

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

***Facultad de Ciencias Políticas y Sociales***

**EL MANEJO INFORMATIVO DE LA PRENSA ESCRITA ANTE  
EL DEBATE PRESIDENCIAL DEL 6 DE JUNIO DEL 2006. (MI  
LENIO, LA JORNADA Y EXCÉLSIOR).**

**TESINA  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTA**

***Inés Hernández Arciniega***

***Asesora: Profa. Elina Sonia Hernández Carballido***



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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

*Para:*

*Cindy y Rafa*

*Gracias a:*

Elina Hernández Carballido *por su invaluable asesoría.*

Elodia Ríos Álvarez, *por que sin su apoyo quizás esto no lo hubiera realizado.*

Antonia Arciniega Morales, *el pilar que me ha sostenido durante toda mi vida,  
muchas gracias madre.*

Cintia Mayén Hernández, *mi brazo derecho.*

A mi padre, mi esposo y mi hijo.

A Gabi, Tania, Moni, Marisol, Make, Gustavo y Adriana.

*Gracias por su apoyo.*

## ***INDICE***

- INTRODUCCIÓN.	
1.-ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LOS DEBATES ELECTORALES	1
1.1 Los Debates electorales	1
1.2 Los Debates en México	8
2.- CARACTERÍSTICAS DE LOS DIARIOS SELECCIONADOS	15
2.1 <i>Excélsior</i>	19
2.2 <i>La Jornada</i>	27
2.3 <i>Milenio</i>	38
3.- ANÁLISIS INFORMATIVO DE LOS DIARIOS	43
3.1 La nota informativa	43
3.2 Metodología	47
3.3 Análisis del discurso	51
- Conclusiones	81
- Bibliografía	85
- Anexos	91

## **INTRODUCCIÓN.**

Desde 1988 en que Carlos Salinas de Gortari llegó a la presidencia de la República Mexicana, en la sociedad se empezaron a vivir cambios políticos de importancia para México. Una crisis política se gestó y provocó que tanto los partidos políticos como la misma sociedad se vieran envueltos en una incertidumbre que demandaba el surgimiento de nuevas estrategias electorales, los partidos políticos advirtieron la necesidad de recurrir a otras tácticas para lograr la credibilidad que en los mexicanos se había perdido, se abrió un espacio para terminar con la dictadura partidista.

Las campañas electorales tuvieron que buscar nuevos caminos para lograr el interés de la gente y aún más obtener un voto a favor de sus candidatos.

El debate presidencial hace su aparición en estos momentos como un arma electoral, los candidatos confrontando sus propuestas o proyectos de gobierno ante las cámaras de televisión y para toda la nación, se convertía en una gran oportunidad para ganar adeptos y, a la vez, una magnífica ocasión para que el electorado, deseoso de encontrar al candidato idóneo, conociera a los candidatos que pretendían gobernar el país.

El debate presidencial inició el camino a la democracia, el abstencionismo disminuyó, la dictadura partidista desapareció y en estos cambios los medios de comunicación jugaron un papel preponderante, es a través de estos que las campañas electorales llegan a la sociedad a tal grado que se dice que “la política es básicamente lo que los medios transmiten.”<sup>1</sup>

El proceso electoral del año 2006, de igual manera, utilizó todas las estrategias posibles para que los candidatos lograran el triunfo; en estos momentos la crisis política se acentuó más debido a que el cambio político tan deseado el sexenio pasado no rindió los frutos esperados, la idea constante de un fraude electoral por parte del Estado era una constante que manejaba el diario *La Jornada* y más aún denunciaba que este fraude contaba con la colaboración de los dueños de los medios de comunicación.

En este contexto surge esta investigación, si la prensa es un medio de comunicación masiva cuyo principal objetivo es informar, ¿ante estos acontecimientos que papel juega?, ¿la información que pública manifiesta apoyo a algún candidato presidencial?

Varios son los estudios que demuestran que las noticias no sólo dependen de los hechos sino también de la estructura organizativa de la producción de noticias.

---

<sup>1</sup> Tuesta Soldevilla, Fernando, “El silencio de las encuestas”, *Revista Mexicana de Comunicación*, mayo junio 2000, p.4.

Tuchman en su estudio acerca de la producción de noticias describe esta rutina como la materialización de los procesos institucionales “los reporteros se hallan inmersos en instituciones burocráticas donde la validez de las noticias acerca de ciertos sucesos puede negociarse entre los miembros de las instituciones periodísticas y las organizaciones objeto de la información”.<sup>2</sup>

La nota informativa, es el género periodístico que debe tener como principal característica la objetividad, de tal manera que a través de un análisis del discurso, se determinara si los diarios mexicanos en sus notas informativas presentadas en sus primeras planas, -considerando que las notas seleccionadas ya por haberse publicado en esta parte del periódico tienen cierto valor- muestran apoyo a algún candidato presidencial.

De tal manera, el debate presidencial que se realizó el 6 de junio del 2006 se convirtió en un acontecimiento importante en la recta final de las campañas electorales que nos permitiría analizar el manejo informativo de la prensa.

Para este fin se seleccionaron tres diarios con cobertura nacional, con prestigio y tomando en cuenta la referencia ideológica que de ellos se menciona. Bajo estas referencias se eligieron:

---

<sup>2</sup> Van dijk , Teun, *La noticia como discurso, comprensión, estructura y producción de la información*, p.22.

**La JORNADA**, este diario se define abiertamente cargado a la izquierda con la salvedad de ser “un instrumento de comunicación no subordinado a intereses particulares, ni a las decisiones mercantiles de un puñado de inversionistas”.<sup>3</sup>

**MILENIO** “Hacemos periodismo preciso, veraz y oportuno, con un estilo joven, atrevido y de investigación único, en formato europeo. Un estilo particular con contenidos informativos que van más allá de la narración fría e impersonal”.<sup>4</sup>

**EXCÉLSIOR** declara que la misión que cumple es “participar con responsabilidad intelectual y moral en la trascendente función política de informar parcialmente al margen de intereses políticos y económicos. Formar opinión pública dentro del pluralismo, por medio de una amplia y equilibrada información y con un contenido editorial que representa en sí la columna vertebral del diario”.<sup>5</sup>

Para lograr este objetivo la investigación se dividió en tres capítulos. En el primero de éstos se da respuesta a tres cuestiones: ¿qué son los debates electorales?, ¿cuál es el precedente inmediato de los debates en México?, y finalmente, se exponen los principales debates realizados en México.

Para comprender la importancia de los diarios en la vida nacional, así como para determinar si estos manifiestan alguna tendencia electoral, se consideró necesario revisar brevemente algunos acontecimientos históricos de cada uno de los diarios elegidos quedando registrados en el segundo capítulo.

---

<sup>3</sup>Arrieta Nieto, Laura, *La prensa escrita durante el proceso electoral 1988*, p.122.

<sup>4</sup>www.multimedios-com.mx Editorial Multimedios,” Historia” , mayo 2006.

<sup>5</sup> Arrieta Nieto, Laura, *op cit.* p.126.

En el tercer capítulo se revisan algunas definiciones de noticia para determinar las principales características de la nota informativa, se detalla la metodología a seguir para realizar el análisis del discurso de las notas informativas.

Finalmente, se analizan los discursos tomando como base las macrorreglas que propone Teun A. Van Dijk. Es necesario mencionar que esta investigación se realiza con la finalidad de que quede registrado, el papel de la prensa en este momento que será de relevancia histórica para la nación.

## CAPÍTULO I

### ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LOS DEBATES ELECTORALES.

#### 1.1 LOS DEBATES ELECTORALES

Debatir es la discusión de opiniones contrapuestas entre dos o más personas; “los debates electorales originalmente se consideraban el arte de la discusión, pero actualmente son considerados como el arte de la persuasión. Consisten en la exposición de principios, plataformas, personalidades y antecedentes de candidatos y partidos, para lo que se reúnen en un lugar determinado quienes vayan a contender, generalmente frente a las cámaras de televisión.”<sup>1</sup>

Según el Instituto Nacional de Estudios Políticos (INEP) el debate político electoral se ha convertido en un deber cívico de los candidatos, de gran utilidad para el electorado ya que representa la oportunidad de comparar propuestas, características y habilidades de los candidatos, permite analizar y evaluar los proyectos de cada candidato.

Una de las principales cualidades de éstos es que ofrecen a los electores información de primera mano, las campañas electorales proporcionan información esporádica y, por consecuencia, con limitaciones marcadas. Los votantes adquieren la información de los medios masivos, pero son declaraciones que ya tuvieron un proceso de injerencia por analistas, periodistas o politólogos.

---

1 [www.inep.org-portal](http://www.inep.org-portal) INEP, “Debates entre candidatos,” julio del 2006.

Los debates presentan ventajas y desventajas para los candidatos. Si la elección parece cerrada y los principales candidatos tienen duda acerca del resultado, el debate puede convenir a todos, pero si no es así, quien va adelante no tiene muchos incentivos para debatir, pero como éste se considera un deber ciudadano. Quienes los rehúsan pueden ser atacados por sus opositores, la prensa y los medios de comunicación, de tener algo que ocultar, de temer a la verdad o de que son débiles e incapaces de defender sus propias posiciones políticas frente a alguien que sí las puede rebatir.

