consideramos que a diferencia de su antecesor, el manejo de la información durante la gestión de Ernesto Zedillo reflejó vulnerabilidades, errores y omisiones a las que se enfrentó la Presidencia de la República, al margen de lo que de manera simplificada podemos entender como *las necesidades de la política*, entre las que destacan:

- El error de recurrir a la estrategia de filtrar información de fuentes no identificadas, privilegiándose así la relación con medios internacionales y la relación informativa en particular con algunos medios nacionales, lo que ha acrecentado el ánimo crítico de quienes son ignorados en este manejo de la información gubernamental.
- La fractura y erosión de las herramientas de verificación y corrección que podrían hacer posible una relación interinstitucional adecuada con los medios de comunicación y con los diversos segmentos del público.
- Las acciones de prensa de cada Secretaría de Estado se restringen a tratar de cuidar la imagen de su titular, generando con frecuencia graves contradicciones en la comunicación gubernamental.
- A los factores de orden interno, cabe añadir el impacto de la globalización informativa en la que los Estados nacionales han perdido el control sobre los flujos informativos, que afectan a una sociedad y la presencia actuante de una misma opinión pública internacional que afecta a la toma de decisiones de los actores locales.

- El desarrollo tecnológico en el ámbito de la informática y las telecomunicaciones que están generando una crisis en las sociedades con modelos cerrados de información y conducción política.

Circunstancias que ante la opinión pública generaron una imagen de falta de congruencia entre el discurso de inicio del entonces Presidente, al acuñar el término "democratización", y algunas de sus acciones demostraron rasgos de autoritarismo, como por ejemplo: el hecho que regañara públicamente a un profesor que con las lluvias registradas en los últimos meses de 1999 que causaron inundaciones en estados como Puebla, Tabasco, Oaxaca, Chiapas, principalmente, se acercara a su gobernante, el cual debió responder de una forma un poco "paternalista", Ernesto Zedillo se mostró grosero y autoritario.

Es una paradoja que al ser considerado el Presidente "más legítimo" —de la época priista— en la historia posrevolucionaria de México, Zedillo Ponce de León tuvo que hacer uso de la manifestación de su investidura como Presidente en su discurso, lo que ratificó, de alguna manera, su postura autoritaria.

Su imagen se vio beneficiada en el proceso electoral de 1997 donde la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República logra conformar una campaña, que se difundió a través de los medios de comunicación, para manejar una imagen de "sana distancia" —con el PRI—, con la práctica de un proceso electoral limpio al quedar Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano como Jefe del gobierno del Distrito Federal. Lo que parecía ser el cambio de la política del Estado mexicano.

El entonces presidente Ernesto Zedillo pareció haber adoptado solucionar los problemas de la nación respetando ante todo las libertades públicas e individuales. Sin embargo, al paso de los años de su administración ha demostrado no ser cabeza de un "grupo político", ya que su gabinete a lo largo del sexenio registró demasiados cambios de titulares de las diferentes secretarías de Estado, lo cual se puede interpretar como falta de coordinación, continuidad en los programas y congruencia en los discursos, tanto del Ejecutivo Federal como de los secretarios de Estado y hacia la opinión pública se creó un sentimiento de ingobernabilidad.

En el entorno político electoral del 2000 uno de los temas principales de la agenda de debate público fueron las críticas hacia su figura que acentuaron, debido a que no había respetado la "sana distancia con el PRI" que le dejó como legado y responsabilidad Luis Donaldo Colosio(+), desde el discurso pronunciado el 6 de marzo de 1994.

Ernesto Zedillo, según algunos de los representantes de los medios de comunicación, dio claras muestras de tener preferencias y de haber designado a su sucesor como se acostumbraba en las viejas prácticas políticas. Es por lo que Francisco Labastida Ochoa desde la precampaña en la contienda de los cuatro precandidatos priístas a la candidatura de la Presidencia de la República fue considerado el "candidato oficial".

En esta tesina no es el objetivo de analizar la imagen del Presidente Zedillo bajo el contexto político electoral del año 2000, por lo que se hizo el corte en el seguimiento periodístico hasta el 15 de marzo de dicho año. Por lo tanto y sólo a manera de comentario se puede considerar que la figura de Ernesto Zedillo Ponce de León, en principio pasa a un segundo término en la agenda de debate público, en aras de la contienda electoral del 2 de julio del 2000.

Sin embargo, posterior al 2 de julio, fecha en que se realizaran las elecciones federales y a la publicación de resultados, su figura es seriamente cuestionada por algunos representantes de los medios de comunicación, así como de diferentes sectores, tema tan amplio, que sale de los límites de estudio de la presente tesina.

APARTADO IV

ANÁLISIS Y COMPARACIÓN DE LA IMAGEN DEL GOBIERNO FEDERAL EN LA OPINIÓN PÚBLICA: PERIODOS 1988-1994 Y 1995-2000

4.1 *Metodología*

El análisis del contenido de la comunicación, no ha sido aplicado solamente a la propaganda política en épocas electorales, sino a casi cualquier variable susceptible de ser analizada. Ciertamente, se considera a la escuela norteamericana, representada por Bernard Berelson y Harold Laswell, como el primer intento por articular una metodología *formal* que permitiese, precisamente, desmenuzar los mensajes y encontrar coincidencias, tendencias, cambios, posiciones y exclusiones del entonces (1930) periodismo norteamericano.

Esta primer escuela se preocupó preferentemente de los medios de comunicación. Berelson y Laswell recogieron la experiencia y los avances de la tendencia pragmática de los primeros analistas intuitivos, aunque les interesaba reducir al máximo la subjetividad del investigador.

La principal diferencia de la escuela norteamericana frente a otras, como la francesa o la alemana es que mientras esta última se interesa en la personalidad, la definición y las características del medio, la estadounidense se concentra en los contenidos del medio y del mensaje.

En este sentido, Berelson se ubica como el principal representante de la escuela del *Frequency Content Analysis*. En sus obras *Content Analysis in Communication Research* (1952) y *Content Analysis Handbook of Social Psychology* (1954), se presentan los principios fundamentales y los sistemas básicos de esta metodología, muchos de los cuales son utilizados hoy día.

Berelson piensa en el análisis de contenido como una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido *manifiesto* de las comunicaciones. Su principal objetivo es estudiar cómo han sido transcritos de una forma más o menos reveladora los intereses y las intenciones del sujeto en el proceso de la comunicación.

Bernard Berelson dice que el análisis de contenido trata de refinar más las descripciones casuales del contenido, de tal manera que muestre objetivamente la naturaleza y la fuerza relativa de los estímulos aplicados al lector o a quien escucha.³⁴ Por su parte, los autores Kaplan y Goldsen señalan que "el análisis de contenido aspira a realizar una clasificación cuantitativa de un trozo de contenido, de acuerdo con un sistema de categorías". Objetivo: producir datos apropiados a las hipótesis específicas concernientes a ese contenido.³⁵

Sin embargo, los procedimientos de Berelson fueron criticados por su excesivo formalismo y por limitarse a la observación de aspectos muy reducidos. Para los investigadores del análisis era preciso estudiar el contenido de los periódicos, de la radio y los restantes medios.

³⁴ Bernard Berelson.. *Análisis de contenido*. España, Editorial Orbasa. 1981. p. 1.

³⁵ Bernard Berelson; *Op. cit.*

La escuela del *Frequency Content Analysis* se basa en el cálculo de frecuencias. Pretende básicamente aislar los *items* para luego proceder a una contabilización de sus grados de frecuencia.

Este método ha sido también utilizado por investigadores de otros campos, sobre todo de la ciencia política que interpreta el discurso y auxilia para la formación de un marco de referencia que permita conocer el volumen de conceptos de la fenomenología política. Algunas veces, en investigaciones sobre comunicaciones de masas, se recurre a métodos de *frequency content analysis* o a combinaciones de este procedimiento con el clásico de la tendencia Berelson.

Por otra parte, los métodos de Osgood y Williams centran su atención en el análisis asociativo o análisis de contingencia. Su método está pensado para examinar las combinaciones comunicacionales en lugar de limitarse al estudio de la acumulación de *items* y mensajes. Este método no se concentra en el análisis de los elementos aislados, sino en las relaciones que los diferentes elementos mantienen en el interior de un mismo mensaje.

Esto es, Osgood estudia cuáles son las estructuras de asociación en un mensaje y cuáles son las asociaciones de *items* más frecuentes. Al contrario de los métodos clásicos que obtienen sus conclusiones de la acumulación de datos, el *Contingency Analysis* propone la disección de combinaciones y el examen de las constelaciones de *items* para diagnosticar finalmente sobre las características del tejido comunicacional.

Otra aportación de Osgood al análisis de los medios consiste en una técnica conocida como el diferencial semántico, que permite medir actitudes favorables de un mensaje con respecto a objetos, actitudes, acontecimientos o personas físicas o instituciones.

Williams coincide con Berelson en la necesidad de estudiar categorías en el manejo de la información, pero incluye en ellas datos como la superficie publicitaria, el precio del ejemplar, la tirada de una edición, la cantidad de páginas de un número, etcétera.

En conclusión, los usos del análisis de contenido pueden resumirse en dos conceptos:

- Para describir las características del contenido.
- Para hacer inferencias acerca de las causas y el efecto del contenido.

En general, puede decirse que el análisis de contenido es útil siempre y cuando el problema contenga métodos precisos para analizar aquellos atributos de los documentos que pueden escapar al examen casual.

La historia del análisis de contenido revela una serie de tendencias interrelacionadas y continuas hacia:

- El uso creciente del análisis de contenido.
- El creciente interés por interrelacionar en la práctica cuestiones teóricas y metodológicas.
- El uso creciente del método para probar hipótesis a diferencia de la investigación puramente descriptiva.
- La aplicación de la tecnología computarizada para tener mayor diversidad de categorías, *items*, tópicos y resultados expeditos y confiables.

Muy importante: no hay que perder de vista que el análisis de contenido se limita al estudio del contenido manifiesto de la comunicación y normalmente no se aplica en forma directa al análisis de las intenciones latentes que el contenido puede expresar o de las respuestas latentes que puede provocar. Sin embargo, los resultados del

análisis de contenido sirven frecuentemente como base para hacer estas interpretaciones del contenido latente.

La metodología del análisis de contenido, según Berelson, reúne los siguientes requisitos:

- **Objetividad.** Estipula que las categorías del análisis deben ser definidas con tal precisión que diferentes analistas puedan aplicarlos al mismo trozo de contenido y lograr los mismos resultados. Este requisito limita el análisis de contenido al contenido manifiesto.
- **Sistema.** Tiene dos significados diferentes. Por un lado, establece que todo contenido apropiado debe ser analizado en términos del total de categorías propias del problema en estudio.

Se supone que este requisito elimina los análisis parciales o prejuiciados en los cuales sólo se seleccionan aquellos elementos del contenido que se ajustan a las tesis del analista.

El segundo significado de sistema consiste en que los análisis deben ser diseñados para asegurar la obtención de datos apropiados para un problema o hipótesis científicos. Los resultados del análisis de contenido deben tener una medida de aplicación general.

- **Cuantificación.** Es el rasgo más distintivo del análisis de contenido. De primordial importancia para este método es el grado en que las categorías analíticas aparecen en el contenido, es decir, el énfasis y las omisiones relativas. Ahora bien, el requisito de la cuantificación no exige necesariamente que se asignen valores numéricos a las categorías analíticas. Algunas veces adopta la forma de

expresiones cuantitativas como <<más>>, <<siempre>>, <<incrementos>> o <<frecuentemente>>.

Aunque este tipo de resultados puede ser adecuado para determinados estudios, debe reconocerse que esos términos son tan cuantitativos como los términos 37 o 52%; sólo que son menos exactos y precisos. En la mayor parte de las aplicaciones del análisis de contenido, las frecuencias numéricas se han aplicado a la aparición de las categorías analíticas.

Esta revisión de categorías que distinguen al análisis de contenido conduce a la siguiente definición: "El análisis de contenido es una técnica de investigación que sirve para describir objetiva, sistemática y cuantitativamente el contenido manifiesto de la comunicación".³⁶

El uso más valioso del análisis de contenido es el que tiene por finalidad registrar las tendencias y los cambios del contenido. Los sistemas de clasificación pueden ser inadecuados y no estar estandarizados; sin embargo, si se utiliza un sistema en forma consistente durante cierto período es posible que aparezcan hechos valiosos.

Por otra parte, los diferentes medios y los diferentes niveles de la comunicación no sólo atraen a diferentes públicos, sino también tratan los mismos temas en diferentes formas. Por estas dos razones, el análisis comparativo del contenido de la comunicación se cuenta entre las aplicaciones más prominentes de la técnica.

Por definición, el análisis de contenido exige la cuantificación de los elementos del contenido. En el libro de Berelson titulado *Análisis de Contenido* se indica que como base para lograr esa cuantificación se deben utilizar algunas subdivisiones estandarizadas.

Antes de discutir las unidades específicas debemos hacer tres distinciones técnicas. En primer lugar, señalamos la distinción entre la unidad de registro y la unidad de contexto.

La unidad de registro es la porción más pequeña del contenido dentro de la cual se cuantifica la aparición de una referencia (una referencia es una aparición única de un elemento del contenido). La unidad de contexto es la porción más grande del contenido que se puede analizar para caracterizar la unidad de registro.³⁷

La unidad de registro puede ser, por ejemplo, una sola palabra o término, pero para distinguir si el término particular se trató favorable o desfavorablemente, se adiestrará al analista para que tome en cuenta la oración completa en que aparece el término (es decir, la unidad de contexto). En otro caso, la unidad de registro sería la oración y el párrafo la unidad de contexto; de esta manera, se tomará en cuenta el párrafo en la codificación de la oración.

En segundo lugar encontramos la distinción entre la unidad de clasificación y la unidad de enumeración. Se refiere simplemente a la diferencia entre la base sobre la cual se analiza o se clasifica el contenido y la base sobre la cual se tabula o se registra. Así, un analista puede clasificar un reportaje completo dentro de una determinada categoría y luego registrar el resultado en términos del tamaño de las columnas. En este caso, el *ítem* de noticias es la unidad de clasificación y el tamaño de la columna es la unidad de enumeración.

³⁶ Bernard Berelson; *Op. cit.*

³⁷ Bernard Berelson. *Op. cit.* p. 133.

En tercer lugar encontramos la distinción entre niveles de análisis, en la cual un análisis de las unidades secundarias sirve para caracterizar unidades más amplias (de origen) para análisis posteriores. La clasificación de las oraciones, por ejemplo, se utiliza para caracterizar artículos políticos como "prejuiciados", entendiéndose por ello que se salen de un rango dentro de las distribuciones de apoyo a cada opositor.

Una vez que se ha completado el análisis de las oraciones se podrían cuantificar los artículos mismos por medio de comparaciones con respecto de la fuente, el canal, etc. En este caso, el análisis preliminar mediante oraciones proporciona la base para la clasificación subsiguiente por artículos.

En cuanto a las unidades de análisis, podemos distinguir a las cinco principales unidades de análisis referentes a símbolos verbales: palabras, temas, caracteres, *Items* y medidas de espacio y tiempo.

La unidad más pequeña que generalmente se aplica en el análisis de contenido es la palabra. Esta unidad incluye tanto composiciones de palabras en forma de frases, como palabras aisladas. Su aplicación tiene como resultado una lista de frecuencias relativas de palabras seleccionadas o de categorías seleccionadas de palabras.

Esta unidad ha sido empleada con la mayor amplitud en tres conjuntos de estudios. El primero de ellos es el análisis de símbolos políticos; la segunda aplicación de la palabra o de la combinación de palabras como unidad de investigación se ha realizado en algunos análisis de estilo literario; la tercera aplicación importante de las unidades de palabras al análisis de contenido tiene lugar en los estudios referentes a la legibilidad, para determinar la facilidad o dificultad con que el material de la comunicación puede leerse o comprenderse.

Estos estudios elaboran formas de legibilidad con base en las referencias personales, las frases subordinadas, diferentes palabras difíciles, palabras con prefijos, sufijos y demás.

La siguiente unidad de análisis es el tema. En su forma más compacta, el tema es una oración simple: sujeto y predicado. En otras palabras, el tema es la afirmación acerca de un asunto determinado. De este modo, consiste en una oración (o conjunto de oraciones), bajo la cual se puede incluir una clase amplia de formulaciones específicas. La naturaleza específica de los temas analíticos dependerá, por supuesto, del contenido particular y del problema en estudio.

El tema se encuentra entre las unidades más útiles del análisis de contenido, particularmente para el estudio de los efectos de la comunicación sobre la opinión pública, debido a que toma en cuenta la forma en que por lo general se discuten los asuntos y las actitudes. Pero al mismo tiempo se considera como una de las más difíciles unidades de análisis, desde el punto de vista de su confiabilidad, especialmente si se le complica de alguna manera (es decir, si incluye más de una oración simple).

Un método elaborado y complejo de abordar este problema consiste en desmenuzar el tema en sus componentes, analizarlo por medio de esas partes y luego reconstruirlo mediante un proceso "mecánico".

Los *items* (palabras, símbolos, estereotipos, slogans, temas, tiempos de silencio, etc.), son las unidades que se usan más frecuentemente en el "natural" total empleado por los productores del material simbólico.

Los *items* difieren según los medios de comunicación: puede tratarse de un libro, un artículo o narración aparecidos en una revista, un discurso, un programa de radio, una carta, un reportaje, un editorial o cualquier otra expresión autocontenida. Esta unidad clasifica el material *en extenso*, por así decirlo, y por esta razón se le ha empleado frecuentemente, sobre todo en el caso de los análisis temáticos, en los cuales es particularmente conveniente. Los análisis por medio del *ítem* completo son apropiados siempre que las variaciones que se producen dentro del propio *ítem* sean pequeñas y de escasa importancia. Así, por ejemplo, los reportajes se pueden clasificar frecuentemente con confiabilidad tomando como base un tema.

Respecto de las medidas de espacio-tiempo, en vez de realizar el análisis se ha clasificado el contenido por medio de divisiones físicas como la línea ágata³⁸, la pulgada por columna, la página, la línea o el párrafo (en el caso de los impresos), el minuto (en la radio) y el segundo (en la televisión). Esto permite hacer distinciones algo más precisas de las que son posibles con la unidad de *ítem*. Así, un reportaje que contiene dos temas puede ser referido globalmente al asunto dominante dentro del análisis por *ítems*, mientras que dentro de este otro método se asignan a uno, digamos ocho pulgadas y dos al otro.

No existe ninguna razón, por supuesto, para que dentro de un estudio determinado sólo se utilice una de las posibles unidades del análisis de contenido que se investiga, ya que pueden necesitar también el concurso de diferentes unidades dentro del mismo estudio.

³⁸ Se reconoce a la línea ágata como la medida más apropiada para determinar el costo-rendimiento de la información, en tanto que cualquier información impresa en un periódico tiene un costo económico determinado precisamente por el número de líneas ágata que ocupe. En este contexto, podríamos afirmar que una nota publicada en página impar de un periódico determinado, habría costado "x" cantidad de pesos, de haber sido pagada por alguien.

El análisis de contenido se sostiene o se derrumba por sus categorías. Los estudios son productivos únicamente cuando las categorías se formulan con claridad y se adaptan bien al problema y al contenido. Debe ser objetivo, es decir tratar de que sea con una visión no tendenciosa por parte del investigador.

La subjetividad del analista debe ser reducida al mínimo en el trabajo de elaborar una descripción objetiva del contenido de la comunicación. La necesidad de trabajar con objetividad dentro del análisis de contenido suscita el problema de la *confiabilidad*.

El término <<confiabilidad>> se emplea aquí en el sentido estadístico común de mención del grado en que los datos son independientes del instrumento de medición. Sin que importe quién sea el que efectúe el análisis o cuándo lo realiza, los mismos datos deben ser manejados bajo condiciones similares.

El problema del muestreo en análisis de contenido se complica porque en muchos estudios hay que tomar cuando menos tres decisiones relativas a la muestra. Existen tres universos a partir de los cuales se debe diseñar la muestra y, por lo tanto, en cualquier problema particular los métodos de muestreo pueden diferir en esos tres aspectos.

Primero, es necesario tener en cuenta el problema de fijar la muestra de los títulos (es decir, los periódicos, emisoras de radio o revistas específicos); en segundo lugar nos topamos con la dificultad de "muestrear" los asuntos o fechas a los que se refieren los títulos y, finalmente, es indispensable diseñar la muestra del contenido adecuado que se encuentra dentro de asuntos específicos.

La metodología aplicada en la presente tesina tiene como base la teoría y concepción de Bernard Berelson de lo que qué es el análisis de contenido. Para su realización se determinó que el universo de análisis serían las columnas de política de los diarios: *Milenio Diario*, *El Universal*, *Excélsior*, *Reforma*, *La Jornada* y *La Crónica de*

Hoy, que se publicaron durante el periodo del proceso de transmisión del poder presidencial en México —1° de agosto al 30 de noviembre del 2000—; así como los artículos de las revistas semanales: *Proceso* y *Milenio*, concernientes a los ítems seleccionados, que son los siguientes:

- Tratado de Libre Comercio (TLC)
- Economía
- Proceso electoral
- Justicia
- Gestión
- Crimen Organizado
- EZLN
- Fobaproa/IPAB

Se escogieron dichos temas, ya que fueron los más abordados para su crítica por parte de los representantes del género de opinión de los medios de comunicación seleccionados. Y el parámetro de selección de los medios impresos se hizo con base en el tiraje y en estudios de opinión realizados por IBOPE, que los colocan como los de mayor importancia para la sociedad en México.

La tendencia se definió en: Positivo, Negativo y Neutro para poder determinar el grado de afectación o crítica hacia la figura del Ejecutivo Federal, ya que estos mensajes a través de los medios de comunicación legitiman las acciones del Presidente de la República conformando las principales tendencias de la opinión pública.

El universo de información fue de 5,188 registros, para su procesamiento y vaciado se crearon matrices. Debido a la cantidad de información, en la presente tesina se presentan matrices con algunos de los contenidos a manera muestra, para poder

observar el procesamiento de la información, para así establecer las diferencias en cuanto a la legitimación de la imagen del gobierno federal —la cual recayó en la imagen presidencial— de Carlos Salinas de Gortari y Ernesto Zedillo Ponce de León.

A continuación se presenta la forma en cómo se analizó cada una de las referencias, que dio origen a la matriz de procesamiento de información. Del total de registros 2,636 corresponden a la administración de Carlos Salinas de Gortari y 2,552 a la de Ernesto Zedillo Ponce de León.

La matriz para el vaciado de la información se conforma de 6 columnas:

1. Fecha
2. Medio
3. Género (que tiene una subdivisión en donde se muestra el tipo de documento)
4. Autor
5. Tema
6. Tendencia

En los anexos 1 y 2 se presenta un segmento a manera de muestra de esta matriz.

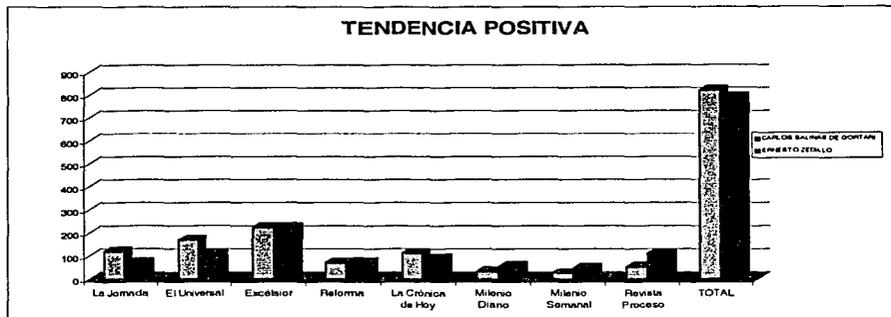
Asimismo, se estructuró una matriz de resumen donde se detalla el número de registros por diario y semanario de cada periodo presidencial. Esta matriz tuvo 6 columnas:

- | | |
|-----------|------------------------------------|
| 1. Medio | 4. Número de registros |
| 2. Fechas | 5. Tendencia (positiva y negativa) |
| 3. Tema | 6. Total |

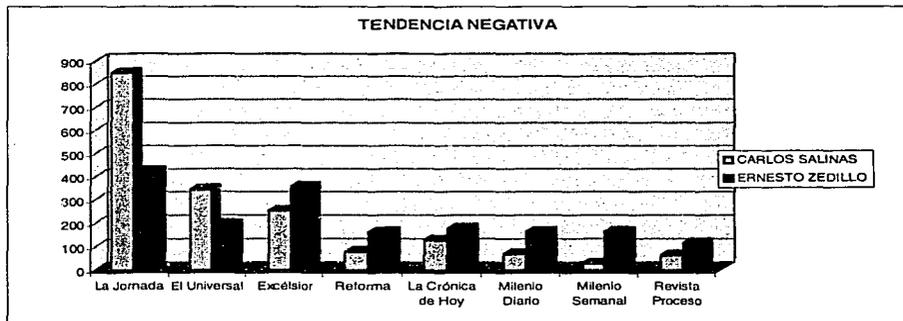
Ver Anexo 3.

4.2 Resultados

Se pudo observar que del total de registros (5,188), el ex presidente Salinas de Gortari, fue más cuestionado que Ernesto Zedillo. Sin embargo, la tendencia positiva fue un poco mayor (820) a la de Ernesto Zedillo (793), lo cual evidenció un mejor manejo de la imagen del Ejecutivo Federal de 1988 a 1994.



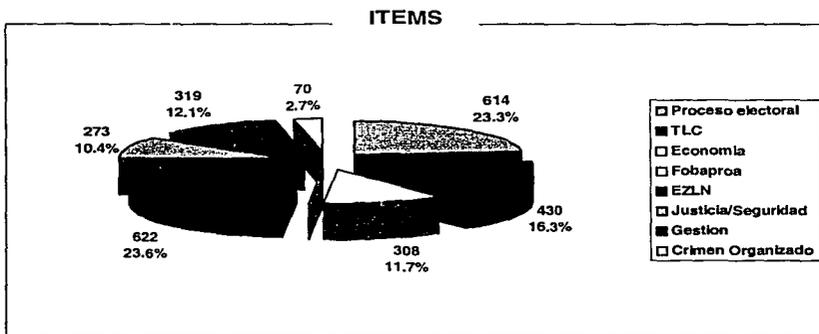
Asimismo, se observó que el medio más crítico para ambos ex presidentes fue *La Jornada*. Y que en lo particular, para Salinas de Gortari el menos crítico fue *Milenio Semanal* y para Ernesto Zedillo *Proceso*.



4.2.1 Período 1988-1994:

Durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari hubo una tendencia más negativa y crítica en materia de procesos electorales, observada principalmente en medios de comunicación caracterizados por su postura de "izquierda" y simpatía hacia Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, candidato derrotado por la Presidencia de la República en 1988, como el diario *La Jornada*.

Los ítems a los que los medios le dieron mayor importancia durante la administración salinista fueron: los procesos electorales, el TLC y el EZLN. Del total de registros de los 8 ítems (2,636), procesos electorales (614) equivale al 23.3%; el TLC (430) al 23.3% y el EZLN (622) al 23.6%.



Sin embargo, para 1992 parecía que Salinas de Gortari había logrado a través de un manejo eficiente de su agenda mostrar que ésta iba acorde con el Plan Nacional de Desarrollo 1988-1994 y los objetivos planteados en su tesis de campaña, lo cual le valió para una mejoría en la percepción de presidente "ilegítimo".

Principalmente porque en 1990 las reformas del Código Federal de Instituciones y Procesos Electorales (COFIPE) ofrecían una respuesta parcial a las demandas de la oposición y a partir de 1991 con la realización de elecciones en las que, el PAN se empezaba a posicionar como la segunda fuerza política, esto le iba dando al Ejecutivo Federal elementos legitimadores.

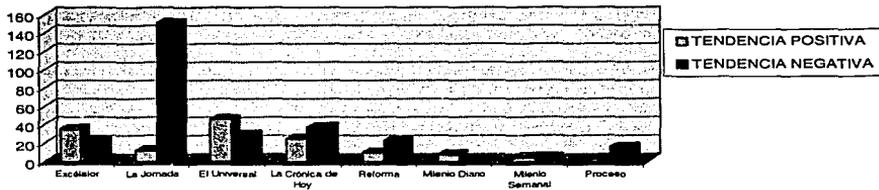
Asimismo, se percibía que la combinación de la reforma económica y la apertura política fortalecía la competencia partidista que estimuló, según representantes de los medios de comunicación, algunas fisuras en la hegemonía del poder del régimen y que a su vez posicionaban a Salinas de Gortari como un estadista que "comenzaba a dar la pauta para una transición democrática".

Durante 1992, la imagen del Ejecutivo se vio más beneficiada en el ámbito económico, ya que según datos de instituciones como la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y la SECOFI iba creciendo el poder adquisitivo en la sociedad, por lo que en los medios de comunicación, principalmente en los escritos como *El Universal*, indicaban que la política económica parecía ser la correcta. Pero vuelve a existir una caída de credibilidad cuando se informa sobre la firma del TLC.

Según algunos líderes opinión, consideraron que el TLC dio la pauta para que el gobierno federal cediera espacios en materia electoral al dejar que en gobiernos locales ganara la oposición para que dicho tratado fuera aceptado.

Del total de registros de este ítem (430), 144 tuvieron tendencia positiva y 286 negativa. El medio más crítico fue *La Jornada* (163) y el menos *Milenio Semanal* (10).