Los debates, de acuerdo con el INEP, no influyen decisivamente en la mayoría de los electores, pero si la elección es muy competida pueden tener impacto suficiente como para decidir el triunfo o la derrota. Su relativa influencia se deriva del hecho de que los electores, ya decididos a favor de un candidato, tienden a bloquear la información incompatible con sus preferencias mediante el proceso de percepción selectiva. Sin embargo, los indecisos, los poco interesados e informados en cuestiones políticas, pueden decidir con base en el desarrollo de debate, además, la cobertura de los comentarios de los medios pueden influir, también, en la percepción que el elector tiene del debate.

El debate resulta una oportunidad para manifestar los programas de partido y tratar de construir una imagen del candidato. Puede contribuir a forjar una cultura de tolerancia, de discusión y de crítica. En otros países, el debate entre candidatos no inicia la discusión política en la televisión, más bien, la culmina antes de la elección.

En muchas democracias, los congresistas, los burócratas, los especialistas, los líderes de opinión discuten permanentemente en los estudios de televisión iniciativas de ley,

propuestas o alternativas a problemas que no se solucionan, asuntos internacionales, y no sólo en periodos electorales.

“El que los candidatos a la Presidencia de la República debatan y se critiquen mutua y públicamente (y qué más público que la televisión) puede contribuir, por ejemplo, a acostumar a candidatos y sobre todo a presidentes a explicar su conducta, a responder por sus actos , a rendir todas las cuentas”.<sup>2</sup>

Sin duda alguna, el debate se ha convertido en un arma política o una necesidad de los ciudadanos que les permite medir fuerzas o debilidades de cada candidato y valorar si sus ofertas van de acuerdo con sus necesidades.

La mejor muestra representativa de debates presidenciales resultan ser los llevados a cabo en los Estados Unidos de Norteamérica, en donde forma parte de la cultura política y se han hecho una costumbre. Incluso, la realización de éste cuenta con una institución La Comisión de Debates Presidenciales (CDP), que se encarga cada cuatro años de organizarlos.

Esta estrategia política se efectuó por primera vez en el año de 1960 con el debate entre los candidatos Kennedy y Nixon, que se enfrentaban a una elección muy cerrada, la más cerrada en la historia de E. U. y que finalmente favoreció a Kennedy.

La CDP proporcionó cifras oficiales en las que se estimó que entre el 60 y el 65% de los norteamericanos vieron el primer debate por televisión.

---

<sup>2</sup> Alonso Lujambio, "Tres loas por un debate," *Reforma*, México, 13 de mayo de 1994, p.10

“El debate protagonizado por Nixon y Kennedy el 28 de agosto de 1960, fue calificado como el primer gran debate en la historia de la televisión norteamericana. Mientras que algunos lo consideraron como un “debate mítico en la historia de la democracia mundial”, para otros no fue el acontecimiento definitorio para que Kennedy accediera a la Casa Blanca. Sin embargo, Marshall McLuhan, teórico canadiense de la comunicación, consideró que los contenidos de los debates de 1960 eran irrelevantes, pero decisivos en términos de imagen.”<sup>3</sup>

Estados Unidos tiene una tradición referente a los debates políticos, a lo largo de sus campañas presidenciales suelen celebrar tres. El primero enfrenta a los candidatos a la presidencia que discuten sobre asuntos de política interna de la nación. En el segundo, los aspirantes a la vicepresidencia miden sus fuerzas. En el tercero se discute sobre relaciones exteriores.

En 1976, Ford y Carter contendieron varios debates. Uno donde trataron los temas importantes de la economía, otro para tratar asuntos de política exterior y en el tercero presentaron varios temas, pero en el posdebate se prestó más atención a cuestiones de personalidad.

“En 1980 se celebraron debates entre Reagan-Anderson y Reagan-Carter. En el primero Carter no participó para restarle credibilidad a Anderson como candidato presidencial.”<sup>4</sup>

Según Stephen Hess durante el debate entre Reagan y Anderson, ambos mostraron su fuerza. Mientras Anderson proyectó más capacidad intelectual y fue más directo en sus

---

<sup>3</sup> Stephen Hess, *La Campaña Presidencial*, Gernika, México, 1980 p.103

<sup>4</sup> *Ibidem*, p.109

temas, Reagan estuvo más relajado. “el público puso a Regan como un plausible presidente, no como el paranoico que declararía la guerra nuclear en su primer día en la Casa Blanca”<sup>5</sup>

El que Carter no hubiera participado en este debate limitó sus posibilidades para enfrentarse a Reagan. El 6 de junio anunció: “Si quieren mostrar el macho de los Estados Unidos, es ésta una excelente oportunidad para llevar a nuestro país hacia la guerra” y el 28 de octubre de 1980 se llevó a cabo un encuentro entre ambos, cada candidato abordó temas estratégicos de campaña. Mientras Carter habló de beneficio social y derechos civiles, Reagan planteó la problemática de la inflación y el desempleo.

El debate realizado en 1980 entre Reagan y Carter fue transmitido por la televisión mexicana y poco después se difundieron resultados de encuestas telefónicas inmediatas, en las que Reagan había ganado.

“En Estados Unidos el debate político es un ejercicio que concierne a los ciudadanos, debido a que cuenta con un sistema de equilibrios y contrapesos, y una cultura de participación ciudadana sobre temas políticos del país. El elector deja de ver la política como algo alejado, se siente tomado en cuenta y tiene acceso a opiniones e información”.<sup>6</sup>

Para el debate de 1984 los medios de comunicación jugaron un papel importante al otorgar todo su apoyo al presidente Reagan que buscaba la reelección.

---

<sup>5</sup> Ibid, p.110

<sup>6</sup> Castillo Montes, Luis Salvador, *El debate político por Televisión*, UNAM, México, 1996, p.51

“Los noticiarios televisivos adoran a la presidencia. Tal vez no les guste el presidente en funciones, tal vez no les guste ningún presidente, pero su cargo se ha convertido en el sinequanon del periodismo en cadena”.<sup>7</sup>

En 1988 se celebraron debates entre Dukakis y Bush. En el primero de ellos se le otorgó una ligera ventaja a Dukakis pero, para el segundo debate, George Bush llegaba con ventaja en las encuestas y la inseguridad del candidato demócrata en el debate llevaron a Bush a la victoria.

En 1992 la estructura del debate cambió de uno a uno a uno entre dos. Esta vez, el debate se realizó entre George Bush, Bill Clinton y Ross Perot.

De acuerdo con Michael Kramer, articulista de *Time*, la estrategia republicana se concretaba en crear dudas razonables sobre las iniciativas nacionales de Clinton, para empequeñecer su imagen y pasar después a minar su imagen personal, cuestionando su autoridad moral. Y que enfrentara gustoso las críticas de Perot, lo mismo que las de Clinton.

“Pero, al contrario de las expectativas republicanas, Perot creció en detrimento de la imagen de Bush, la estrategia de Bush fracasó y Clinton pudo robustecer su imagen en los debates. De hecho, la situación económica del país y la política doméstica, fueron dos temas que aprovechó en contra del presidente”.<sup>8</sup>

En Europa los debates electorales empezaron en la década de los setenta. En Francia se celebraron debates entre los candidatos en las elecciones de 1974 y 1981. En Alemania

---

<sup>7</sup> Hess , *Op.cit.*, p.110.

<sup>8</sup> Castillo, *Op.cit.*, p.64.

Federal en 1972, 1976 y en 1980. En España nunca se ha logrado un debate en campaña presidencial, aunque desde 1977 se hayan hecho propuestas para tal efecto.

## 1.2 LOS DEBATES EN MÉXICO

Mientras en nuestro país vecino los debates son una práctica arraigada, en México por lo menos hasta 1994 eran un acontecimiento ajeno a nuestra realidad, que se convirtió en una necesidad, debido al contexto histórico por el que atravesaba el país.

Durante las campañas electorales de 1994 la sociedad mexicana ya no se encontraba al margen de esta situación, varios fueron los hechos que determinaron el cambio de mentalidad de la población:

Las elecciones presidenciales de 1988 se habían desarrollado en un ambiente conflictivo. La revuelta Zapatista en diciembre de 1993 y el asesinato del candidato priista a la presidencia, provocaron que la sociedad mexicana tuviera la necesidad de constatar la veracidad y legalidad del proceso electoral, de interesarse en escuchar un debate de ideas, de nuevas opciones. Aunado a esto, los partidos de oposición tenían una evidente apertura del medio televisivo.

“La escena política en la que se desenvuelve la campaña electoral de 1994 estuvo conformada por diversos componentes políticos, como las elecciones federales y locales, el asesinato de Luis D. Colosio; económicos como el Tratado de Libre Comercio, la apertura económica y las políticas anti inflacionarias; y sociales como el levantamiento de Chiapas, el desempleo, el narcotráfico y la inseguridad”.<sup>9</sup>

Los medios de comunicación a través de sus editoriales, comentarios, artículos de opinión, expresaron que ante la situación política urgía la realización de una

---

<sup>9</sup> Méndez Fernández, Maria, *Campañas electorales: la modernización en Latinoamérica*, Trillas, México, 2003, p70.

confrontación de ideas, para así impedir el aumento en el deterioro de la libertad de expresión y de la democracia.