TRATADO DE LIBRE COMERCIO



En materia de impartición de justicia, la administración salinista no fue tan criticada como la de Ernesto Zedillo, ya que se crean organismos como la Comisión Nacional de los Derechos Humanos³⁹, institución que se encargaría de recibir quejas de presuntas violaciones a Derechos Humanos; conocer e investigar, a petición de parte o de oficio, en los siguientes casos:

- Por actos u omisiones de autoridades administrativas de carácter federal, con excepción de los del Poder Judicial de la Federación, que violen estos derechos.
- Cuando los particulares o algún otro agente social cometan ilícitos con la tolerancia o anuencia de algún servidor público o autoridad, o bien cuando estos últimos se nieguen infundadamente a ejercer las atribuciones que legalmente les correspondan en relación con dichos ilícitos, particularmente tratándose de conductas que afecten la integridad física de las personas.

³⁹ La protección y defensa de los Derechos Humanos en México fue elevada a rango constitucional el 28 de enero de 1992, con la publicación del Decreto que adicionó el apartado B al artículo 102 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Esta disposición facultó al Congreso de la Unión y a las legislaturas de los estados para que, en el ámbito de sus respectivas competencias, establecieran organismos especializados para atender las quejas en contra de actos u omisiones de naturaleza administrativa violatorios de Derechos Humanos, por parte de cualquier autoridad o servidor

Asimismo, se encargaría de:

- Y Formular recomendaciones públicas autónomas, no vinculatorias y denuncias y quejas ante las autoridades respectivas.
- Y Conocer y decidir en última instancia las inconformidades que presenten respecto de las Recomendaciones y acuerdos de los Organismos de Derechos Humanos de las Entidades Federativas.
- Y Conocer y decidir en última instancia las inconformidades por omisiones en que incurran los Organismos Estatales de Derechos Humanos; procurar la conciliación entre los quejosos y las autoridades señaladas como responsables, así como la inmediata solución de un conflicto planteado.
- Y Impulsar la observancia de los Derechos Humanos en el país.
- Y Proponer a las diversas autoridades del país, de acuerdo a su competencia, que promuevan cambios o modificaciones de disposiciones legislativas, reglamentarias, así como de prácticas administrativas para una mejor protección de los Derechos Humanos.
- Y Formular programas y proponer acciones en coordinación con las dependencias competentes para impulsar el cumplimiento de tratados, convenciones y acuerdos internacionales signados y ratificados por México en materia de Derechos Humanos.
- Y Proponer al Ejecutivo Federal la suscripción de convenios o acuerdos internacionales en materia de Derechos Humanos.
- Y Promover el estudio, la enseñanza y divulgación de los Derechos Humanos en el ámbito nacional e internacional.
- Y Elaborar y ejecutar programas preventivos en materia de Derechos Humanos.

público, con excepción de los del Poder Judicial de la Federación, así como para formular recomendaciones públicas autónomas, no vinculatorias y denuncias y quejas ante las autoridades correspondientes.

- Supervisar el respeto a los Derechos Humanos en el sistema penitenciario y de readaptación social del país.

La creación de este tipo de organismos daba una imagen más "transparente" de las acciones del gobierno federal ante la opinión pública.

Además de que según información oficial se revisaron y adecuaron procedimientos judiciales a través de la unificación de criterios jurisprudenciales para una correcta aplicación del Derecho; se profesionalizaron y actualizaron a los servidores públicos de la Procuraduría General de la República a través de la capacitación y superación profesional, siendo este factor uno de los principales que incidieron para que la percepción fuera de un buen desempeño de dicha dependencia.

De igual manera, se informó en el Diario Oficial de la Federación y en los medios de comunicación que hubo reformas a diferentes leyes entre la que desatacó la concerniente a Armas de Fuego y Explosivos, al Código de Procedimientos Penales para el Distrito Federal y al Código Federal de Procedimientos Penales.

En cuanto al crimen organizado como el narcotráfico, bandas de robo de vehículos y secuestros se veían algo lejanos y se percibían como aislados. Sin embargo, desde la administración de Ernesto Zedillo se le ha vinculado al ex presidente Salinas con narcotraficantes.

En materia de seguridad, la administración salinista fue duramente criticada al final de su sexenio (1994), ya que se dio una ola de asesinatos de actores políticos, principalmente. El que más dañó la imagen del Ejecutivo Federal fue el de Luis Donaldo Colosio Murrieta, ex candidato del PRI a la Presidencia de la República (1994); así como los de varias personas vinculadas a resolver la muerte de éste.

Además el contexto ya estaba caracterizado de violencia, debido al alzamiento del EZLN el 1° de enero de ese mismo año. Con este hecho los medios de comunicación analizados consideraron que al Presidente le faltó decisión e implantar medidas precautorias para detener al movimiento guerrillero, ya que trascendió que tenía conocimiento de su existencia desde hacía varios años atrás.

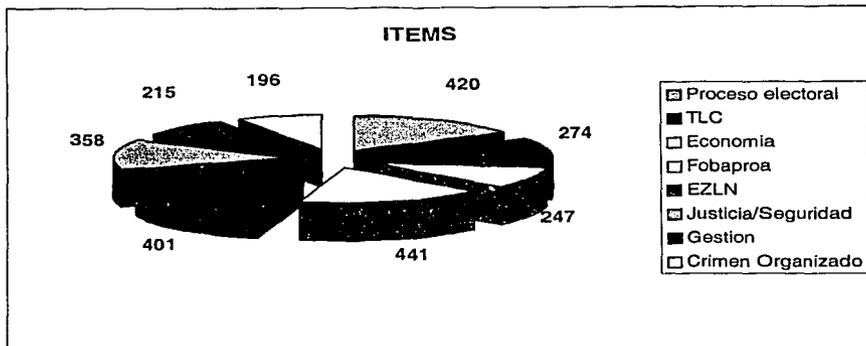
Para algunos representantes de los medios de comunicación que coincidían con la percepción de Julio Hernández de *La Jornada*, consideraron que Salinas de Gortari desafiaba abiertamente las reglas del juego establecidas y exacerbaba las tendencias que apuntaban hacia el agotamiento de las reglas de las instituciones existentes y que legitimó su gestión recurriendo a las prerrogativas del presidencialismo mexicano —altamente protagónico, mantuvo un juego de suma cero en la relación con los otros poderes del Estado, y era el articulador de la élite gobernante y dador de vida política—, a lo que Daniel Cosío Villegas denominó “el estilo personal de gobernar”.

Asimismo, consideraron que a los problemas de legitimidad Carlos Salinas de Gortari respondió con “governabilidad autoritaria” y no con “legitimidad democrática”. Sin embargo, los mismos representantes de los medios de comunicación reconocieron que el área de Comunicación Social de la Presidencia hizo un buen trabajo durante la gestión salinista, ya que el discurso de los integrantes del gabinete, al ser entrevistados y/o al rendir informes públicos, empataba con el discurso presidencial.

4.2.2 Período 1994-2000:

Se pudo observar que durante la administración de Ernesto Zedillo los medios de comunicación analizados pusieron especial atención a la política económica (incluyendo al TLC y el Fobaproa), al conflicto en Chiapas (EZLN), a los procesos electorales y a la justicia/seguridad.

Del total de registros de los 8 ítems (2,552), al TLC le correspondieron 274, al Fobaproa 441 y 247 a la política económica, lo cual dio un total de 962; a procesos electorales 420 registros y la justicia/seguridad 358.

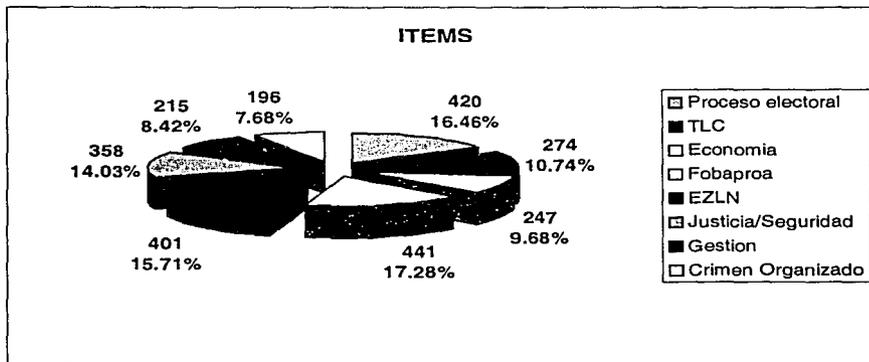


La percepción de la opinión pública respecto de la legitimidad de las elecciones de 1994, donde resultó como presidente electo Ernesto Zedillo Ponce de León, fue que el triunfo se debió al miedo que existía entre la sociedad mexicana por la muerte de varios políticos y principalmente por la del ex candidato priista Luis Donald Colosio y a la violencia desbordada en el sureste del país.

La legitimidad presidencial no estaba en tela de juicio sino que el cambio prometido en campaña y la sana distancia con el partido en el poder, prometida por Zedillo se llevara a cabo. La información publicada en los medios de comunicación derivada de las declaraciones del Presidente en el inicio de su gestión, era decodificada de tal forma que al parecer Zedillo trató de legitimar su imagen a través del cuestionamiento de las acciones del gobierno ejercidas por su antecesor Carlos Salinas de Gortari. Tal es el caso de la crisis económica de principios de 1995 de la que responsabilizó totalmente al gobierno salinista.

Ernesto Zedillo contaba con la legitimidad obtenida por proceso, pero los medios de comunicación consideraron que carecía del margen de maniobra y de los elementos necesarios para mejorar las condiciones de bienestar de la mayoría de los mexicanos (pobreza extrema), lo cual había prometido en campaña e incluso su slogan principal fue: "bienestar para tu familia".

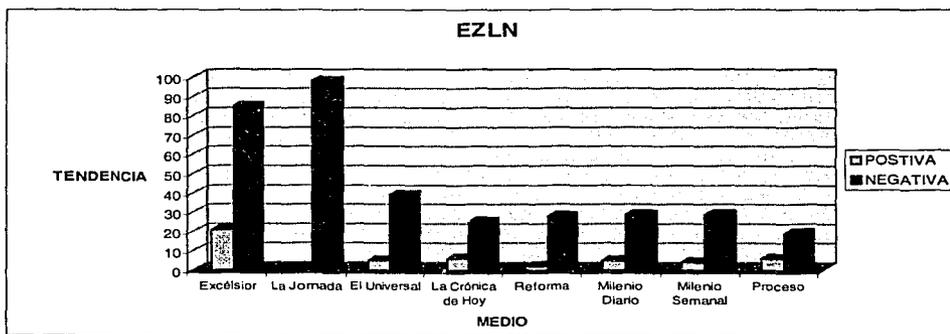
De las cuestiones más criticadas a la administración zedilista fue el no darle importancia al conflicto armado del EZLN, que del total de registros de los 8 ítems (2,552) representó el 15.71%.



En cuanto al tema del EZLN, los representantes de los medios de comunicación catalogaron, en su mayoría, que la administración de Ernesto Zedillo fue incapaz no sólo de revertir, sino de contener un explosivo proceso desestabilizador y de agudización de las divisiones intercomunitarias en Chiapas.

Aseguraron que existía un virtual estado latente de una "cuasiguerra civil comunitaria", con tintes raciales, religiosos y políticos, consecuencia lógica de la desatención oficial del Estado para sentar las mínimas bases de entendimiento e iniciar un proceso de solución a las demandas indígenas.

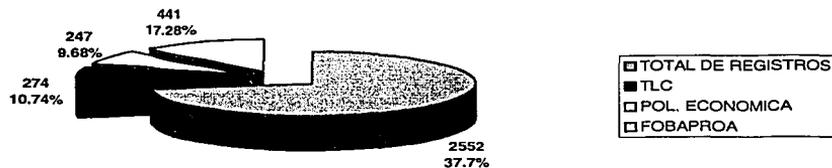
El medio de comunicación más crítico en este tema fue *La Jornada*. De las publicaciones analizadas en esta tesina se observó que la tendencia de crítica negativa en este tema predominó.



El tema más criticado a lo largo de su gestión fue el modelo económico neoliberal, establecido desde el sexenio de Miguel de la Madrid Hurtado. Lo cual se vio reflejado en la sección especializada de los medios de comunicación y en el discurso de actores políticos de oposición, principalmente los de extracción perredista.

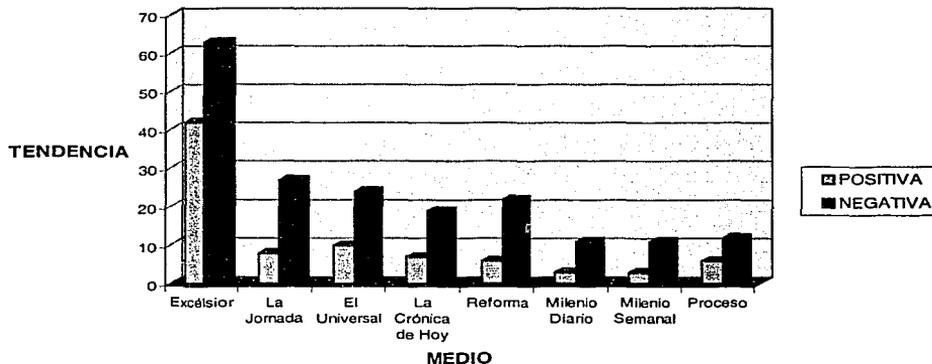
Del total de registros (2,552), el 37.7% correspondió a temas relacionados con la política económica empleada con 247 registros (9.68%), que incluye al TLC con 274 (10.74%) y al Fobaproa con 441 (17.28%).

ECONOMIA

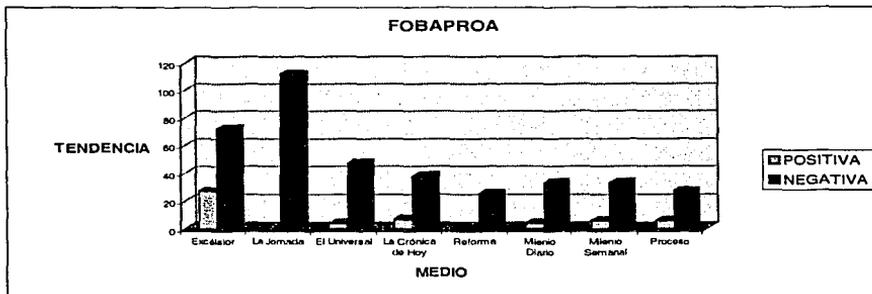


Sobre el TLC predominó la tendencia negativa de los medios de comunicación respecto de las acciones del Ejecutivo Federal.

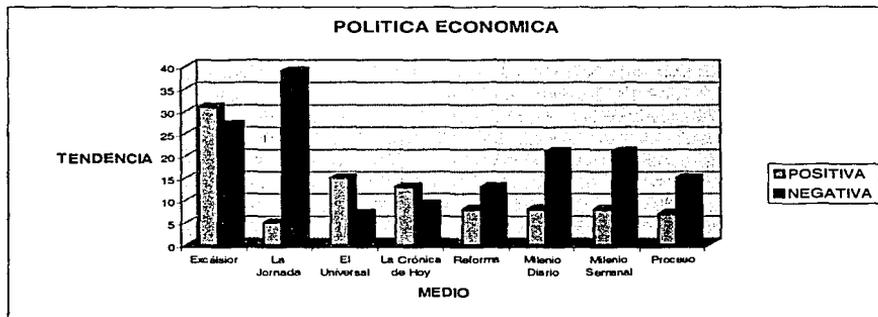
TRATADO DE LIBRE COMERCIO



Asimismo, sobre el Fobaproa en los medios de comunicación predominó la tendencia negativa sobre las acciones del ex presidente Zedillo.



Respecto de la política económica empleada, en *Excelsior*, *El Universal* y *La Crónica de Hoy* la tendencia fue a favor de la imagen del Ejecutivo. Sin embargo, en términos generales predominó la tendencia negativa.



En materia política, los representantes de los medios de comunicación analizados pusieron especial cuidado en el seguimiento de las acciones de Zedillo, primero como presidente electo, y luego como titular del Ejecutivo Federal. Llamaba la atención de que

en materia política, Ernesto Zedillo se refiriera en varias ocasiones —a finales de 1994 y principios de 1995— a la necesidad de que en México existiera "una izquierda fuerte".

Las alusiones se hicieron en repetidos encuentros que tuvo con dirigentes y legisladores del PRD. Pero lo más importante de esos contactos, según los representantes de los medios de comunicación y de los propios actores involucrados, fue el rechazo que expresó Ernesto Zedillo al bipartidismo en México, que durante su sexenio estimuló Carlos Salinas de Gortari, de quien aseguró que usó al PAN como aliado para legitimar su cuestionada llegada al poder.

A diferencia de su antecesor, Zedillo desde los primeros encuentros que tuvo con la dirigencia del PRD, mostró a la opinión pública que al parecer las voces sociales se escucharían, ya que el ex presidente prometió que acabaría con el anecdótico "ni los veo ni los oigo". Desde entonces, y con altibajos, la relación del Presidente con la tercera fuera política (PRD) fue de diálogo y atención recíproca.

Las anécdotas recabadas por los medios de comunicación fueron importantes ya que la legitimidad de la imagen del Ejecutivo estaba en entredicho. Una de las primordiales fue la de la reforma en materia electoral, que en su fase constitucional aprobaron por unanimidad todos los partidos representados en el Congreso de la Unión y es que el consenso alcanzado por el gobierno y los partidos políticos no se puede explicar sin la existencia de un cambio recíproco de actitud entre las fuerzas partidistas y el Ejecutivo Federal, especialmente en la conducta gubernamental hacia el PRD.

En los medios de comunicación trascendió que Ernesto Zedillo todavía como presidente electo definió la relación del que sería su gobierno con los partidos políticos como una en donde no existiera sometimiento de ninguna de las fuerzas políticas

opositoras al gobierno y que se mantendría a una distancia prudente del Partido Acción Nacional (PAN), organización que según representantes de los medios de comunicación durante el salinismo convirtió al presidente y al PRI en rehenes políticos.

Lo que ayudó a proyectar una mejor imagen del Ejecutivo fue el hecho de los medios de comunicación también le dieron importancia al hecho de que fue el PRD el partido que hizo el mayor número de propuestas, de las cuales la mayoría le fueron aceptadas para la reforma electoral y fue el primero en comprometerse a aprobar dicha reforma. Por su parte, la dirigencia nacional del PAN aceptó finalmente aprobar la reforma, pero la percepción de la opinión pública fue de que lo hizo no por convencimiento, sino por el alto costo político de quedarse fuera y el riesgo de fortalecer al perredismo.

Los representantes de los medios tenían muy presente que el Ejecutivo Federal llegó con dos frentes de guerrilla en el país: uno que no termina de resolverse en los Altos de Chiapas y, otro, el del Ejército Popular Revolucionario (EPR), que se le multiplicaba por diversos estados de la República, y a los que al parecer asumió ante ellos una actitud de "no importancia" —incluso fue una de las cuestiones más criticadas por la ausencia dentro de los informes de gobierno—).

Se dijo que el no elaborar una estrategia clara para enfrentar dichos problemas, dio la pauta para compararlo con su antecesor. Se volvió a dar el "ni los veo ni los oigo". Sin embargo, las percepciones de los representantes de los medios de comunicación eran muy encontradas, Ernesto Zedillo fue considerado por una parte de la opinión pública que el ejercicio del poder lo realizaba con "tibieza", mientras que otros lo elogiaban y le atribuían un carácter republicano y democrático.

En materia de justicia, Ernesto Zedillo en su discurso aseguraba que "en México no había intocables"; pero en el espectro político de oposición sus palabras no fueron recibidas con credibilidad, pues se le exigía que comprobara su aseveración llamando a cuentas al ex presidente Carlos Salinas de Gortari y a José Córdoba Montoya, lo que durante su administración no sucedió.

Fue cuestionado por los denominados "desatinos" que proyectó desde la PGR, en donde el cogobierno con el PAN se volvió uno de los principales puntos de crítica por los casos sin resolver: Colosio, Posadas, Ruiz Massieu, la colisión con el PRD por el caso Tabasco, la amenaza judicial contra Andrés Manuel López Obrador, actual jefe de Gobierno del Distrito Federal, y el desalojo de pozos petroleros en esa entidad; la impunidad y protección al ex gobernador guerrerense, Rubén Figueroa*, entre otros.

En octubre de 1995, la publicación de una carta que Ernesto Zedillo envió, cuando era coordinador de la campaña de Luis Donald Colosio, en la que le sugería a Colosio pactar una "alianza" con Carlos Salinas de Gortari, provocó una airada protesta en su contra, a lo que sólo argumentó que su contenido era privado y no dio mayor explicación a la opinión pública.

Desde ese momento, representantes de los medios de comunicación pusieron especial énfasis en hacer notorios los errores de su política de comunicación social. Sin embargo, en 1997 parece mejorar la imagen del gobierno de Zedillo cuando Estados Unidos certifica de buena conducta al gobierno mexicano en la lucha contra el narcotráfico.

* El periodista Ricardo Rocha exhibió un video que mostró toda la crudeza de la matanza de campesinos en el vado de Aguas Blancas, y que echó por tierra la mentira de Figueroa, quien habló de un "enfrentamiento", cuando en realidad según la información publicada se trató de una emboscada.

Por su parte, las encuestas que realizaba periódicamente la Oficina de la Presidencia para medir el grado de aceptación (o rechazo) que producían las acciones del gobierno federal recaídas en la imagen de Ernesto Zedillo entre la población, mostraron una opinión pública dividida sobre su desempeño. Se aseguraba que: “no era nada de lo que pudiera presumir el presidente, pero se trató de una mejoría significativa con respecto del principio de su gestión. Pero, dichas encuestas contrastaban con las realizadas por medios de comunicación como *Reforma*, el cual mostraba de forma trimestral una evaluación de la imagen del Ejecutivo, misma que regularmente mostraba la poca credibilidad de la sociedad en las acciones del Presidente.

En 1997, las condiciones económicas (relativamente) más favorables, se traducían en una mayor confianza a la política económica implantada por el presidente Zedillo, lo que generó mayor confianza sin retos electorales estratégicos o presiones financieras anticipadas, parecía que existía un periodo propicio para la recuperación del poder presidencial.

Según representantes de los medios de comunicación, el garante del Estado de Derecho es un actor más de este interminable melodrama mexicano: el propio ex presidente Ernesto Zedillo —denominado por algunos como el Presidente accidental—, llegó al poder con una base de legitimidad electoral muy superior a la de cualquiera de sus antecesores, la cual ratifica en 1997, ya que la jefatura del gobierno del Distrito Federal es ganada por Cuauhtémoc Cárdenas y su partido (PRD), lo cual se consideró como una clara señal de que la transición democrática iba por buen camino.

Ernesto Zedillo se pronunció en repetidas ocasiones durante su gestión a favor de un presidencialismo con "autoridad democrática", en vez del "presidencialismo autoritario y antidemocrático del pasado". Pero para tener tanto una autoridad como una transición democrática, Zedillo tenía que convertirse también en el líder nacional y Zedillo el político tenía que crear alianzas, consensar voluntades, buscar apoyos que en ese momento, según representantes de los medios de comunicación, desgraciadamente, no tenía.

Para 1998 ya tenía la responsabilidad de conducir al país, con todas las políticas empleadas durante su gestión, hacia la transición democrática, ya que desde un año antes Vicente Fox Quesada, entonces gobernador de Guanajuato y actual presidente de la República, había empezado ya su campaña política por la Presidencia.

Sin embargo, representantes de los medios de comunicación, en ese momento, insistían en que ésta le correspondía a la sociedad misma, a sus organizaciones existentes o en gestación, a la inmensa reserva de la cultura nacional y su memoria. Pero también consideraban que era perceptible que todas esas fuerzas no se encontraban todavía lo suficientemente organizadas y gestadas para forjar el cambio de cultura política. Por el contrario, los líderes de opinión consideraron que se percibía una pasividad presidencial.

Ernesto Zedillo salió con una legitimidad ante la sociedad más alta que cuando inició su gestión, ya que el triunfo del PAN el 2 de julio de 2000, le dio la credibilidad ante la opinión pública de haber sido un presidente honesto⁴⁰.

⁴⁰ Según las encuestas realizadas por el Grupo Reforma durante toda la gestión de Ernesto Zedillo, las cuales tenían una periodicidad trimestral para evaluar la imagen del Ejecutivo Federal.

Ernesto Zedillo el denominado *Presidente de los tiempos difíciles* se convertía en el *Presidente de la transición democrática* y Carlos Salinas de Gortari volvía a ser cuestionado por los representantes de los medios de comunicación analizados, ya que el tema central de la agenda de debate público era: *los procesos electorales*, lo cual es "el talón de Aquiles" para Salinas de Gortari convirtiéndolo ante la opinión pública como *el último tlatoani del régimen autoritario*⁴¹.

⁴¹ Adjetivo mencionado por Juan Francisco Escobedo, Director de la Maestría de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, en su libro: *Resonancias del México Autoritario*. México, Universidad Iberoamericana, UNESCO, Fundación Manuel Buendía, 2000.

CONCLUSIONES

Al considerar que en México existe una cultura política democrática en cuanto al proyecto de sociedad al que se aspira y lo es en cuanto a las cuestiones normativas que lo definen. Pero carece de un sustento perceptivo que unifique al país, es decir que la sociedad no posee la información que le permita entender cómo está conformado y cómo ha cambiado el sistema político mexicano, podríamos asegurar que la política democrática requiere del consenso y por lo tanto necesita legitimarse. Por consiguiente, la comunicación con la sociedad se ha convertido en un principio fundamental y de supervivencia en los sistemas políticos modernos.

En primer término se observó con el presente trabajo la falta de un modelo de comunicación por parte de las instituciones gubernamentales, que son las que proveen de información a los medios de comunicación para establecer la agenda de debate público.

En segundo lugar se quiso dar una visión lo más completa y objetiva posible de la práctica comunicacional que dominó de 1988 al 2000 y el cambio de las prácticas durante una coyuntura de transición democrática, ya que la comunicación institucional, en particular la de la Presidencia de la República, debe adecuarse y adaptarse día con día a los nuevos requerimientos que demanda el ejercicio democrático del poder, con todo y el incremento de las demandas de orden administrativo y democrático que suponen y principalmente las demandas de la sociedad al derecho que tiene de estar informada.

En el México actual, las tendencias de la comunicación institucional han sido determinadas, de alguna manera, por el contexto económico, político y social de cada periodo presidencial. Estas tendencias tienen un denominador común: el desorden con el cual opera dicha comunicación, en la medida en que enfrenta a vectores opuestos; unos, tendientes a mantener el statu quo por los privilegios que representa para determinados grupos; otros, que promueven el cambio con base en el fortalecimiento de las instituciones, de las leyes y del ejercicio político apegado a derecho.

De la investigación realizada se puede resumir como resultados que:

- La comunicación institucional enfrenta una doble disyuntiva: promover la legitimidad de la acción gubernamental en un contexto dominado por los constantes cuestionamientos —legítimos y no— de diversos actores y grupos de presión, y promover el cambio que demanda la propia inercia mundial.
- Los medios de comunicación juegan un papel destacado en tanto que la consolidación de las posiciones contestatarias afecta la percepción pública al orientar la reacción con base en el ambiente informativo dominante.
- La comunicación adquiere naturaleza política debido a su contenido y a que incorpora una intencionalidad muy específica.
- El proceso electoral presidencial ha sido proyectado como la base del mensaje político.

- La influencia de la forma en que los medios de comunicación colectiva informan a la sociedad sobre el proceso electoral presidencial, ha sido fundamental para percibir los cambios de la política y de los procesos de comunicación, ya que "la transmisión del poder de un gobierno a otro después de un proceso electoral, es un momento clave para cualquier sistema político y se ponen a prueba todos los mecanismos de estabilidad".⁴²

Por lo tanto, los medios de comunicación colectiva concesionados continúan siendo los intermediarios ideales para la transmisión del mensaje político y aseguran de alguna manera la publicidad de los actos del poder público, por lo tanto la Presidencia de la República ha utilizado a la comunicación institucional como herramienta para justificar sus acciones.

Durante los últimos dos sexenios priístas la manera de informar en materia política cambió, particularmente en la administración zedillista, ya que se dejó de lado a los medios oficiales y se hizo más frecuente el uso de los medios de comunicación colectiva para hacer llegar el mensaje de carácter político a la sociedad; además de que los actores políticos han cambiado su actitud ante éstos, se han abierto para manifestar su postura.

⁴² Luis Rubio. "Una difícil transición", *Reforma*, 7 de febrero de 1999.

Desde finales de 1988, el entonces presidente Carlos Salinas de Gortari utilizó a los medios de comunicación para tratar de limitar las voces de la oposición que lo cuestionaban por ser considerado un presidente "no legítimo". A pesar de que en su tesis de campaña aseguró: "quiero estar muy cerca de la opinión de mis paisanos, porque estoy convencido de que lo que hagamos va a ser mediante un diálogo, muy respetuoso pero muy abierto. Y en el diálogo tengo como propósito escuchar, más que hablar... Reconozco en el proceso de comunicación, en su sentido más amplio, el papel de los medios impresos, de la radio y de la televisión, como interlocutores entre el Estado y la sociedad civil... De la libertad de expresión me propongo respetarla y alentarla como factor determinante en la democratización de México".⁴³

Sin embargo, por la forma en que los medios de comunicación desempeñaron su labor informativa durante ese sexenio se puede considerar que se instaló un modelo de contacto más directo entre la Presidencia de la República y los representantes de éstos a través de Dirección General de Comunicación Social. Dicho modelo ha sido denominado por algunos estudiosos de la comunicación como "neocorporativismo-autoritario", donde el mensaje presidencial al parecer se volvió "el punto medular" de la información política, lo que le dio el margen de maniobra suficiente para dictar la agenda de debate público y así acaparar la atención de los medios de comunicación durante su gestión.