Ante esta situación, los candidatos a la presidencia de México por los partidos Demócrata Mexicano, Unión Nacional Opositora (PDM-UNO), Pablo Emilio Madero, y de los partidos del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional (PFCRN), Rafael Aguilar Talamantes; y Verde Ecologista de México (PVEM), Jorge Gonzáles Torres, se reunieron en el Instituto Federal Electoral para plantear sus propuestas y programas en el primer debate televisado que tuvo relevancia sólo por ser el primero en su tipo.

El 28 de noviembre de 1993 después de que el PRI nominó a Luis Donaldo Colosio y de considerar la candidatura de Diego Fernández de Cevallos (candidato del PAN), Cárdenas (representante del PRD) anunció que enviaría una invitación a Colosio para debatir.

Después de la trágica muerte de Luis Donaldo Colosio, fue Ernesto Zedillo quien el 24 de abril de 1994, anunció una invitación a los candidatos del PRD y PAN a debatir.

Así llegó la fecha del debate el 12 de mayo de 1994. Las tres principales fuerzas políticas de la nación se enfrentaron en un ambiente de controversias ideológicas. La temática fue delineada por Cárdenas, Zedillo y Fernández y determinó el orden de las prioridades para los mexicanos: inseguridad, injusticia y corrupción.

Cada quien con su estilo, los tres candidatos proporcionaron a la ciudadanía mexicana sus propuestas en las que había un común denominador: *El cambio*.

“...Si todos estamos de acuerdo en que el cambio es urgente, debemos coincidir en que no queremos cambiar, doctor Zedillo para que todo quede igual, ni tampoco señor Cárdenas , para que volvamos a un pasado que no debe regresar...” dijo *Diego Fernández de Cevallos*.

Los medios de comunicación nacionales e internacionales iniciaron un debate del debate, con un protagonismo sobresaliente en el medio periodístico, en el que intervinieron analizando el proceso politólogos, e intelectuales.

“Los tres, en los vértices de un triángulo. Los tres, en la ruleta de la contienda política. Los tres, en horario triple A. Para los televidentes, parte de cada uno de ellos, del tórax a la cabeza, lo que las rígidas formas convenidas por sus representantes aceptaron, lo que captaban las cámaras(...)Y partes también, fugaces, de los movimientos de las manos. Plenas sí, las expresiones faciales, los gestos, y las voces, y mostrados en algo los estados de ánimo... Así, fue Diego Fernández de Cevallos el enfático, el expresivo, el dominador de la escena. Y Ernesto Zedillo el sereno, sonriente, pero también frío, y en un momento, inocultablemente molesto. Y Cuauhtémoc Cárdenas, con el gesto duro, adusto, y en tres ocasiones, con un atisbo de sonrisa, cuando intentó ser irónico...

Los tres a cada uno por separado, ante la mayor audiencia jamás reunida en la historia del país, para escuchar a candidatos a la presidencia de la república. Tres hombres, cada uno en su vértice, encerrados en circular foro, de cara a la nación”.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Samaniego, Fidel, " Debate abierto, acusaciones que encontraron respuesta" *El Universal*, 13 mayo 1994, p.16.

“Para el candidato del PRI, “El debate permitió a los electores tener elementos de juicio sobre los candidatos del PRI, PAN y PRD.”<sup>11</sup>

“Ayer se demostró que la democracia mexicana se está fortaleciendo. Se demostró que el PRI está a la vanguardia del cambio democrático en nuestro país. Corresponde ahora a las otras fuerzas políticas optar por ese camino. Es un camino en el cual creemos todos los mexicanos. Es un camino que quien no lo tome será rechazado por el pueblo de México”, *Ernesto Zedillo*.<sup>12</sup>

“Es importante seguir confrontando nuestras ideas y propuestas. Yo en este caso, preferí aprovechar el tiempo para señalar algunas cuestiones que consideré importantes que quedarán en el ánimo de la opinión pública, más que contestar a ataques infundados”, *Cuauhtémoc Cárdenas*.<sup>13</sup>

“Estoy dispuesto a seguir debatiendo, a seguir confrontando ideas, planteamientos y plataformas. Vamos a superar el mal gobierno a acabar con el hambre y a alcanzar la democracia”, *Diego Fernández de Cevallos*<sup>14</sup>

El inicio del nuevo siglo trajo consigo la decadencia de la dictadura partidista en México, después de 71 años.

“La crisis económica de los ochenta tuvo como consecuencia fundamental limitar poderosamente la capacidad estatal de beneficiar a las masas, demandantes de recursos.

---

<sup>11</sup> Monge Raúl, “Envalentonado Zedillo defiende al PRI, al que nunca menciono durante el debate” *Proceso*, 16 de mayo 1994, p.9

<sup>12</sup> *Ibidem*

<sup>13</sup> *Ibid*, p.7

<sup>14</sup> *Ibidem* p.8

En el terreno político la evolución constante de la oposición y el surgimiento de una pluralidad de actores políticos que ya no formaban parte del aparato hegemónico, confluyó en la configuración de nuevas condiciones para la lucha por el poder. La creciente pérdida de credibilidad en el gobierno especialmente de las clases medias, por las promesas incumplidas; la deslegitimación del PRI, el rechazo a un régimen autoritario, así como el avance de la conciencia política de amplios sectores, fueron elementos que propiciaron una mayor demanda de democratización el país.”<sup>15</sup>

En estas condiciones se desenvolvían las campañas electorales para presidente en el año 2000, los actores de la contienda estaban representados por: Francisco Labastida Ochoa, por el PRI; Vicente Fox Quezada que representaba la alianza del PAN y el Partido Verde Ecologista (PVE); el ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, por el Partido de la Revolución Demócrata (PRD) y conformada también por otros partidos menores, denominada Alianza por México; Manuel Camacho Solís, por el Partido del Centro Democrático (PCD). Gilberto Rincón Gallardo, por el Partido de la Democracia Social (PDS) y Porfirio Muñoz Ledo por el Partido Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM).

En estos momentos la sociedad mexicana y los candidatos a la presidencia de la República se encontraban unidos por un objetivo, terminar con la dictadura partidista.

“...el hombre a derrotar y lo he dicho en muchas ocasiones es Francisco Labastida, el candidato que representa la corrupción, que representa los vínculos con el crimen organizado y con el narcotráfico”: *Cuauhtémoc Cárdenas*

---

<sup>15</sup>Méndez Fernández, *Op. Cit.*, p.64

“Se necesita carácter, firmeza y un verdadero liderazgo para acabar con 70 años de corrupción, pobreza y desesperación”: *Vicente Fox Quezada*.

Así, las elecciones del año 2000 tuvieron como precedente dos debates, uno el 23 de abril y el otro el 26 de mayo, de gran relevancia, ya que días antes de su realización generó controversias, críticas y una mayor atención por parte del electorado, previo a su realización tuvo como antesala un debate del debate. Todo dio inicio el 20 de mayo, por la noche los representantes de Labastida, Fox y Cárdenas se reunieron para llegar a acuerdos sobre el mismo, “habíamos llegado a acuerdos prácticamente de todo: horario, formato, rondas, temas, relata el senador Rodolfo Elizondo. Dos puntos atoraron el acuerdo, La anticipación con que debería efectuarse el sorteo para las intervenciones y definir a los entrevistadores”.<sup>16</sup>

Pero al día siguiente los representantes de Cárdenas y Labastida culparon a Vicente Fox de cancelar el debate.

El lunes 21 por la noche, los tres candidatos aparecieron simultáneamente, a control remoto en el noticiero de Televisa y Cárdenas reiteró la invitación que había dirigido por escrito a los otros dos candidatos para reunirse al día siguiente y decidir los términos del debate. Labastida y Fox aceptaron.

---

<sup>16</sup> Ortiz Pardo y Ortiz Pinchetti, “La Historia del Martes Negro”, *Proceso*, 20 de mayo del 2000, p.14

El martes por la mañana, por medio de llamadas telefónicas, los candidatos a la presidencia acordaron reunirse por la tarde en la casa de campaña del PRD para negociar las condiciones del debate, así, ante las cámaras en un debate del debate decidieron que se realizaría el día 26 de mayo.

“...los tres bandos se enfrascaron en nuevas negociaciones que, en buena medida resultaron televisivas y generaron varias interesantes rondas de “debate sobre el debate” de por sí ilustrativas para la ciudadanía... El episodio constituye una bocanada de aire fresco y transparente en la vida política nacional, la cual está saliendo de décadas de acartonamiento y formalismos solemnes. La imagen de tres candidatos sentados en el jardín de la casa de campaña de uno de ellos, obligados a la improvisación frente a los medios y sin más guión que su propio entendimiento, fue, en esta perspectiva un acontecimiento refrescante y positivo”.<sup>17</sup>

El debate se llevó a cabo como se había previsto: inicialmente Fox acusó a Cárdenas de ser aliado de Francisco Labastida, lo que provocó que Cuauhtémoc Cárdenas buscara deslindarse de tal acusación, dedicándose la mayor parte del debate a atacar al candidato priista.

“El candidato del PAN pudo, de este modo, dedicarse más a la exposición de sus propuestas que al denuesto de sus rivales. Y lo hizo con claridad.”<sup>18</sup>

Francisco Labastida en cambio “No pudo escapar al acoso de los otros dos. El formato del debate le impidió responder y defenderse en varias ocasiones. Pero tampoco se esforzó mucho en hacerlo. Intentó centrar el debate en las cosas de fondo, aunque poco logró. Se quedó con los raspones infligidos por Cárdenas y Fox, y se vio con pocos recursos y sin agilidad”.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> “Fox y T. V. Azteca, en evidencia”, en *La Jornada*, 24 de mayo del 2000. p.2.

<sup>18</sup> Francisco Ortiz, “Fox en el debate”, *Proceso*, 28 de mayo del 2000, p.16.

<sup>19</sup> Carlos Acosta, “Labastida en el debate”, *Proceso*, 28 de mayo, p.24

## CAPITULO 2.-

### CARACTERÍSTICAS DE LOS DIARIOS SELECCIONADOS

En México como en todos los países del mundo los medios masivos de comunicación están sujetos a una serie de intereses políticos, económicos y sociales.

La prensa escrita desde sus inicios surgió como un medio a través del cual se hacían escuchar las ideas políticas o donde se llevan a cabo las luchas ideológicas, así en los diarios era donde se criticaba o apoyaba la lucha insurgente. En el siglo XIX diarios como *el Monitor Republicano* y *El Universal* representaron una clara muestra de que los diarios eran verdaderos medios de comunicación a través de los cuales se expresaban las ideas de los partidos liberal y conservador.

La prensa formalmente se constituyó como un medio en donde se hacían escuchar los distintos miembros de la sociedad con cierto poder político, como lo fueron, y lo son los grupos políticos, empresariales, de presión y la élite gobernante.

“Las diversas formaciones políticas, partidos, ligas o clubes buscan, también por su parte, dirigir la información en forma que les favorezca. Y esto se nota más cuanto que la prensa fue en primer lugar y esencialmente, partidaria y expresión de partidos o tendencias políticas y porque, además, los grupos políticos tienen necesidad de captar la

opinión por los medios más masivos de comunicación y por los más expeditivos que la propaganda de persona a persona y de puerta en puerta”.<sup>1</sup>

“Para el siglo XX la prensa mexicana cambió radicalmente después del fin de la Segunda Guerra mundial y al calor de los nuevos acontecimientos, los diarios mexicanos se dieron a la tarea ya no de mantener luchas ideológicas como antaño, sino de convertirse en medios publicistas, más que de información. *El Universal* y el *Excélsior*, fueron de los primeros en integrarse a este nuevo modo de hacer periodismo”.<sup>2</sup>

Sin embargo, en cuestión de política la prensa nacional se limitaba a proyectar la imagen de un solo candidato y a legitimarla.

“Las políticas de comunicación en estos sexenios (1930 a 1988) coartaban la libertad de expresión de los medios y el papel del gobierno se concentró en la regulación de la información, como una especie de filtro a través del cual debían precipitarse para después hacerse extensivo de la opinión pública”.<sup>3</sup>

Pero para finales del siglo XX, el escenario político de México empezó a cambiar, la crisis económica de los años ochentas, la evolución constante de la oposición y el surgimiento de una pluralidad de actores políticos determinó nuevas condiciones para la lucha por el poder.

---

<sup>1</sup> Foliet Joseph, “La información hoy y el derecho a la información”, en Aguilar Mendoza, Diana, *La Prensa nacional y las campañas políticas de 1994*, UNAM, 1996, p.23.

<sup>2</sup> Aguilar Mendoza, Diana, *La Prensa Nacional y las campañas políticas de 1994*. p.18

<sup>3</sup> *Ibidem*, p.89.

“En este marco, la creciente pérdida de credibilidad en el gobierno, especialmente en la clase media, por las promesas incumplidas, la deslegitimación del PRI, el rechazo a un régimen autoritario, así como el avance de la conciencia política de amplios sectores sociales, fueron elementos que propiciaron una mayor demanda de democratización en el país.”<sup>4</sup>

Continuando el camino hacia la democracia, en la década de los noventa las campañas políticas empiezan a cambiar, se transforman siguiendo en gran medida el modelo norteamericano, el elector en estos momentos tiene varias opciones para elegir, por ello los partidos y candidatos recurren a herramientas y técnicas que los conduzcan al triunfo.

Las encuestas, los debates, el telemarketing, entre otros, se convierten en medios para las estrategias de campaña.

El uso de los medios de comunicación era indispensable para intentar convencer al electorado: la radio y la prensa empezaron a jugar un papel importante en este proceso debido a su relativo bajo costo.

“En otras palabras, quienes aspiran a cargos de elección popular, y por ende a los distintos segmentos del poder político, no pueden desestimar la necesidad de aparecer regularmente en el escenario informativo de los medios, pues su presencia e incidencia mediática se traduce en popularidad y/o convencimiento, que a su vez puede trocarse en votos.”<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Méndez Fernández, *Op. Cit.* p.65.

<sup>5</sup> Martínez, Omar Raúl, “Datos duros sobre monitoreos de coberturas electorales”, *Revista Mexicana de Comunicación*, mayo-junio 2000. p.5.

Así la prensa moderna se convierte en un instrumento popular con un amplio poder de opinión y de influencia sobre las masas, de tal manera que tiene control de la realidad ya que determina la información que incluye en sus diarios otorgando un valor a la realidad.

“Las elecciones de 1988, 1994, 1997 y 2000, fueron un fuerte y decisivo impulso que abrió a la prensa posibilidades de acción, que se habían cerrado. Por medio de la información que manejó sobre los temas políticos y el tratamiento informativo que hizo de los mismos fue un elemento indispensable para las agrupaciones políticas en el desarrollo de sus intereses políticos, pues ello fue determinante en cuanto a la opinión política que generó en sus lectores. Los asuntos de política recibieron una cobertura más amplia y se dedicaron más espacios e integraron a representantes de los grupos sociales, empresarios, académicos, intelectuales, como colaboradores para debatir el nuevo momento que vivía el país.”<sup>6</sup>

Al momento de interpretar la información, de realizar análisis, de poder emitir una opinión, sobre los acontecimientos, la prensa se convierte en un medio indispensable en el proceso electoral.

---

<sup>6</sup> [www.etcetera.com.mx](http://www.etcetera.com.mx), “Influencia Política” junio 2006.

## 2.1 EXCÉLSIOR

EL diario *Excélsior*, fundado el 18 de marzo de 1917 por Rafael Alducin surgió como oposición a *El Universal* para combatir el movimiento constituyente.

En 1926 se registró el primer conflicto en el diario cuando se opuso a la política gubernamental, no estaba de acuerdo con el gobierno en la disputa Iglesia-Estado; el diario apoyó el movimiento de los cristeros. El Presidente Calles acusó de insurrección a dos de sus colaboradores, José Elguero y Victoriano Salado Álvarez, y ordenó su deportación a Estados Unidos; hubo conflictos internos en el diario y Calles dio la orden para que el Banco de México lo comprara.

En 1931 debido a una crisis en la dirección existieron problemas laborales que lo llevaron a una huelga y al cierre temporal.

Este diario a lo largo de sus casi cien años de vida ha enfrentado varios conflictos que han sido consecuencia de la manifestación ideológica de sus escritores.

“En 1932 los trabajadores no estuvieron de acuerdo con su cierre definitivo y fundaron una cooperativa, bajo la dirección de Rodrigo de Llano, en esta etapa el diario tuvo un carácter conformista y oficioso”<sup>7</sup>.

En 1963, bajo la dirección general de Manuel Becerra Acosta, los puestos directivos y el Consejo de Administración se encontraban divididos por presentar tendencias ideológicas divergentes.

---

<sup>7</sup> Arrieta Nieto, Laura, *La prensa escrita durante el proceso electoral 1988*, UNAM, p.25.

En 1968 el diario cambia de dirección y manifiesta una fuerte crítica contra la masacre de Tlatelolco; el gobierno realiza un atentado dinamitero contra el edificio del periódico responsabilizando a la izquierda; Julio Scherer García asume la Dirección General, a partir de esta fecha en su política editorial se manifiesta una apertura a la crítica de quienes forman parte del poder tanto económico como político.