⁴³ *Tesis de Campaña. Ideas y Compromisos. Carlos Salinas de Gortari.* P. 183-185.

Al parecer esa manera de informar, de alguna manera, permaneció vigente, ya que Ernesto Zedillo durante su gestión intentó acercar las instituciones al gobernado a través de conceder un "libre juego" a los actores políticos para favorecer la instalación de un canal con diversas polaridades de producción y recepción de mensajes. Pero la libertad (democratización como él le llamó) que trató de establecer en el ámbito de la comunicación afectó la legitimidad del gobierno federal ante la pérdida de credibilidad en las instituciones por parte de la sociedad, principalmente, de aquellas encargadas de la procuración de justicia y de las encargadas de la seguridad pública.

En cuanto a los medios de comunicación colectiva se pudo observar que:

- Son considerados mecanismos de control social, a través de los cuales se sugiere a la opinión pública qué pensar, cuándo, cómo y hasta dónde, orientando la opinión ya sea de manera positiva o negativa para la imagen del Presidente.
- Tienen un poder independiente para incidir de forma directa o indirecta en el curso de los acontecimientos con funciones distintas a los poderes de las instituciones.
- Han cumplido una función política en cuanto que han logrado establecer un contacto más directo entre el gobernante y el gobernado.
- Se fundamenta en un aparato tecnológico propuesto por los medios de comunicación el nuevo espacio público y un aparato institucional constituido por el Estado, ya que lo público es público en la medida en sea escenificado en los medios de comunicación masiva.

- Se han vuelto el elemento clave para que el Estado construya a través de la opinión pública —que no es un sinónimo de la opinión del público— los ámbitos de sentido y legitimidad social para posicionarse legítimamente en el espacio público.
- 1988 es el año en el que debido a las rupturas y cambios en el ámbito político, la comunicación alcanza el rango político fundamental y comienza a utilizarse deliberadamente como herramienta de legitimación.
- A partir de 1995 con la denominada democratización de los medios de comunicación, como lo mencionó Ernesto Zedillo, en la agenda de debate público en materia de comunicación, el término derecho a la información recobra fuerza y presencia. Asimismo comienza la aparición de los denominados códigos deontológicos —ética informativa— de los medios de comunicación colectiva.

Podemos entonces resumir que la opinión pública puede ser considerada una herramienta que utiliza el Estado para mantener su posición dominante a través de la construcción de su legitimación en los medios de comunicación, ya que éstos a su vez han asumido un rol hegemónico en la creación de la opinión pública, por lo que el Estado ha tenido que aliarse al poder de los medios.

Ante este panorama podemos considerar que existen en México al menos dos procesos de legitimación, uno a través de la comunicación y otro, por medio del procedimiento, ya que como se comentó en la presente tesina: los sistemas democráticos dependen cada vez más de su escenificación y presencia en los medios de comunicación y al mismo tiempo requiere de conocimientos suficientes sobre la gestión de éstos para proceder la difusión de una cultura política.

Por ello, la legitimidad debe ser una cuestión de carácter constitucional, que fundamente, justifique y regule los procesos de la vida política institucional hacia la opinión pública y no que la información de carácter oficial sea ocupada para proyectar de la mejor manera la imagen del Ejecutivo Federal.

ANEXOS

A N E X O I

ADMINISTRACIÓN SALINISTA: 1988-1994

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
880822	Excélsior	I	N	Proceso electoral/ Gestión	— El PRI declara ganador a Carlos Salinas de Gortari. Todos los demás partidos empiezan a decir que están haciendo un lodazal de los resultados electorales y que nadie, ni el PRI en el PAN ni el FDN, pueden decir con toda claridad que alguno es el ganador. La carta que se estaba jugando era muy poderosa, y con ella de llegaron a negociar los puestos futuros que le permite a los dinosaurios seguir con la esperanza de volver a tomar el poder. Por su parte los echeverristas juegan una serie de cartas de negociación que les permiten retomar el control de la Secretaría de Gobernación: por un lado, se comprometen a dejar de apoyar a Cárdenas, quien, para ese entonces esta fuera de control y se siente que realmente ganó: por el otro lado, le prometen que pueden traer a su toma de protesta a los líderes de la izquierda latinoamericana para demostrar a México y al mundo, que Salinas es reconocido como un Presidente legítimamente electo en todas partes y ante todas las corrientes ideológicas. Gutiérrez Barrios llega a la Secretaría de Gobernación por estos acuerdos, quitándole el puesto al amigo de Salinas que se pensaba debía ocupar ese puesto: Manuel Camacho Solís.
881203	Excélsior	I	N	Gestión	— Carlos Salinas de Gortari toma posesión el 1 de Diciembre de 1988 en medio de la rechifla de los diputados, es señalado como usurpador e ilegítimo y es condicionado por las facciones de la familia revolucionaria. entrar a la franja de los países gobernables y salir de los márgenes de país a punto.

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género		Autor	Tema	Tendencia
890128	El Universal	I	N		Gestión	<p>Del análisis de la realidad nacional se descubre que México se encuentra afuera de los márgenes: sin libertades económicas con una economía centralizada, caprichosa a los designios del presidente en turno y controlada en extremo, así como con una movilización social contraria al sistema que no encuentra una democracia que le permita desahogarse y que no puede controlarse más por la vía del populismo.</p> <p>En el Plan Nacional de Desarrollo define cuál es la ruta que seguirá. Por un lado se señala que no se puede regresar al populismo que ya demostró los problemas que acarrea por lo que esa opción queda cancelada. Entonces señala dos cosas: que se va a llegar hasta donde la sociedad lo pida, y que no se va a permitir caer en la anarquía. Esto es, vamos hacia la democracia y a la economía de mercado, pero si hay problemas en el camino entonces se tendría un sistema autoritario con economía de mercado.</p> <p>Con estas definiciones empieza el sexenio salinista que, si bien había tomado posesión el 1 de Diciembre, el 10 de enero toma el poder. En ese día Salinas ordena al ejército movilizarse para detener al líder del sindicato petrolero Joaquín Hernández Galicia "La Quina" y demuestra con ese hecho que está dispuesto a cumplir la promesa - amenaza lanzada en Necaxa durante su campaña en la que decía Salinas que las alianzas contra su partido en los hechos verían sus consecuencias.</p>

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
890216	Excélsior	I	N	Gestión	+ El fin del sexenio de Miguel de la Madrid en 1988, marcó en México una de las etapas más difíciles política y económicamente hablando. México se encontraba inmerso en una crisis económica sumamente severa; La llegada de Carlos Salinas de Gortari a la silla presidencial (1988-1994), provoca reacciones adversas. Por un lado, el pueblo quien desconfiaba de todo hombre emanado del Partido Revolucionario Institucional, y por otro la comunidad mundial (los inversionistas) quienes veían a Carlos Salinas como un buen prospecto para la apertura económica. Esta situación fue aprovechada por el presidente electo, quien comenzó su sexenio ganándose la confianza del pueblo, capturando a un gran número de narcotraficantes importantes, generales y servidores públicos corruptos etc. Uno de los casos mas sonados el de la Quina.
910513	La Jornada	O	C Barranco Alberto	Gestión	- Critica duramente la reprivatización de la banca y señaló que esta medida tenía como fin fortalecer la imagen del Ejecutivo tanto a nivel nacional como internacional. Asimismo, en su análisis cuestiona severamente a Miguel Mancera Aguayo, gobernador del Banco de México, quien según Barranco, proporciona sus informes selectivamente y en forma extemporánea.

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

- Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
930507	El Universal	I	N	Gestión	N Era evidente que a pesar de que Salinas de Gortari seguía aplicando el mismo proyecto que Miguel de la Madrid, lo estaba haciendo con mayor profundidad. Ahora ya no se trataba de un Estado obeso e ineficiente, sino de la aplicación de un proyecto denominado liberalismo social que trataba de hacernos creer que recogía lo mejor de nuestra historia: el liberalismo de la época de Juárez y el contenido social de nuestro movimiento armado de 1910. Sin embargo, el análisis de los postulados remitía necesariamente a las tesis en boga en materia económica, las tesis impulsadas por los gobiernos conservadores de Margaret Thatcher en Inglaterra y de Ronald Reagan en los Estados Unidos: el monetarismo, es decir, una de las caras, la norteamericana, del neoliberalismo.
930812	El Financiero	O	C Cárdenas Cruz Francisco	Gestión	+ Apoyó con sus análisis abiertamente las propuestas en materia social de Carlos Salinas de Gortari durante su sexenio. Sin embargo acusó a los colaboradores del ex presidente de limitar su proyecto de modernización y democratización.

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia	
931130	La Crónica de Hoy	O	C	Trejo Delarbre Raúl	Proceso electoral	<p>— Llegado el tiempo de dejar sustituto, Carlos Salinas de Gortari, elige como su sucesor al encargado de realizar el cambio del partido que no se había logrado durante su sexenio. Este es Luis Donaldo Colosio, la designación de Colosio crea una nueva ruptura del partido pues Camacho Solís estaba seguro que debía ser el elegido.</p> <p>La campaña de Colosio inicia y tiene que enfrentarse a Diego Fernández de Ceballos por el PAN y nuevamente a Cárdenas, quien para entonces ya rompió con la coalición izquierdista y se lanza como candidato de un nuevo partido, creado a su medida, el Partido de la Revolución Democrática (PRD).</p> <p>Luis Donaldo Colosio inicia con un gran arrastre, parte por su personalidad, parte por el papel aparentemente excelente que había realizado Carlos Salinas (recordemos que al final del sexenio salinista, la economía del país pintaba maravillosa). Sin embargo tanto rompimiento interno del PRI, tantas violaciones a los estatutos y todos los problemas que el partido venía acarreando desde 1968, tarde que temprano tenían que dejar ver sus consecuencias.</p>

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
940217	Excélsior	I	N	Economía	N En el aspecto económico correspondió al gobierno de Carlos Salinas en materia de reformas jurídicas, realizar las adecuaciones constitucionales al artículo 27 para dar fin al reparto agrario, abrir la posibilidad de privatizar los ejidos y propiciar la compra de tierra por parte de los capitalistas nacionales y extranjeros; y al artículo 28 para dar autonomía al Banco Central del Estado.

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

-- Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
940309	Reforma	Opinión	A Ciro Gómez Leyva	EZLN	— No soslayó las consecuencias nocivas de la aparición del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), que a su juicio marcó la agudización de un añejo problema: las invasiones de predios. Tras señalar que el conflicto en la entidad no atenta contra la estabilidad nacional, criticó la pasividad del Gobierno y de los zapalistas para alcanzar un acuerdo definitivo de paz. Descalificó a las Fuerzas Armadas y al gobierno estatal por permitir la desaparición de poderes que generó el surgimiento de grupos paramilitares.
940425	La Jornada	I	N	Gestión	— Los grupos de presión no se hicieron esperar y el 1 de enero de 1995, día en que entra en vigor el TLC, Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá, un grupo de campesinos autodeterminado EZLN ocupa cuatro poblaciones del estado de Chiapas. Los rebeldes piden la dimisión del presidente Carlos Salinas de Gortari, la convocatoria a elecciones libres y el fin de la supuesta discriminación del gobierno contra los indios que viven en la región. La familia revolucionaria se había creado para evitar los asesinatos que después de la revolución se habían dado como el método más habitual para acceder al poder. Mientras las reglas se respeten el partido será insustituible había dicho el presidente Calles cuando ideó el sistema. Sin embargo hacía ya más de 20 años que las reglas no se seguían, la familia se encontraba cada vez más dividida y la lucha interna de los grupos por acceder al poder era cada día más evidente. Finalmente todo esto trajo sus resultados y el día 23 de marzo de 1995, después de realizar un mitin en Tijuana, el candidato del PRI, Luis Donaldo Colosio, es asesinado ante la multitud sin que sus equipos de seguridad puedan hacer nada.

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
941206	La Jornada	O	A Galaz Lourdes	Gestión	— En el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, el proyecto neoliberal se fue profundizando y se plantearon ya con más claridad los principales postulados de la política económica gubernamental y se fue definiendo con mayor claridad el rumbo antinacional y antipopular. Salinas de Gortari hace a un lado la tesis del Estado obeso, que ya no le es útil y plantea una tesis nueva, que "hay que vender bienes para remediar males", es decir, que se iban a vender empresas del Estado para que con los ingresos provenientes de esa venta, se resolvieran problemas fundamentales para el pueblo: agua potable, drenaje, alcantarillado, vivienda, etc. Esta política estaba encaminada a buscar el apoyo de ciertos sectores de la población o cuando menos, que no hubiera el rechazo de esos sectores, a la privatización de las empresas estatales más importantes. La verdad es que el monto obtenido por el gobierno de Salinas de Gortari que en aquel entonces fue cercano a los 20 mil millones de dólares, no se utilizó para satisfacer necesidades populares sino para que México pagara intereses de la deuda externa. Lo anterior refleja que el Pronasol fue creado para engañar a los mexicanos, para permitirle al gobierno que el pueblo no protestara por la política privatizadora de los bienes de la nación, fue una forma publicitaria bien montada para hacerle creer que en verdad, lo obtenido por la venta de las empresas era para resolver los problemas de la población de menores recursos, que era para ayudar a los que menos tienen. Modificó además el reglamento relativo a las inversiones extranjeras para permitir porcentajes mayores al 49% en ciertas áreas, contraviniendo la ley en la materia. Las consecuencias de la política salinista se pueden reducir a dos aspectos esenciales: mayor dependencia del exterior y miseria para la mayoría del pueblo de México.

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
991203	El Universal	O	C Cárdenas Cruz Francisco	Justicia	— Comentó sobre las cuentas bancarias de Raúl Salinas de Gortari y cuestionó la posibilidad de que el ex presidente Carlos Salinas no tuviera conocimiento de ello. Asimismo, insistió en la necesidad de iniciar acción penal cuando las pruebas condujeran a actos ilícitos aún más si evidenciaron vínculos con el narcotráfico. Finalmente, criticó al Presidente Zedillo sobre la supuesta inactividad frente a estos hechos, con el argumento de que habría una razón poderosa para ello.
990102	El Universal	Opinión	C Ramírez Carlos	Gestión	— Consignó que los cambios que realizó en su gabinete el presidente Zedillo Ponce de León fortalecen los nexos con Carlos Salinas de Gortari, cita como ejemplo la designación de Arsenio Farrell en la Secretaría de la Contraloría y Desarrollo Administrativo (Secodam). Cuestionó la relación que el Ejecutivo Federal estableció con los comunicadores, al indicar que "no le gusta la relación con los medios y no cree en la opinión pública"

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

--- Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
980505	Excélsior	I	N	Gestión	<p>+</p> <p>La reforma al artículo 27 constitucional Fue durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), cuando se consuma la reforma regresiva más radical de la estructura agraria del país, con los cambios al artículo 27 de la Constitución Política. Con dicha reforma fueron anulados los principios agrarios de la Revolución de 1910, que habían sido convertidos en norma jurídica y en el sustento legal del derecho de los campesinos a la tierra y de la reforma agraria.</p> <p>Con los argumentos de que ya no hay latifundios ni tierras que repartir y, en cambio, un minifundio "atrasado" e "ineficiente", de que había ventas ilegales de tierras ejidales y de que el campo se encuentra descapitalizado, la reforma al Art. 27 cancela el reparto agrario y establece mecanismos legales para la privatización del ejido —este pierde por decreto su carácter de propiedad social inalienable, imprescriptible e inembargable—; al mismo tiempo, la nueva legislación autoriza que las sociedades mercantiles puedan comprar y administrar tierras hasta por 12,500 has. en el trópico húmedo, 250,000 has en zonas templadas y hasta 375 has en zonas áridas, mientras que para los ejidatarios el promedio de dotación en los últimos años ha sido de 4 has.</p> <p>Antes de las reformas, los solicitantes de tierras, los ejidos y las comunidades enfrentaban problemas como la falta de resoluciones presidenciales a sus solicitudes de dotación, ampliación, restitución, reconocimiento y titulación de bienes comunales, que en muchos casos llevaban 20, 30 y hasta más de 40 años de trámite.</p> <p>Sin embargo, la prioridad de los últimos gobiernos se ha venido limitando a "dar seguridad en la tenencia de la tierra".</p>

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
990707	El Universal	O	C Ramírez Carlos	Gestión	+ <p>Los primeros dos años, fueron bien aprovechados por Salinas de Gortari, para hacerle creer al pueblo que las cosas estaban cambiando; En sus discursos, el presidente de la república utilizó las palabras "México un país en vías de desarrollo", frase que fue vendida a los mexicanos, para hacernos creer que nos encontrábamos a punto de pasar a ser un país del primer mundo o desarrollado, y todo gracias a él. Carlos Salinas de Gortari, teniendo el beneplácito de la sociedad y el visto bueno del mundo, aprovecho tales circunstancias para ir marcando su futuro político.</p> <p>Uno de los cambios que le ayudo para tales fines fue la modificación del artículo 82 fracción primera de la Constitución Mexicana (1 de Julio de 1994), en el que antes de su modificación decía "Ser ciudadano mexicano por nacimiento, en pleno goce de sus derechos, e hijo de padres mexicanos por nacimiento", con los cambios hechos a dicho artículo se beneficiaba a las personas que desearan ser presidentes que tuviesen un padre extranjero, "Ser ciudadano mexicano por nacimiento, en pleno goce de sus derechos, hijo de padre o madre mexicanos y haber residido en el país al menos durante veinte años" (acuerdo que entro en vigor a partir del 31 de Diciembre de 1999)</p> <p>Esta modificación a la Constitución fue emanada de los primeros acuerdos políticos que se comenzaban a dar entre CSG y Vicente Fox Quesada, a cambio de que este último renunciara a la candidatura de Guanajuato y postergara un tiempo más dicha candidatura. El acuerdo político al que habían llegado VF y CSG, convenía más a este último, el cual veía en el primero a un pupilo empresario que podría servir a futuro para continuar con la etapa neoliberal que ya había iniciado Salinas de Gortari.</p>

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
991124	El Universal	Opinión	C Cárdenas Cruz Francisco	Proceso electoral	— Criticó asiduamente las investigaciones oficiales sobre la muerte de Colosio y en ocasiones el funcionamiento de los sistemas de seguridad del Estado.
20000114	La Jornada	O	A Avilés Jaime	Proceso electoral	— En agosto de 1988, el profesor Iván Zavala -actual eminencia gris del ala ultra del CGH- trabajó arduamente a favor de Carlos Salinas de Gortari para legitimar el fraude electoral del 6 de julio de aquel año. Con ese propósito publicó un artículo en el que define cuatro razones contra la proclamación de una victoria (la de Cuauhtémoc Cárdenas)-, y un pequeño análisis (El nuevo régimen), aparecido en Nexos, que lo enfrascó en una larga polémica con Carlos Monsiváis. Este es un breve recuento de aquel debate. "...Por primera vez, el fraude masivo y global no es la noticia mayor en una elección presidencial", escribió Zavala en El nuevo régimen, antes de embarcarse en la aventura de "demostrar", basado en diversos mapas y estadísticas, que no obstante el fraude, Salinas de Gortari había triunfado arrolladoramente en los comicios. Al dar por descontado que la "victoria" del candidato del PRI era irreversible, se permitió ofrecer unos "recuerdos del porvenir político", en los que alentó al país contra "el retorno de los dinosaurios" y "el populismo trasnochado", los cuales ponían en riesgo "la reforma democrática" que Salinas estaba a punto de impulsar.

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
20000702	Excélsior	I	A Manuel Magaña Contreras	Proceso electoral	— El 1988, CSG triunfó, postulado por el PRI, según los recuentos oficiales, obtuvo 5 843.779 votos, pero Cuauhtémoc acusó que, "al caerse el sistema, se cometió el fraude para negarme el triunfo que yo obtuve". Los problemas económicos continuaron en 1989, con la característica de que muchos mexicanos pobres pudimos ser millonarios, ya que el peso alcanzó las más ínfimas cotizaciones del siglo y hasta para comprarse unos cigarrillos se necesitaban miles.
20000702	Excélsior	I	N	Justicia	— La aparición del EZLN en Chiapas; el asesinato del candidato priista Luis Donaldo Colosio y de Francisco Ruiz Massieu, en pleno fin de sexenio. La corrupción alcanzó niveles realmente impresionantes. La globalización postulada, según las estadísticas, produjo poquísimos nuevos multimillonarios enlistados en el Forbes y millones de pobres.

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
20000921	La Crónica de Hoy	O	C Samaniego, Fidel	Proceso electoral	N <p>Al finalizar 1994, el fin del salinismo llegaba, y el inicio del foxismo comenzaba, es decir, la candidatura de Fox a Guanajuato fue un bastión político, para que este se hiciera promoción y proselitismo para su candidatura presidencial del 2000.</p> <p>Los últimos tres años del gobierno de Fox en Guanajuato, los dedico en su mayoría a hacer campaña para su candidatura; Así mismo esos seis años siguientes (1994-2000), fueron aprovechados por CSG, para ir educando a otro alumno a Roberto Madrazo, quien se inició en el gobierno de Tabasco, con el mismo fin de buscar la presidencia de la república en las siguientes elecciones.</p> <p>Estas eran las dos cartas grandes de Carlos Salinas, por un lado un empresario panista, que abriría la esperanza de la sociedad de un cambio, y de democracia, y por otro lado, tener un candidato priista que defendiera los intereses ocultos del salinismo, y que sería impuesto en la silla presidencial si se continuara con la misma línea del dedazo tradicional en el PRI.</p>
20001015	El Universal	O	A Jaime González Graf	Gestión	— <p>CSG dejó a la economía prendida con alfileres (¿Para qué los quitan? Preguntó Pedro Aspe) por el enorme déficit en la balanza de cuenta corriente y al enorme deuda de 35 mil millones de dólares a corto plazo de los Tesobonos, estaba convencido de que con toda seguridad si era el mayor de los Presidente de México, el que más había transformado la realidad, el que nos incrustó en el primer mundo y el que le dio al país una perspectiva bonancible. Salió del poder convencido de que se merecía el mayor reconocimiento. Pero lo errores de diciembre se presentaron y las cosas comenzaron a cambiar.</p>

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

ANEXO II

ADMINISTRACIÓN ZEDILLISTA: 1995-2000

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
940428	La Jornada	I	N	Proceso electoral	<p>— Zedillo fija sus posiciones desde la misma campaña electoral en un documento denominado Diez puntos para la reactivación económica y el crecimiento sostenido. En él, resalta que la política aplicada por el gobierno anterior es positiva y en función de ello plantea la necesidad de que se consolide el cambio estructural del gasto público realizado por el gobierno salinista. Que el comercio exterior es necesario para producir más y mejor, que mediante el comercio podemos especializarnos en la producción de aquellas cosas que hacemos mejor y también multiplicar los empleos.</p> <p>El planteamiento de modificar la Constitución, para incorporar en ella una política económica de Estado, no es nuevo, hace más de 30 años Vicente Lombardo Toledano presentó una iniciativa para incluir en la Carta Magna, una nueva tesis sobre el carácter y las finalidades de la economía nacional, donde afirmaba, que sólo las normas constitucionales, que no se modifican por decretos de fácil expedición, pueden servir de sustento seguro para el desarrollo progresivo del país y porque terminarán las discusiones acerca de sus objetivos concretos e inmediatos, y tanto los funcionarios responsables de la administración pública, como los particulares, tendrán un camino despejado para encauzar su actividad sin temor a la orientación del gobierno cada vez que ocurre el cambio de Presidente de la República.</p>

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
950112	La Crónica de Hoy	O	C Samaniego, Fidel	Economía	<p>Posteriormente, la crisis de diciembre de 1994, las medidas adoptadas para superarla y las decisiones gubernamentales respecto de la petroquímica, de los ferrocarriles, de las comunicaciones via satelital, de los puertos y aeropuertos y otras actividades importantes, evidenció la reafirmación del neoliberalismo como política de gobierno. Finalmente, en su tercer informe, el Dr. Zedillo propuso a las demás fuerzas políticas convertir su política económica en política de Estado, es decir, modificar la Constitución para incluir en ella las tesis y aspectos centrales del neoliberalismo.</p> <p>Su forma de gobierno es la continuación del proyecto que, a partir de 1982, se empezó a aplicar en nuestro país.</p>
950128	Reforma	I	N	Economía	— En los primeros días de la gestión de Zedillo devalúa la moneda y el dólar se dispara en un sólo día de \$3.50 a \$10 pesos por un dólar, México entra nuevamente en una terrible crisis, los precios de la gasolina suben, los créditos adquiridos durante la época de aparente tranquilidad del salinismo se multiplican hasta por 10 y la gente que había realizado planes a largo plazo se ve en verdaderos problemas. La situación llega al grado de que los deudores no pueden pagar y surge el movimiento Barsonista que apoya a quienes no pueden pagar sus deudas.
951227	Reforma	O	C Fray Bartolomé	Gestión	+ Ernesto Zedillo asume la presidencia de la República el 1 de diciembre de 1995, toma la presidencia como el presidente más legítimo de los últimos tiempos y con un país en apariencia estable.

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género		Autor	Tema	Tendencia
960508	El Universal	I	N		Gestión	N <p>Zedillo consideró que en los últimos años se habían sentado las bases para el desarrollo rural, ya que las reformas al Artículo 27 constitucional fortalecen y garantizan los ejidos, las comunidades y la pequeña propiedad, a la vez que prohíben expresamente el latifundio y propone: consolidar y perfeccionar Procampo, dar prioridad al desarrollo de la infraestructura; y, acabar con el intermediarismo excesivo.</p> <p>Que es necesario un nuevo federalismo en lo fiscal y transferencia de facultades, autoridad, atribuciones y recursos, a estados y municipios, y genuina división de poderes.</p> <p>Y para concluir expresa que han quedado atrás los tiempos donde la rectoría del Estado significaba una participación indiscriminado en la actividad productiva. Hoy -señala- el Estado tiene que ser el aliado de la sociedad.</p>
970805	La Jornada	I	N		Gestión/EZLN	- <p>Los indígenas de los estados de Oaxaca, Veracruz, Guerrero, Hidalgo y San Luis Potosí no vieron llegar la democracia electoral, sino tropas federales, tanques de guerra, aviones y helicópteros artillados.</p> <p>Para llegar al 6 de julio de 1997, el gobierno trazó una clara línea de demarcación que separaba al México indígena de los otros mexicanos que comparten el territorio nacional.</p>

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

- Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género		Autor	Tema	Tendencia
970806	La Jornada	I	N		Proceso electoral	+ El 6 de julio de 1997 se realizan las primeras elecciones para gobernador del DF en las cuales triunfa por una increíble ventaja Cuauhtémoc Cárdenas quien gobernaría supuestamente hasta el año 2000 pero que presentara su renuncia antes para intentar nuevamente llegar a la presidencia. Mientras tanto la reestructuración interna del partido continúa. Gran cantidad de Priistas son expulsados o se retiran de las filas de este partido para pasar a engrosar las filas del PRD. Los perredistas consiguen triunfos en el DF, en Zacatecas, en Baja California Sur y en varios municipios de Guerrero y Morelos. El carro completo del PRI es un recuerdo cada día más lejano y difícil de mantener.

Género periodístico:

O = Opinión
I = Informativo
N = Nota informativa
C = Columna

Tendencia:

--- Negativa
+ Positiva
N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
970808	La Jornada	I	Comunicado del EZLN	EZLN	— Ernesto Zedillo Ponce de León, jefe supremo de las fuerzas federales, después de faltar a su palabra rechazando la iniciativa de Ley Indígena propuesta por la Comisión de Concordia y Pacificación, dio órdenes para que su ejército prosiguiera con los planes de cerco y aniquilamiento en contra de las comunidades indígenas rebeldes y la dirigencia del EZLN. Los federales aumentaron el número de sus efectivos y la calidad de su material bélico, avanzaron hacia nuevas posiciones y reiniciaron las patrullas de montaña para chocar con los campamentos insurgentes. Todos estos movimientos violaron el espíritu de la ley para el diálogo y la negociación, expedida por el Poder Legislativo federal el 11 de marzo de 1995. Sumado a estas presiones militares, el ilegítimo gobernador del estado continúa con su estrategia de desestabilización en el norte de Chiapas, desalojando, encarcelando y asesinando indígenas por medio de la policía y las guardias blancas. Para ocultar el baño de sangre que perpetra, el ilegal titular del ejecutivo de Chiapas, compra mentiras en la prensa local y nacional, y simula obras e iniciativas que oculten el desfalco que lleva a cabo con los dineros del pueblo. Ernesto Zedillo, presidente que se dice de México, completó la obra en contra de los indígenas zapatistas ordenando la militarización de las principales regiones indias del país.
970923	La Jornada	I	N	Gestión	+ Una de las reformas de Zedillo consiste en dar al Distrito Federal la libertad de elegir a su gobernador, eliminando el puesto de Regente de la Ciudad que antes pertenecía al dedazo presidencial.