En 1970 “con el historiador Daniel Cosío Villegas como centro delantero, le tomaron la palabra al presidente Luis Echeverría y se dedicaron a ejercer la libertad de expresión. Dirigidos por Julio Scherer, Gastón García Cantu, Samuel L del Villar, Froylan López Narváez, Antonio Delhumeau, Carlos Monsivais, Jorge Ibarguengoitia, Vicente Leñero, Ricardo Garibay, Luis Medina, entre otros, conformaron el equipo de editorialistas y junto a un cuerpo de reporteros de primera línea convirtieron al *Excélsior* en el principal periódico del país y en buena medida revitalizaron el periodismo mexicano, que se hallaba en densos pantanos de manipulación, corrupción y falta de imaginación. La actitud crítica de *Excélsior* más tarde le acarreó problemas con el gobierno y con la iniciativa privada, que en más de una ocasión lo sometió a boicots para doblegarlo. Pero, a principios del sexenio de Luis Echeverría nada de eso ocurría y el periódico era un éxito”.<sup>8</sup>

De acuerdo con el escritor José Agustín, durante este sexenio el presidente había hablado tanto de libertad de expresión que no pudo evitar que los periodistas y editorialistas de *Excélsior* lo criticaran con gran lucidez en muchas ocasiones, por lo que este periódico se convirtió en el más leído e influyente del periodo, además de que se ganó un buen prestigio internacional.

---

<sup>8</sup> José Agustín, *Tragicomedia mexicana 2*, Planeta, México, 2004, p.19.

En 1976 Luis Echeverría disgustado porque *Excélsior* no se prestaba al juego de simular una actitud crítica, hizo que se invadiera el fraccionamiento Paseos de Taxqueña, que pertenecía a la cooperativa del periódico, esto dio pie a que otro grupo de la cooperativa, encabezado por Regino Díaz Redondo, se opusiera a la dirección de Scherer. Este grupo contaba con el apoyo del gobierno y convocó a una asamblea extraordinaria para derribar a Scherer García y al gerente general Hero Rodríguez Toro. “Los colaboradores del periódico a última hora decidieron responder con un manifiesto que se publicaría en la última página de la primera sección, “la más solicitada por los publicistas, donde se anunciaba El puerto de Liverpool”, para apoyar a la dirección y a la gerencia general, y para avisar que los firmantes no colaborarían con una dirección ilegítima. Las firmas eran entre otros, de Heberto Castillo, Gastón García Cantu, Miguel Ángel Granados Chapa, Jorge Ibaranguoitia, Vicente Leñero, Froylán López Narváez, Enrique Maza, Luis Medina, Carlos Monsivais, José Emilio Pacheco, Carlos Pereyra, Abel Quezada, y Samuel I. del Villar.”<sup>9</sup>

Este manifiesto nunca se publicó, ya que los opositores lo retiraron de las máquinas en la madrugada y el 8 de julio de 1976 la página mencionada apareció en blanco. Ese mismo día se llevó a cabo la asamblea, la gente de Díaz Redondo tenía el control total y la gente de Scherer mejor se retiró.

No obstante, se denunció la maniobra en todos los medios y en el extranjero así como a la opinión pública de los que recibieron apoyo sin reservas y en noviembre del mismo año lograron sacar la revista *Proceso*.

En 1977 el diario *Excélsior* tenía gran éxito con la columna “Red Privada” de Manuel Buendía Téllez Girón. “Resultaba insólito lo que el columnista sabía y se atrevía a

---

<sup>9</sup> *Ibidem*, p.121.

público. Era un hecho que casi todo el gobierno se acostumbró a filtrar noticias a Buendía, y como él mismo tenía un efectivísimo sistema de investigación periodística escribía con una ironía filosa y disponía de un archivo privilegiado, casi nadie se quería perder la Red Privada. Además de Buendía, José Luis Mejías también era leído a través de su columna Los Intocables, y la planta de colaboradores se hizo fuerte con Margarita Michelena y Mauricio Gonzáles de la Garza”.<sup>10</sup>

En la década de los 80 la dirección del periódico declaraba que la misión que cumplía era “participar con responsabilidad intelectual y moral en la trascendente función política de informar parcialmente al margen de intereses políticos y económicos, formar opinión pública dentro del pluralismo por medio de una amplia y equilibrada información sobre acontecimientos nacionales e internacionales, y con un contenido editorial que representa en sí la columna vertebral de la publicación .... El diario agregaba, nuestra ideología consiste en señalar los problemas nacionales e internacionales, para contribuir a que se resuelvan.”<sup>11</sup>

Según el escritor Raúl Trejo Delarbre La escuela del *Excélsior* de los años setenta se extendió e incluso, no desapareció del todo en ese mismo diario. Aunque con altibajos, el periódico mantuvo parte de la calidad que había logrado en la administración anterior y, por mucho que les pesara a quienes habían salido de él y a los lectores que simpatizaban con ellos, al menos durante 10 años más *Excélsior* siguió siendo el diario más importante de México.

“Una de las claves de su éxito era la complacencia del gobierno que no sólo patrocinaba generosamente cada edición, sino que lo favorecía con informaciones

---

<sup>10</sup> *Ibid*, p.162.

<sup>11</sup> López Mónica, *Op. Cit.* p.72

exclusivas o privilegiando a sus periodistas. Otra, era el profesionalismo que distinguió a muchos de los reporteros y escritores de este periódico. En sus páginas tamaño diario, cuya diagramación cambió poco en el transcurso de varias décadas, había cabida para densos y extensos textos que no encontraban espacio en el periodismo light y breve de publicaciones más nuevas o en las dimensiones estrechas de los nuevos periódicos tamaño tabloide.”<sup>12</sup>

“*Excélsior* siguió siendo el diario mexicano de referencia pero se estancó en sus laureles. En los años noventa, mientras se desarrollaba una prensa de mayor búsqueda en forma y contenidos y en ocasiones apoyada por grandes capitales ese diario mantenía, en lo fundamental, las mismas características que lo habían distinguido 20 años antes. Tenía excelentes reporteros y en sus espacios de opinión participaban analistas relevantes, pero se rezagaba respecto de periódicos más dinámicos y mejor sintonizados con los cambios que experimentaba la sociedad mexicana.”<sup>13</sup>

El cambio político que se estaba gestando en México fue una de las causas que provocaron una profunda crisis financiera en *Excélsior* ya que no era secreto que muchas de las notas políticas que se publicaban durante esta época en la columna “Frentes Políticos” eran pagadas, así como mucha información que aparecía en sus páginas.

En la campaña previa a la elección presidencial del año 2000 *Excélsior* apoyó abiertamente al candidato priista, Francisco Labastida, y las notas sobre la campaña de Vicente Fox fueron relegadas, incluso se publicaron notas sobre los fondos con los que sostenía su campaña.

---

<sup>12</sup> Trejo, Delarbre Raúl, “La disputa por *Excélsior*”, *La Crónica*, 21 de julio del 2001, p. 15.

<sup>13</sup> Trejo, Delarbe, “La crisis de *Excélsior*”, *Etcétera*, noviembre del 2000 p.13.

“El 7 de junio *Excélsior* destinó sus ocho columnas a una nota suscrita por el reportero Manuel Rojas Cruz que anunciaba “Lista de amigos y empresarios que financian la campaña de Vicente Fox”. Se trataba de un documento que circuló entre los legisladores del PRI en la Cámara de Diputados y que describía los datos personales y familiares de Vicente Fox.”<sup>14</sup>

La crisis financiera en que había caído el diario, provocaron que los rumores de una posible venta se acrecentaran y que el mismo director, Regino Díaz Redondo, buscara inversionistas para ofrecerles el periódico.

“Los descalabros se acumularon en contra del diario. Las versiones sobre su enorme deuda a diversas instituciones financieras, el pasivo fiscal que acumulaba, la disminución en la publicidad gubernamental y la caída en su otrora muy nutrida nomina de suscriptores, hacían mella dentro de esa casa editorial lo mismo que causaban especulaciones fuera de ella.”<sup>15</sup>

El 20 de octubre del 2000 Díaz Redondo citó a asamblea a los cooperativistas y lejos de discutir la venta del diario los cooperativistas molestos por los rumores, aprobaron por mayoría la destitución de Díaz Redondo.

Se nombró a la reportera Patricia Guevara nueva directora general. “*Excélsior* recupera su independencia, no está en venta”, aparecía al día siguiente en la primera plana del periódico, pero a partir de esa fecha la crisis financiera se fue

---

<sup>14</sup> Trejo Delarbre, Raúl, *Op.Cit.*, p.25.

<sup>15</sup> *Ibidem.* p.21.

agudizando cada vez más. En marzo del 2001 se celebraba su 84 aniversario y muchos cooperativistas ya evaluaban la posibilidad de la venta.

El 27 de diciembre del mismo año después de enfrentar varios conflictos en las instalaciones del periódico, Armando Sepúlveda y algunos cooperativistas promueven la destitución de Patricia Guevara, Sepúlveda queda al frente de la dirección.

El 29 de junio del 2002 *El Universal* anunció “Acuerdan cooperativistas venta del diario *Excélsior*.” Se menciona que con el voto de 581 socios, de un total de 866 se aprueba la venta de los activos de esta casa editorial.

El 23 de febrero del 2004 el diario *Crónica* publicó la nota “Nombran a José Manuel Nava director general de *Excélsior*, Nava tomó posesión del cargo, y anunció que continuarán las negociaciones para la venta del periódico”.