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género		Autor	Tema	Tendencia
991029	Reforma	O	A	Segovia Rafael	Proceso electoral	<p>— El Presidente Zedillo no muestra simpatías por lo general, en cambio resulta transparente cuando de antipatías se trata. Y también evidencia su desprecio por las personas cuando se presenta la oportunidad.</p> <p>Lo demostró en el proceso de elección por la Presidencia de la República. Se lanza a la pelea pidiendo ser creído y exigiendo ser obedecido sin advertir la imposibilidad de conseguir ni la creencia ni la obediencia, mientras arrastra a su candidato en esta operación fracasada: meterse en el combate cuando la lucha está perdida es un gesto tan heroico como inútil.</p> <p>Labastida puede ganar con ayuda de todo el aparato estatal y político oficial el número de distritos suficientes para convertirse en el candidato rengueante, el hombre de los acarreo y la propaganda. Lo que se subraya con la presencia de Ernesto Zedillo es la ausencia de legitimidad del ex secretario de Gobernación que era "su candidato" (Francisco Labastida Ochoa).</p>

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
991107	Proceso	O A	Villanueva Ernesto	Justicia	<p>— La ocupación ilegal de la UNAM por más de seis meses-denunciada en tiempo y forma por quienes tienen la representación legal de la institución ante la PGR- sin que la Procuraduría General de la República haya intervenido para hacer valer el régimen jurídico vigente es una prueba palmaria más de que priman en esa institución intereses metajurídicos, por más que existan razones políticas que eventualmente puedan explicar -pero no justificar- su inmovilidad jurídica.</p> <p>Ernesto Zedillo quien el 29 de septiembre en el marco de la entrega de los Premios a la Investigación Científica no tuvo empacho en afirmar que: "En una sociedad democrática, plural y tolerante la ley no puede aplicarse de manera ciega ni con criterios autoritarios como los que se aplicaron en el pasado, especialmente, cuando se trata de resolver conflictos de orden político". Alguien tendría que enseñarle al señor Zedillo que uno de los principios clásicos de la ley reside precisamente en la impersonalidad de la norma jurídica. La ley debe aplicarse, por ende, en forma ciega, sin distinguir entre ricos y pobres, poderosos y débiles, aun cuando se trate de conflictos políticos. Las declaraciones del presidente Zedillo además de manifestar una profunda ignorancia jurídica, se colocan fuera de la ley al usurpar funciones propias del Poder Judicial Federal, quien es el único que puede interpretar la ley, pero que en ningún caso podría hacer una interpretación tan exulta como la presidencial: ¡nada más y nada menos definir que el derecho no debe aplicarse en los conflictos políticos!</p>

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N, Neutro

Fecha	Medio	Género		Autor	Tema	Tendencia
20001016	Milenio Diario	O	A	Fernández Menéndez Jorge	Proceso electoral	— El sentido del mensaje presidencial ante los principales dirigentes del PRI: "no se hagan bolas". Si en aquella ocasión el sentido del mensaje presidencial fue confirmar el apoyo a Luis Donald Colosio (lo que terminó molestando tanto a Colosio como a los colosistas, entre otras razones porque nada se hizo para impedir el proselitismo de Manuel Camacho durante todo febrero y marzo y porque mostraba a un Colosio subordinado a Salinas). En esta ocasión Ernesto Zedillo trató de confirmar que no tiene candidato para el 7 de noviembre y que ello es congruente con su propuesta de la sana distancia presentada en noviembre de 1994, antes de asumir el poder.
20000306	Universal	I	R	Beris, Jana	Internacional	+ Señala que lo que está claro es que la visita del presidente Zedillo y comitiva a Israel se enmarca en una relación de amistad en la que México tiene interés, aclarando al mismo tiempo que ello no debe ser interpretado en absoluto como mensaje negativo ante árabes.
20000306	Universal	I	E	Beris, Jana	Internacional	+ Resalta las declaraciones de la secretaria de Relaciones Exteriores, Rosario Green en el sentido de que la visita del presidente Zedillo es la primera que lleva a cabo un primer mandatario mexicano a Israel desde 1975, lo cual equivale casi a decir que hubo 25 años de ausencia.
20000306	Reforma	I	N	Ceballos, Yolanda	Economía	N Destaca que la entrada de tecnología agrícola libre de aranceles y la colocación ilimitada de jugo de naranja concentrado y azúcar son las principales ventajas agropecuarias que tendrá México en el Tratado de Libre Comercio con Israel. "cuya rúbrica realiza el Presidente Ernesto Zedillo, en Tel Aviv".

Género periodístico:

O = Opinión
I = Informativo
N = Nota informativa
C = Columna

Tendencia:

-- Negativa
+ Positiva
N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
20000308	Reforma	I	N Medina, María Elena	Economía	N Resalta las declaraciones del presidente Zedillo respecto de que espera que Brasil, Argentina y Chile abran sus economías. "Al destacar el logro de haber firmado un acuerdo de libre comercio con Israel, Zedillo señaló que espera que esto ponga 'celosos' a estos tres países, que forman parte del Mercosur, bloque con el que México no ha conseguido negociar un tratado de liberalización. Pienso que nuestros hermanos latinoamericanos se sentirán alentados por este paso que hemos dado los mexicanos".
20000309	Jornada	I	N Delgadillo, Mayela	Economía	N Da a conocer declaraciones del secretario de Hacienda, José Angel Gurria, en el sentido de que la decisión de Moody's de calificar favorablemente a México es un "voto de confianza a la política económica del presidente Zedillo".
20000309	Excélsior	I	N Reyes, Juan Gerardo	Mujeres	N Resalta que en el marco del Día Mundial de la Mujer, el Presidente Zedillo dijo que el camino hacia la igualdad, hacia la equidad, hacia la justicia para las mujeres es irreversible. Advirtió que se debe cuidar que los nuevos instrumentos no debiliten, de modo alguno, la responsabilidad y la capacidad de acción de las instituciones que actualmente tienen bajo su encomienda atender asuntos de las mujeres.
20000309	Excélsior	I	N Reyes, Juan Gerardo	Gestión	N Señala que Nilda Patricia Velasco de Zedillo, presidenta del DIF nacional, entregó unidades móviles de detección oportuna de cáncer de la matriz, con lo que se apuntala el Programa de Prevención y Control del Cáncer Cérico-Uterino El secretario de Salud, José Antonio González Fernández, aseveró que esto permitirá detectar la enfermedad en mujeres de las zonas marginadas, regiones indígenas y comunidades rurales.

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género		Autor	Tema	Tendencia
20000310	Excélsior	I	N	Dávalos, Renato	Economía	N Da a conocer que frente a una "expectativa positiva" de la economía, el presidente Zedillo instruyó a la Secretaría de Hacienda para que con el Banco de México apliquen medidas que minimicen los "efectos disruptivos" que pudiesen derivarse del mercado petrolero y de la entrada masiva de capitales.
20000312	Reforma	I	N	Zamarripa, Roberto	Crimen organizado	N Resalta la detención del narco traficante Jesús Lau, Avilés, considerado el "cerebro financiero" de la <i>organización Arellano Félix</i> . Señala que el hecho se produce dos semanas después de que el Presidente Ernesto Zedillo advirtiera en esta ciudad que intensificaría las acciones en contra de la delincuencia organizada y se constituyera un grupo de alto nivel dedicado a emprender esas acciones
20000312	Reforma	O	C	Fray Bartolomé	Sucesión	+ Cuestiona las visitas de los candidatos: Francisco Labastida, Vicente Fox, Porfirio Muñoz Ledo y Gilberto Rincón Gallardo, a Estados Unidos "gastando los dineros públicos", luego de que el presidente Zedillo habló sobre las "fugas de capital". Sostiene que el hecho de que los candidatos anden de "road show", prometiéndolo afuera lo que todavía no conquistan en México, deja mucho que desear.
20000313	Excélsior	I	N	Shelemul, Haroldo	Economía	N Da a conocer la existencia de una conversación telefónica sostenida por los presidentes de México, Ernesto Zedillo y de Guatemala, Alfonso Portillo, para acelerar los mecanismos para lograr la suscripción, en un plazo de 30 días, de un Tratado de Libre Comercio (TLC) entre el Triángulo Norte de Centroamérica y México, informó hoy una fuente oficial guatemalteca.

Género periodístico:

O = Opinión
I = Informativo
N = Nota informativa
C = Columna

Tendencia:

— Negativa
+ Positiva
N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia	
20000313	El Universal	I	C	Cárdenas Cruz	Gestión	— A pesar del virtual rechazo del presidente Ernesto Zedillo a la propuesta para crear el Instituto de la Mujer que le hiciera la semana pasada en Los Pinos la coordinadora general de la Comisión Nacional de la Mujer, Guadalupe Gómez Maganda, el candidato presidencial del PRI, Francisco Labastida Ochoa, reiteró que ese proyecto seguirá adelante con todo su apoyo.
20000313	Reforma	O	C	Zamarripa, Roberto	Crimen organizado	— Resalta la descoordinación entre el gobierno federal y el del estado de Baja California para la erradicación del narcotráfico. Consigna que luego de la visita del presidente Zedillo a Tijuana, donde lanzó una proclama contra la inseguridad pública —20 días después de que anunció la formación de un grupo de alto nivel que se encargaría de preparar acciones contundentes para la detención de personajes clave del crimen organizado—, al día siguiente se produjo el asesinato del jefe policiaco municipal, Alfredo de la Torre. Reitera que el gobierno de Alejandro González no confía en el gobierno federal, mientras que en la Ciudad de México no participan de información confidencial a la administración panista.
20000313	Reforma	O	C	Granados Chapa	Justicia	— Resalta las declaraciones de Mario Ruíz Massieu, en el sentido de que el presidente Zedillo fue "mi más cruel, rencoroso y vengativo persecutor" y le duele que haya sido a través no sólo de Antonio Lozano y Pablo Chapa, sino de su amigo Jorge Madrazo.

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género		Autor	Tema	Tendencia
20000313	Excélsior	I	C	Berdejo, Aurora	Economía	+ <p>Compara al gobierno de Zedillo con el de José María Aznar, que "llegó al poder en una situación de franca debilidad, muy parecida a la que encontró en su momento EZLP".</p> <p>Sostiene que el español debió tomar una serie de muy difíciles decisiones en materia económica, para enfrentar los efectos de las altas tasas de desempleo que había heredado el gobierno de Felipe González y, sobre todo, para alinear a la economía española con los duros requisitos establecidos por el acuerdo de Maastricht en materia económica y financiera, "acciones similares a las que Zedillo ha debido adoptar para controlar la inflación, restablecer el crédito y, sobre todo, para confrontar los rescates bancario y carretero".</p>
20000313	Excélsior	I	C	Berdejo, Aurora	Gestión	N <p>Da a conocer que el Presidente Zedillo encabezará la ceremonia de homenaje a Gaby Brimmer y, posteriormente, asistirá a la comida de clausura de la LXXXII Asamblea General Ordinaria de la Concamin...</p>
20000314	Reforma	I	N	--	Comunicación	N <p>Destaca que Ernesto Zedillo dio posesión a Marco Provenco como director general de la oficina de Comunicación Social de la Presidencia de la República, quien sustituye a Fernando Lerdo de Tejada, ahora coordinador de la campaña de Jesús Silva Herzog, candidato del PRI al Gobierno del Distrito Federal.</p>

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

-- Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
20000315	Reforma	O	C Granados Chapa	EZLN	— Resalta que el presidente Zedillo tiene, lo ha confesado, una piedra en el zapato, que es el subcomandante del EZLN, a quien se obstina en llamar Guillén. Por eso quizá, para contrarrestarlo, así como lo semejante se cura con lo semejante según el principio de Hanneman, ha encargado a más de un Marcos las tareas relevantes de difusión. El primer Marcos (Augusto Bucio) es ahora el secretario de Información en el PRI manejado como una dependencia del Ejecutivo. Es el vocero del candidato presidencial de la Presidencia. Y un segundo Marco (Aurelio Provencio), que tiene el defecto de ser economista (así lo reconoció Zedillo, que también lo padece y aun lo ostenta), es ahora el vocero de la propia Presidencia.
20000319	Reforma	O	C Granados Chapa	Justicia	— Señala que, ante el desprestigio de la PGR, el presidente Zedillo decidió entregar la institución al PAN y que la detención de Raúl Salinas le sigue costando mucho.
20000321	Reforma	O	A Reyes-Heróles	Sucesión	+ Estima que el presidente Zedillo asumió el poder en la peor situación —asesinato de Colosio y de Ruiz Massieu y desprestigio creciente de la gestión en turno—, aunque sin embargo se llevó más de 17 millones de votos. Fueron además las primeras elecciones en las cuales las cifras externas e internas cuadraron sin problema. Estima que le recuperó al PRI, en buena lid, más de 7 millones de votos que ya no fueron corporativos sino individuales.
20000324	Reforma	O	A Aguilar Zinser	Gestión	+ Estima que el presidente Zedillo anticipó con realismo un porvenir difícil para el mundo y pavoroso para México, respecto de los mantos acuíferos. Considera que es una lástima que el aparato de comunicación social del gobierno no le haya dado al mensaje la jerarquía que merece y que los medios no lo hayan transmitido con la resonancia debida.

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

Fecha	Medio	Género		Autor	Tema	Tendencia
20000324	Reforma	I	N	Hernández, Luis Guillermo	IPAB	— Resalta las declaraciones del diputado Alfonso Ramírez Cuéllar, en el sentido de que en el IPAB existen adeudos superiores a los 10 millones de dólares, que no han sido liquidados, y entre ellos están los entregados al PRI en 1994, para las campañas de Ernesto Zedillo y Roberto Madrazo.
20000514	Milenio Diario	I	N		FOBAPROA	— Durante el sexenio de Zedillo quiebra la banca mexicana, se descubren fraudes increíbles de la inmensa mayoría de los banqueros y es necesario crear un fondo de rescato llamado el FOBAPROA que aunque salva de momento a la banca convierte la deuda de los banqueros fraudulentos en deuda pública.
20001022	Reforma	O	A	Segovia Rafael	Proceso electoral	+ El Presidente Zedillo logró salvar su gobierno de críticas mayores por haber llegado al cargo con una elección limpia y universalmente aceptada. Las garantías que rodearon al voto obtenido, cuando el proceso de selección no era puesto en duda dentro del PRI, eliminaron las críticas de la oposición fundadas en la nada o apoyadas en una imaginación calenturienta.