“Así el 23 de enero del 2006 se anunció la venta del periódico *Excélsior* al empresario Olegario Vázquez Raña, dueño del grupo Empresarial Ángeles y del Grupo Radiofónico Imagen. La revista *Etcétera* publicó que el diario había sido comprado por la cantidad de 586 millones de pesos. Con 581 votos a favor de la compra y 7 votos en contra, de esta manera los cooperativistas aprobaron la operación.”<sup>16</sup>

El presidente de *Excélsior* será Olegario Vázquez Raña, el director general será su hijo Olegario Vázquez Aldir. El Director Administrativo Rogelio Ruiz y el diario dependerá del Grupo Imagen.

---

<sup>16</sup> [www.etcetera.com.mx](http://www.etcetera.com.mx),”Olegario Vázquez y Excélsior”, enero 2006.

Al momento de la compra Vázquez Aldir señaló que quieren llegar a construir una fábrica de contenidos muy valiosos, y con la adquisición de *Excélsior* ya existe otra vía de salida además de la radio.

“Por lo pronto, el 18 de marzo del 2006, día en que el periódico cumplió 89 años, se dio el banderazo inicial a la primera etapa de relanzamiento de cuatro planeadas en total, en las que poco a poco se irán incorporando nuevas secciones, suplementos y colaboradores. *Excélsior* mantendrá su nombre y eslogan, su alcance nacional, y de los 40 mil ejemplares que actualmente circulan se espera llegar a los 100 mil antes de que concluya este año.”<sup>17</sup>

El diario *Excélsior* tiene en promedio 68 páginas diarias que se dividen en seis secciones: Nacional, Global, Adrenalina, Dinero, Comunidad y Espectáculos. Y entre sus colaboradores están: Jorge Fernández Menéndez, Francisco Garfias, José Merino, David Páramo, Leobardo Sarabia, Víctor Manuel Tolosa, José Yuste, Leo Zukerman, Denise Maerker, Pedro Ferriz de Con, María Elena Vega, Lucero Solórzano y David Faitelson, entre otros.

---

<sup>17</sup>www.revista espejo.com, “*Suben Excelsior a Grupo Imagen: Lo compran en 586mdp*”, enero 2006.

## 2.2 LA JORNADA

En 1983 fue notable en la vida nacional la escisión que tuvo lugar en el periódico *Unomasuno*. Los subdirectores Carlos Payán, Miguel Ángel Granados Chapa y Carmen Lira, más Héctor Aguilar Camín y Humberto Mussachio, renunciaron a la empresa seguidos de un fuerte contingente de articulista y reporteros. Los renunciantes se quejaban de que la dirección del diario se había vuelto conservadora y antisindicalista, pero especialmente de que ya eran más sociedad anónima que cooperativa. El director general, Manuel Becerra Acosta, tenía el 60 por ciento del periódico y le pedían que retomara el espíritu cooperativo mediante “la redistribución del capital”.

Como respuesta Becerra Acosta compró el resto de las acciones. Ante esto, el grupo de periodistas que renunció se puso a trabajar intensamente en la creación de un nuevo diario, convocó el apoyo público. Así el 19 de septiembre de 1984 apareció *La Jornada*, dirigida por Carlos Payán Vélver.

“Desde un principio *La Jornada* tuvo éxito y se volvió el periódico preferido de los sectores progresista, ligados a la cultura y también de los jóvenes. En poco tiempo, el nuevo diario se volvió muy influyente en la vida nacional.”<sup>18</sup>

“La razón principal de su origen, según declaran sus fundadores fue la necesidad de hacer un esfuerzo de información y crítica, dada la adecuada derechización de los medios informativos a los que con algunas excepciones, domina el conservadurismo ideológico y la estrecha lógica mercantil, cuando no la alianza extranacional.”<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> José, Agustín, *Tragicomedia mexicana 3*, Planeta, México, 2004 p.38.

<sup>19</sup> López, Mónica, Op. Cit. p.57.

“ *La Jornada* se constituyó como una sociedad cooperativa, en sus inicios tenía entre sus convocantes a: Carlos Payán, Héctor Aguilar Camín, Miguel Ángel Granados Chapa, Carmen Lira, Humberto Masacchio, José Cueli, Fátima Fernández Christlieb, Pablo González Casanova, Luis González de Alba, Ángeles Mastretta, Carlos Monsivais, Cristina Pacheco, Elena Poniatowska, Vicente Leñero y Raúl Trejo Delarbre, entre otros.”<sup>20</sup>

Es necesario considerar que desde su fundación este diario concedió un importante espacio a la crítica y al análisis, Carlos Payán en el discurso de su nacimiento señaló los objetivos que perseguía el diario:

- Ampliación y defensa de la soberanía y la independencia nacionales, así como la solidaridad con las luchas que otros pueblos dan para hacer realidad esos principios.
- La defensa del diario ejercicio de las garantías individuales y sociales, que recogen las leyes fundamentales en México.
- El compromiso con las necesidades y demandas de los trabajadores del campo y de la ciudad, así como de las mayorías marginadas del país.
- La democratización real y formal de la vida pública mexicana, el ensanchamiento y multiplicación de su pluralidad política y el respeto a los derechos legítimos de las minorías.
- La distribución igualitaria de la riqueza socialmente creada y la limitación de privilegios económicos de toda índole.”<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Arrieta Nieto, Op. cit., p.126.

<sup>21</sup> López, Mónica. *Op. cit.* p.59.

“*La Jornada* consignará en sus páginas el movimiento de la sociedad, la realidad diaria y anónima de personas y sectores. Un diario que dé voz a quienes no la tienen. Un diario moderno y plural, abierto en lo ideológico y en lo político. Un diario que convoque a las nuevas corrientes de opinión que van surgiendo del medio político y periodístico, de las agrupaciones sociales, del mundo intelectual, de los centros de investigación especializados. Un diario crítico, ajeno al desahogo y al ataque personal, atento a los procesos que marcan la realidad diaria del país y las condiciones internacionales que lo determinan, en un espíritu profesional de intensa circulación de las noticias y las ideas.”<sup>22</sup>

Carmen Lira Saade directora del diario, desde 1995, declara que el diario surgió para dar cabida a las expresiones de pluralidad y diversidad, aún incipientes, de la sociedad civil y que contribuyera a la preservación de consensos nacionales históricos que empezaban a correr riesgos por la infiltración en el poder político de jóvenes tecnócratas neoliberales: defensa de la soberanía, respecto a la autodeterminación, función rectora del sector público de la economía, redistribución de la riqueza, educación pública laica, gratuita y obligatoria, mientras que el Estado debe garantizar la salud, la vivienda y el salario remunerado de otros.

Para la Directora de este diario, en el año de 1984 la uniformidad de la prensa era parte de la unanimidad de la vida política, la cual transcurría, básicamente, dentro de las filas del partido oficial y sus apéndices. “México era constitucionalmente un país democrático, federalista, igualitario, laico y respetuoso de la división de poderes y de las garantías individuales, pero en la práctica era una nación autoritaria, ritualista,

---

<sup>22</sup> Levario Turcott, Mario, “Si crisis en *La Jornada*”, en *Etcétera*, mayo 2003, p.2

centralista hasta la paranoia, obsesivamente presidencialista y violadora de los derechos humanos. El grueso de la sociedad, por su parte, toleraba poco las singularidades y diferencias y no estaba muy al tanto de su creciente diversidad. Ese entorno marginaba a los indígenas, a los no católicos, a las mujeres, a los no priistas, a los homosexuales, a los sindicalistas autónomos, a los artistas ajenos a la cultura oficial, a los migrantes, a los académicos, a los que pregonaban la viabilidad de la democracia en el país, a quienes pugnaban por el establecimiento de un estado de derecho, a los que velaban por la justicia social y la redistribución de la riqueza. Esas porciones de la sociedad simplemente no existían.

“El proyecto surgió a contra corriente de los viejos mecanismos de sujeción y control que dieron forma al sistema político de presidencialismo omnímodo y la tutela de un solo partido”.<sup>23</sup>

El entorno político no era la única adversidad. “Los convocantes del nuevo proyecto teníamos clara la tarea a realizar, pero no contábamos con los medios económicos para llevarla a cabo. La parte principal de la solución provino de los artistas plásticos, encabezados por Rufino Tamayo y Francisco Toledo, quienes realizaron generosas e insólitas aportaciones en especie para que la iniciativa pudiera prosperar. Rara excepción y circunstancia de privilegio en la conformación de una empresa: *La Jornada* no tuvo socios capitalistas sino socios artistas y, como aliados y amigos, a figuras destacadas de la cultura. En los tiempos iniciales, Francisco de la Vega y Alejandro Gómez Arias nos ofrecieron su consejo y su apoyo, Gabriel García Márquez nos regaló un reportaje salido de su pluma, Vicente Rojo realizó el diseño del diario, Juan

---

<sup>23</sup> Levario Turcott, *Op.Cit.* p.5

Sepúlveda nos rentó el edificio de Balderas 68, Alberto Bitar puso su imprenta a nuestra disposición, Manuel Barbachano Ponce nos dedicó la premier de la película *Frida*, producida por él, dirigida por Paúl Leduc, con Ofelia Medina en el papel estelar. La enumeración es obligadamente incompleta y necesariamente injusta, pero los nombres arriba referidos representan con sobrada dignidad a las muchas manos solidarias que ayudaron al nacimiento de *La Jornada*.<sup>24</sup>

Carmen Lira menciona que los primeros números fueron escasos de páginas, vacilantes en la edición y periodísticamente débiles, aunque apegados a los principios de nuestra línea editorial. Fue calificado como panfleto, hoja parroquial, “La Mejor-nada”, sin embargo, unos meses después ya estaban tirando veinte o treinta mil ejemplares. La razón era que desde la primera edición, cumplieron con la tarea de contar no sólo las versiones, sino también los sucesos de un país que no existía para el resto de los medios. También fue que se dio cabida a voces ajenas a las corporaciones oficiales, a los grupos económicos y financieros, a la industria del espectáculo, a los designios de los grandes poderes y a la moral social hegemónica que no podía concebir “malas palabras”, y ni siquiera giros coloquiales, en el papel impreso.

A partir de ese momento la cobertura de sucesos como el sismo de 1985, las manifestaciones de los estudiantes de la UNAM en 1986 en contra de las reformas universitarias; el seguimiento informativo de las campañas electorales de los partidos de oposición en la sucesión presidencial en 1987 representados por Cuauhtémoc Cárdenas y Manuel Clouthier entre otros, permitieron que en la primera década este diario diera visibilidad a muchas situaciones políticas que en

---

<sup>24</sup> [www-lajornada.unam.com](http://www-lajornada.unam.com). “La sociedad en los espejos”. Agosto 2006

contraste con otros diarios se minimizaban o distorsionaban con sospechosa uniformidad.

“Para entonces, entre *La Jornada* y sus lectores se había establecido ya una estrecha retroalimentación. Los atropellos y las corruptelas eran dadas a conocer en la sección del correo de los lectores, con la garantía de que si encontrábamos fundamento en la denuncia, enviaríamos a nuestros reporteros a investigar la nota.”<sup>25</sup>

Durante el gobierno salinista *La Jornada* siempre se manifestó en contra de su política de modernización salvaje.

En 1992 *La Jornada* dio cobertura a las manifestaciones de los indígenas de Chiapas, así en las últimas horas de 1993 los directivos fueron informados por los corresponsales en Chiapas de que algo extraordinario estaba pasando en San Cristóbal de las Casas.

“La polémica nacional sobre la insurrección y sus respuestas gubernamentales se desarrolló en forma preponderante, en nuestras páginas. Allí escribieron Octavio Paz, Carlos Fuentes, Carlos Monsiváis, Manuel Vázquez Montalbán, Umberto Eco, Gunter Grass y muchos otros. Allí, junto a las fotos de los muertos, se publicaron reseñas históricas de Chiapas, radiografías económicas de la entidad, análisis antropológicos, reflexiones sobre los conflictos religiosos y culturales en la zona.

Con todas las divergencias del mundo, y desde las más variadas perspectivas, en *La Jornada* se expresó como consenso la necesidad de la paz, y el periódico exhortó a la

---

<sup>25</sup> *Ibidem.*

sociedad para que exigiera el fin del conflicto. A mediados de enero, una impresionante manifestación llenó el Zócalo capitalino.”<sup>26</sup>

“Este diario nació en los albores de una sociedad plural, participativa y demandante, incluso el surgimiento de *La Jornada* es una expresión de aquel proceso gestado por la urbanización y la educación masificada.”<sup>27</sup>

“Cuando recibimos el primer comunicado de la dirigencia insurgente, firmado por el subcomandante Marcos, decidimos publicarlo completo, y hemos mantenido hasta la fecha la decisión de dar a conocer íntegros los manifiestos de los rebeldes, pese a que, desde los primeros días del conflicto, en diversos sectores gubernamentales, políticos e intelectuales, se nos acusó, abierta o veladamente, de ser prozapatistas y “apologistas de la violencia”. De hecho, en 1994 no tardaron en aparecer las anónimas amenazas de muerte, así como pasquines, volantes y carteles en los que se acusaba a nuestro periódico de ser vocero del EZLN. No obstante, hemos proseguido esa tarea informativa porque tenemos el mandato fundacional de dar tribuna a los sectores que no la tienen, y los zapatistas fueron, y en alguna medida siguen siendo, parte de esos sectores.”<sup>28</sup>

En ese mismo año el homicidio del candidato presidencial priísta, Luis Donaldo Colosio, el 23 de marzo, en Lomas Taurinas provocó que la sociedad se cimbrara y acudiera a los medios para tratar de entender la pesadilla nacional que se estaba viviendo.

“En ocasión del 15 aniversario del periódico, Carlos Payán hizo un recuento sobre *La Jornada* y su circunstancia. Dijo que desde el primer número se imprimieron 20

---

<sup>26</sup> *Ibid.*

<sup>27</sup> Levario Turcott, *Op Cit.* p. 3

<sup>28</sup> [www.lajornada.unam.com.mx](http://www.lajornada.unam.com.mx) “La sociedad en los espejos” septiembre del 2006.

mil ejemplares, que de los sismos del 85 circularon 30 mil y que a partir del movimiento del CEU en la UNAM se distribuyeron 40 mil. Durante la campaña electoral de 1988 fueron, 100 mil, con la Guerra del Golfo se llegó a más de 120 mil, con la irrupción del EZLN se imprimieron 200 mil y cuando la muerte de Luis Donaldo Colosio, el 24 de marzo de 94, circularon 250 mil periódicos.”<sup>29</sup>

El 5 de junio de 1996 Carlos Payán Verver dejó la dirección del periódico, en una Asamblea de Accionistas y a través de voto secreto y directo.

“Después de tres periodos de cuatro años al frente de la flota de Balderas 68, Carlos Payán Verver se despidió de sus amigos y colaboradores en la redacción del diario con abrazos y una orden que cimbró las rotativas: ¡a trabajar!”<sup>30</sup>

“Elena Poniatowska presentó la candidatura de Carmen Lira de quien dijo es combativa, apasionada, profesional. Carmen Lira es la que puede mejor que nadie conjuntar las distintas visiones y orientar los intereses y las tareas que hacen que *La Jornada* nos represente a muchos en los ámbitos sociales, políticos y económicos, y siga siendo la tribuna de los que nunca son escuchados”.<sup>31</sup>

Al tomar posesión del cargo Carmen Lira declaró “de diversas maneras se nos ha reprochado nuestras insistencias para alcanzar el objetivo de las transformaciones democráticas, hemos procurado entender y explicar debidamente las posiciones de quienes no se resignan a la decadencia de la moralidad pública y a las deformaciones institucionales. Se nos ha acusado de arrogarnos la representatividad de un sector de la sociedad civil o de actuar como partido político, atribuyéndonos

---

<sup>29</sup> Levario Trucott. *Op cit.*

<sup>30</sup> [www.lajornada.unam.com.mx/1996.06/16sempagimpar67](http://www.lajornada.unam.com.mx/1996.06/16sempagimpar67)“Carlos Payan”.junio de 1996.

<sup>31</sup> *Ibidem.*

pretensiones de poder. Pero ciertamente, *La Jornada*, por ser estrictamente un periódico, ha sido también algo donde un pedazo de México se ha reconocido.

“Pero a partir de 1995 *La Jornada* tuvo un importante descenso de lectores, en promedio durante ese año imprimió por día 99 mil ocho ejemplares, al siguiente año 70 mil 385 así, sucesivamente, hasta imprimir 54 mil 962 en el 2002.”<sup>32</sup>

Para Marco Levario Turcott este descenso fue originado porque el diario disminuyó la intensidad de los acontecimientos y porque desde 1994 *La Jornada* acentuó su visión partidista que antes le fue eficaz y, contradictoriamente a lo que se había comprometido, ya no convocó a las corrientes de opinión que habían documentado su pluralidad y también en sentido inverso a sus compromisos expuestos diez años antes, subrayó más lo que a juicio suyo, separaba a los mexicanos, en varias ocasiones pareció como si estuviera en contra del Estado, particularmente en su trato al EZLN. Para entonces, buena parte del equipo fundador, ya no laboraba en *La Jornada*. Si antes fue reflejo de la sociedad que buscó la apertura democrática, entonces comenzó a ser representativo de visiones autoritarias. El diario optó por un periodismo de filias e incurrió en relevantes omisiones noticiosas, en muy discutibles definiciones editoriales y en denominaciones de censura, incluso contra sus propios colaboradores.

El diario se volvió órgano de difusión del EZLN y favoreció casi siempre en su tratamiento editorial al PRD. Lo que minó la credibilidad de sus lectores.

José Paolo Bolio, ex escritor del diario declaraba: “*La Jornada* se planteó como un proyecto que recogería los intereses de esa sociedad plural, pujante, que exige

---

<sup>32</sup>Levario Turcott, Marco “Entre la transparencia y el secreto,” *Etcétera*, abril del 2003. p.15

nuevas formas de organización y reproducción del poder, más justas y democráticas. Poco a poco ha ido abandonando ese proyecto original y adscribiéndose sustancialmente al estilo del régimen autoritario. La pluralidad de sus informadores y análisis se ha ido reduciendo mucho... Muchos colaboradores de *La Jornada* han dejado ese proyecto. Otros, entre los que me cuento, se seguirán yendo. En particular he venido sintiendo cada vez más claramente que no tengo cabida, por lo cual he decidido enviar con estas listas mi última colaboración.”