Género periodístico:

O = Opinión
I = Informativo
N = Nota informativa
C = Columna

Tendencia:

— Negativa
+ Positiva
N Neutro

Fecha	Medio	Género	Autor	Tema	Tendencia
20001025	Milenio Semanal	I E	Gómez Leyva Ciro	Gestión	+ <p>En los días más dramáticos de la crisis de diciembre de 1994 y enero de 1995, sólo 30% de los mexicanos aprobaban la gestión del presidente Ernesto Zedillo. A tres meses de entregar la oficina de Los Pinos, el índice de aprobación es de 66 por ciento "Es un dato muy impresionante", dice Ulises Beltrán, asesor técnico de la Presidencia de la República, encargado de medir el índice aprobación-desaprobación del mandatario. Resume los 68 meses de gobierno, Ulises Beltrán, el mítico encuestador de Los Pinos desde 1988, interpreta por qué en algunos momentos el índice sube y por qué en otros baja. Toma una pluma y raya la gráfica para explicar que, en términos aprobación-desaprobación, el gobierno de Ernesto Zedillo puede dividirse en cuatro periodos.</p> <p>El primero, desastroso, el del inicio y la crisis. El segundo, de recuperación sostenida, que va de febrero de 1995 a finales de 1997. El tercero, de caída relativa, comprende dos terceras partes de 1998 y tiene que ver con la crisis del petróleo y las sacudidas económicas derivadas. Y un cuarto, de ascenso notable, que va de febrero de 1999 al 2000.</p>

Género periodístico:

O = Opinión

I = Informativo

N = Nota informativa

C = Columna

Tendencia:

— Negativa

+ Positiva

N Neutro

ANEXO III

MATRICES DE RESUMEN

Carlos Salinas de Gortari (1988-1994):

Medio	Periodo	Tema	Tendencia		Total
			Positiva	Negativa	
<i>Excélsior</i>	Del 1º de enero de 1989 al 1º de agosto de 1994.	Proceso electoral	78	103	181
		TLC	35	22	57
		Economía	31	18	49
		Fobaproa			
		EZLN	23	63	86
		Justicia/Seguridad	24	18	42
		Gestión	34	29	63
		Crimen Organizado			
TOTAL			225	253	478
<i>La Jornada</i>	Del 2 de enero de 1992 al 1º de diciembre de 1995	Proceso electoral	19	184	203
		TLC	12	151	163
		Economía	36	79	115
		Fobaproa			
		EZLN	12	317	329
		Justicia/Seguridad	27	32	59
		Gestión	15	87	102
		Crimen Organizado			
TOTAL			121	850	971

* La diferencia de periodos se debe a que esta publicación no existía todavía durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari. Sin embargo, ha publicado información al respecto.

Medio	Periodo	Tema	Tendencia		Total
			Positiva	Negativa	
El Universal	Del 2 de enero de 1990 al 1º de diciembre de 1995	Proceso electoral	17	89	106
		TLC	46	29	75
		Economía	21	26	47
		Fobaproa			
		EZLN	33	111	144
		Justicia/Seguridad	40	35	75
		Gestión	33	22	55
		Crimen Organizado	9	5	14
TOTAL			171	345	516
* La Crónica de Hoy	Del 1º de septiembre de 1996 al 1º de diciembre de 1999.	Proceso electoral	15	23	38
		TLC	25	37	62
		Economía	17	9	26
		Fobaproa			
		EZLN	8	16	24
		Justicia/Seguridad	15	23	38
		Gestión	26	17	43
		Crimen Organizado	8	3	11
TOTAL			114	128	242
* Reforma	Del 1º de enero de 1994 al 1º de agosto del 2000	Proceso electoral	8	17	25
		TLC	10	23	33
		Economía	9	11	20
		Fobaproa			
		EZLN	3	12	15
		Justicia/Seguridad	19	7	26
		Gestión	12	5	17
		Crimen Organizado	11	4	15
TOTAL			72	79	151

* La diferencia de periodos se debe a que esta publicación no existía todavía durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari. Sin embargo, ha publicado información al respecto.

Medio	Periodo	Tema	Tendencia		Total
			Positiva	Negativa	
* <i>Milenio Diario</i>	Del 2 de enero de 1999 al 1º de diciembre del 2000	Proceso electoral	4	9	13
		TLC	8	3	11
		Economía	5	17	22
		Fobaproa			
		EZLN		8	8
		Justicia/Seguridad	11	5	16
		Gestión	3	12	15
		Crimen Organizado	4	15	19
TOTAL			35	69	104
<i>Proceso</i>	De enero de 1989 a agosto de 1995.	Proceso electoral	14	19	33
		TLC	3	16	19
		Economía	7	13	20
		Fobaproa			
		EZLN	4	8	12
		Justicia/Seguridad	4	6	10
		Gestión	11	8	19
		Crimen Organizado	2	4	6
TOTAL			64	55	119
* <i>Milenio Semanal</i>	De enero de 1997 a septiembre del 2000	Proceso electoral	8	7	15
		TLC	5	5	10
		Economía	5	4	9
		Fobaproa			
		EZLN	3	1	4
		Justicia/Seguridad	1	6	7
		Gestión	2	3	5
		Crimen Organizado	3	2	5
TOTAL			27	28	55

* La diferencia de periodos se debe a que esta publicación no existía todavía durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari. Sin embargo, ha publicado información al respecto.

Ernesto Zedillo Ponce de León (1994-2000):

Medio	Periodo	Tema	Tendencia		Total
			Positiva	Negativa	
<i>Excélsior</i>	Del 1º de agosto de 1994 al 1º de agosto de 2000.	Proceso electoral	29	12	41
		TLC	42	63	105
		Economía	31	27	58
		Fobaproa	27	72	99
		EZLN	21	85	106
		Justicia/Seguridad	23	38	61
		Gestión	42	20	62
		Crimen Organizado	11	41	52
TOTAL			226	358	584
<i>El Universal</i>	2 de febrero de 1994 al 30 de agosto de 2000.	Proceso electoral	45	17	62
		TLC	10	24	34
		Economía	15	7	22
		Fobaproa	4	47	51
		EZLN	5	39	44
		Justicia/Seguridad	8	33	41
		Gestión	17	6	23
		Crimen Organizado	5	23	28
TOTAL			109	196	305
<i>La Crónica de Hoy</i>	Del 1º de febrero de 1995 al 30 de agosto de 2000.	Proceso electoral	24	13	37
		TLC	7	19	26
		Economía	13	9	22
		Fobaproa	7	38	45
		EZLN	6	25	31
		Justicia/Seguridad	11	44	55
		Gestión	19	7	26
		Crimen Organizado	4	22	26
TOTAL			91	177	268

Medio	Periodo	Tema	Tendencia		Total
			Positiva	Negativa	
Reforma	Del 1º de enero de 1994 al 1º de agosto del 2000	Proceso electoral	39	5	44
		TLC	6	22	28
		Economía	8	13	21
		Fobaproa		25	25
		EZLN	2	28	30
		Justicia/Seguridad	4	40	44
		Gestión	14	6	20
		Crimen Organizado	2	23	25
TOTAL			75	162	237
La Jornada	Del 2 de enero de 1994 al 1º de septiembre de 2000.	Proceso electoral	43	68	111
		TLC	8	27	35
		Economía	5	39	44
		Fobaproa		112	112
		EZLN		98	98
		Justicia/Seguridad	4	51	55
		Gestión	10	18	28
		Crimen Organizado	2	12	14
TOTAL			72	425	497
Milenio Diario	Del 1º de enero de 1999 al 1º de diciembre del 2000	Proceso electoral	15	4	19
		TLC	3	11	14
		Economía	8	21	29
		Fobaproa	4	33	37
		EZLN	5	29	34
		Justicia/Seguridad	2	41	43
		Gestión	19	7	26
		Crimen Organizado	2	17	19
TOTAL			58	163	221

Medio	Periodo	Tema	Tendencia		Total
			Positiva	Negativa	
Proceso	De enero de 1989 a agosto del 2000.	Proceso electoral	68	11	79
		TLC	6	12	18
		Economía	7	15	22
		Fobaproa	6	27	33
		EZLN	6	19	25
		Justicia/Seguridad	3	13	16
		Gestión	13	7	20
		Crimen Organizado	3	11	14
TOTAL			112	115	227
Milenio Semanal	De enero de 1997 a septiembre del 2000	Proceso electoral	23	4	27
		TLC	3	11	14
		Economía	8	21	29
		Fobaproa	6	33	39
		EZLN	4	29	33
		Justicia/Seguridad	2	41	43
		Gestión	3	7	10
		Crimen Organizado	1	17	18
TOTAL			50	163	213

TOTALES:

PRESIDENTE MEDIO	CARLOS SALINAS DE GORTARI	ERNESTO ZEDILLO PONCE DE LEÓN	TOTAL
La Jornada	971	497	1468
El Universal	516	305	821
Excélsior	478	584	1062
Reforma	151	237	388
La Crónica de Hoy	242	268	510
Milenio Diario	104	221	325
Milenio Semanal	55	213	268
Revista Proceso	119	227	346
TOTAL	2636	2552	5188

FUENTES DE CONSULTA

Bibliografía:

1. AGUILAR, Villanueva Luis F. *Problemas públicos y agenda de gobierno*. México, Editorial, Porrúa, 1996.
2. ARTERTON, F. Christopher. *Las estrategias informativas de las campañas presidenciales*. Estados Unidos de América, Editorial Publigraphics, 1987.
3. BARTHES Roland. *La aventura semiológica*. España, Editorial Paidós, 1997.
4. BERELSON, Bernard. *Análisis de contenido*. España, Editorial Orbsa. 1981.
5. BOHMANN, Karin. *Medios de comunicación y sistemas de información en México*. México, Alianza Editorial Mexicana y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1986.
6. CÁZARES Hernández, Laura. *Técnicas Actuales de investigación documental*. México, Editorial Trillas, 1990.
7. CEBALLOS, Garibay Héctor. *Foucault y el poder*. México, Editorial Diálogo, 1997.
8. CRUZ Revueltas, Juan Cristóbal. *¿Qué es la política? (Antología de los mejores textos modernos)*. México, Editorial Publicaciones Cruz O, S.A. 1994.
9. DEUTSCH, Karl. *Política y gobierno*. México, Editorial Fondo de Cultura Económica (FCE), 1988.
10. ESCALANTE Gonzalbo Fernando. *Ciudadanos imaginarios*. México, Editorial El Colegio de México, 1992.
11. ESTEVA, Gustavo. *El Estado y la Comunicación*. México, Editorial Política Nueva. 1996.
12. FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima, *Los medios de difusión masiva en México*, México, Juan Pablos Editor, 1982.
13. FERRER Rodríguez, Eulalio. *De la lucha de clases a la lucha de frases. De la propaganda a la publicidad*. México, Editorial Aguilar. 1991.
14. FERRY, Jean-Marc y Dominique Wolton. *El nuevo espacio público*. España, Editorial Gedisa, 1998.
15. FESTINGER L. y Katz D. *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*. España, Editorial Paidós, 1993.
16. FLOCH Jean-Marie. *Semiótica, marketing y comunicación (bajo los signos las estrategias)*. España, Editorial Paidós, 1993.

17. GODED, Jaime. *10 Puntos sobre la comunicación de masas en México*. México, Editorial Universidad de Sinaloa, 1997.
18. GONZÁLEZ Casanova Pablo y Florescano Enrique. *México Hoy*. México, Editorial Siglo XXI, 1980.
19. GONZÁLEZ Llaca, Edmundo. *La opinión pública*. México, Editorial Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), 1992.
20. HABERMAS, Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública*. España, Editorial G. Gili, 1990.
21. *Informe de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de Comunicación*, UNESCO, 1978.
22. *La democratización de los medios de comunicación social*. México, Coordinación General de Comunicación Social de Presidencia de la República. 1981.
23. MARGÁIN, Hugo B. *Racionalidad, lenguaje y filosofía*. México, Editorial FCE, 1998.
24. MARTÍNEZ Silva Mario y Salcedo Aquino Roberto. *Diccionario Electoral 2000*. México, Instituto Nacional de Estudios Políticos AC, 2000.
25. MATTELART Armand y MATTELART Michèle. *Historia de las teorías de la comunicación*. España, Editorial Paidós, 1995.
26. MEYER, Lorenzo. *Liberalismo autoritario*. México, Editorial Océano, 1995.
27. MURIEL, María Luisa y ROTA, Gilda. "La Comunicación Institucional". En: *Comunicación Institucional: Enfoque Social de las Relaciones Públicas*. Quito, Ecuador, Editorial Ciespal, 1997.
28. PACKARD, Vance. *Las formas ocultas de la propaganda*. España, Editorial Hermes. 1989.
29. PRIETO Francisco. *Diagnóstico de la Comunicación social en México*, México, Ediciones Coyoacán SA de CV, 1998.
30. *Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000*. México, Editorial Talleres Gráficos de México, 1995.
31. REARDON, Kathleen K. *La persuasión en la comunicación. Teoría y contexto*. Ed. España, Editorial Paidós, 1991.
32. ROJAS Soriano, Raúl. *Guía para realizar Investigaciones Sociales*. México, Editorial Plaza y Valdez, 1991.
33. RUIZ Eldredge, Alberto. *El desafío jurídico de la comunicación internacional*. México, Ed. Nueva Imagen. 1999.

34. SALINAS de Gortari Carlos. *Tesis de campaña. Ideas y Compromisos*. México, Editado por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), 1988.
35. SÁNCHEZ de Armas Miguel Angel, Salinas de Gortari Carlos, Colosio Murrieta Luis Donald, Sarukhán Kérmez José, Fuentes Carlos, entre otros. *Libertad y justicia en las sociedades modernas*. México, Editorial Porrúa, 1994.
36. SARCINELLI, Ulrich. "De la democracia parlamentaria y representativa a la democracia de los medios". *Medios de Comunicación y la intermediación política*. Argentina, Konrad Adenauer, 1997.
37. SARTORI Giovanni. *La política*. España, Editorial Taurus, 1998.
38. SAUVY, Alfred. *La opinión pública*. Barcelona, España, Editorial Oikos-tau, S.A. 1991.
39. SECANELLA, Petra María. *El periodismo político en México*. México, Editorial Prisma. 1998.
40. SMITH, W. John. *Etología de la comunicación*. México, Editorial FCE, 1982.
41. STEIMBERG, Óscar. *Semiótica de los medios masivos*. Argentina, Editorial Atuel, 1993.
42. STRAUSS, Leo y Cropsey, Joseph. *Historia de la filosofía política*. México, Editorial FCE, 1993.
43. VAN Dijk, Teun. *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. España, Editorial Paidós, 1998.
44. Weil, Pascale. *La comunicación global (comunicación institucional y de gestión)*. España, Editorial Paidós. Comunicación No. 51. 1992.
45. YOUNG K. y otros. *La opinión pública y la propaganda*. España, Editorial Paidós, 1986.

Hemerografía:

☞ Principales diarios de circulación nacional:

Reforma

Director: Alejandro Junco de la Vega

México, Distrito Federal.

Periodicidad: Diaria

La Jornada

Directora: Carmen Lira Saade

México, Distrito Federal.

Periodicidad: Diaria

El Universal

Director: Juan Francisco Ealy Ortiz

México, Distrito Federal.

Periodicidad: Diaria

Milenio Diario

Director: Carlos Marín

México, Distrito Federal.

Periodicidad: Diaria

La Crónica de Hoy

Director: Pablo Hiriart Le Bert

México, Distrito Federal.

Periodicidad: Diaria

Revistas:

Proceso

Director: Rafael Rodríguez Castañeda

México, Distrito Federal.

Periodicidad: Semanal

Milenio Semanal

Director: Federico Arreola Castillo

México, Distrito Federal.

Periodicidad: Semanal