El 10 de mayo del 2000, en una nueva reunión del Consejo de Administración, se ratificó a Carmen Lira en la dirección general y se informa que en este periodo se publicaron en promedio cinco planas más, respecto de las 76 de 1998, y que la venta del diario aumentó en un 16 por ciento.

Según los informes entregados al Consejo de Administración de Demos, el tiraje en 2002 fue de 53 mil 85 ejemplares promedio diario. Las cifras que *La Jornada* dio a Gobernación dicen que el diario tira 114 mil 548 ejemplares y vende 111 mil 9.

“Según un documento de quien fuera secretaria técnica del Consejo de Administración de Demos, Rosa Patricia Vega Salcedo, una serie de irregularidades administrativas y financieras provocaron una crisis económica a la empresa, la cual se ha agravado con la disminución del promedio diario de impresión del periódico: de 1995 a 2002 éste disminuyó en 51.51% y la circulación, 54.72%.

Por su parte los números de venta del diario, para julio de 2002, arrastraban una baja del 13% según lo presupuestado. En cuanto a ingresos vía publicidad, la cifra estimada de 6.3 millones de pesos tuvo que ajustarse a 2.1 millones, es decir, 67% menos.

Este informe de Vega Salcedo documenta cómo varios de los altos directivos de *La Jornada* son familiares de Carmen Lira y Jorge Martínez Jiménez, gerente general de la empresa. "Si bien nuestros estatutos no sancionan o prohíben la contratación o el beneficio a familiares y/o amigos jamás se pensó que esa prohibición explícita llegase a ser necesaria, lo que en un principio empezó como una serie de prestaciones a funcionarios y personal de base de la empresa, al no otorgarse de una manera generalizada se han convertido en una práctica (canonjías) que beneficia y privilegia a un grupo particular plenamente identificado por su cercanía con el cuerpo directivo y administrativo de la empresa. Así, *La Jornada* y sus filiales se han convertido en fuente de empleo y beneficio de familiares de diversos funcionarios".<sup>33</sup>

En el año 2006 Carmen Lira Saade continúa en la dirección general del diario y cuenta con las secciones de: Política, Economía, El Mundo, Deportes, Ciencias, Cultura, Espectáculos, Estados, La Capital, Sociedad y Justicia, su página Editorial y de Opinión. El diario cuenta con 72 páginas en promedio y sus principales colaboradores son: Iván Restrepo, Carlos Fazio, Cuauhtémoc Cárdenas, Luis Martínez, José Cueli, Hermann Bellinghausen, José Blanco, Marco Rascón, Luis Hernández Navarro, Magdalena Gómez, Pedro Miguel, Javier Flores, Teresa del Conde, Arnoldo Kraus, José Steinsteiger, Luis Linares Zapata, Carlos Martínez García, Alejandro Nadal, Octavio Rodríguez Araujo, Miguel Marín Bosh, Sergio Zermeño, Adolfo Sánchez Rebolledo, John Saxe-Fernández, Ángel Guerra Cabrera, Olga Harmony, Gabriela Rodríguez, Heriberto Galindo Quiñónez, Luis Javier Garrido, Jaime Martínez Veloz, Vilma Fuentes, Julio Hernández López, Enrique Galván Ochoa, Carlos Fernández Vega, Julio Boltvinik, Pedro Miguel, Alonso Ruvalcaba, Miguel A Velásquez, entre otros.

---

<sup>33</sup> Levario Turcot, Marco. "Si, crisis en La Jornada", *Etcétera*, mayo 2003, p.7.

### 2.3 MILENIO

En los años treinta, Monterrey experimenta un desarrollo comercial e industrial que da entrada a la visionaria idea de Jesús D. González, de cimentar las bases de lo que hoy es uno de los grupos más grandes de telecomunicación en México, Grupo Estrellas de Oro, ahora Multimédios.

“La ciudad requería medios de comunicación eficientes que aportaran además de información, publicidad y diversión.”<sup>34</sup>

En 1933 Jesús D. González, funda la XEAW a la que considera “piedra fundamental del crecimiento del consorcio, para 1968 crea el canal 12 de televisión y en 1975 forma el grupo editorial.

Actualmente grupo Multimédios tiene una amplia gama de negocios, posee estaciones de radio, canales de televisión, un grupo editorial, espectaculares, restaurantes, centros de entretenimiento y redes públicas de telecomunicaciones en todo el país.

En cuanto a la prensa declaran que su objetivo es “Proporcionar información oportuna y veraz, así como un enfoque crítico que insta a la reflexión del lector lo que hace del Grupo Editorial Milenio, una de las voces informativas más importantes del país”.<sup>35</sup>

Este grupo editorial declara que en la actualidad se encuentra en expansión con diarios por toda la República.

---

<sup>34</sup> [www.editorialmultimedios.com.mx](http://www.editorialmultimedios.com.mx), “historia”, Agosto 2006.

<sup>35</sup> *Ibidem.*

“Desde hace más de 25 años, en Grupo Multimédios hacemos periodismo preciso, veraz y oportuno, con un estilo joven, atrevido y de investigación único, en formato Europeo.”<sup>36</sup>

Grupo Multimédios afirma que brinda su servicio informativo gracias a periodistas profesionales y excelentes editorialistas lo cual los ha llevado a ser parte fundamental y distintivo del medio informativo impreso.

“ Un estilo particular con contenidos informativos que van más allá de una narración fría e impersonal.”<sup>37</sup>

Cuenta con dos Revistas, *Fama* donde proporciona información del mundo del espectáculo y *Revista Milenio* de contenido político, ambas de circulación nacional.

“Ofrecemos productos editoriales con una amplia gama de perfiles, una comercialización en forma eficiente con mensajes que impactan el nicho del mercado deseado”.

En 1994 abrieron una oficina de corresponsales en la ciudad de México y el 1 de enero del 2000, bajo la dirección de Raymundo Rivapalacio nace diario *Milenio* en la Ciudad de México con la Dirección General de Federico Arreola.

En el año 2001 es ganador del Premio Nacional de Periodismo por el caso de las Toallas de Fox o Toalla-gate. También reciben premio a los moneros Helguera y Hernández y el premio de diseño Society of Newspaper.

---

<sup>36</sup> [www.milenio.com.mx](http://www.milenio.com.mx), Grupo Multimédios. “Prensa”, Agosto 2006.

<sup>37</sup> *Ibid.*

Pero el 5 de septiembre de este mismo año, Raymundo Rivapalacio dejó de ser el Director de Milenio Diario y según notas del mismo diario Federico Arreola argumenta que la sustitución de Rivapalacio únicamente se debió a que a su juicio, la dirección debía tenerla alguien más calificado que él: Carlos Marín. “En su momento se quiso presentar como un atentado del gobierno de Fox a la libertad de expresión (en referencia al toalla-gate). No hubo tal... aquí se tomó una simple decisión administrativa , y ya.”<sup>38</sup>

Mientras que Raymundo Rivapalacio responde: “ Mi destitución la detonó otro tema. El reportero Miguel Castillo investigaba una presunta adjudicación de un contrato a un hijo de la señora Sahagún para la construcción de 1,800 viviendas de Infonavit en Guanajuato. Esta pesquisa generó una amenaza directa de la señora Sahagún al propietario de *Milenio* y a la empresa en su conjunto, que terminó con usted ofreciendo mi cabeza.”<sup>39</sup>

En el mes de Febrero del 2002 Rivapalacio retoma el tema después de que Olga Wornat publicó su libro *La Jefa* y en su columna de *El Universal* afirmó que cuando el reportero Miguel Castillo investigaba sobre el negocio de la construcción de conjuntos habitacionales que el gobierno le estaba otorgando al hijo de Martha Sahagún ésta llamó al director de *Milenio* y le gritó ¡Si crees que vas a derrocar a Vicente estás muy equivocado!

Entonces el Nuevo director de *Milenio* declaró que el diario *Milenio* mantiene distancia del Ejecutivo y particularmente de su esposa:

---

<sup>38</sup> [www.etcetera.com.mx/pag07\\_ene32.asp](http://www.etcetera.com.mx/pag07_ene32.asp). “Milenio entre versiones”. enero 2003.

<sup>39</sup> *Ibid.*

“Basta revisar cualquier ejemplar del diario, leer a sus reporteros, articulistas y directivos o ver los magistrales y ácidos cartones de sus moneros para comprobar que ni la señora Sahagún, ni sus familiares han sido tratados de otra manera que no sea la de la información y la crítica puntuales.”<sup>40</sup>

“Para el año 2002 el periódico dirigido por Carlos Marín ha atravesado una crisis económica que se ha visto reflejada en una reducción de la planta laboral, hace un año el 30% de la plantilla del diario fue despedida: casi 40 personas, en su mayoría empleados del área de fotografía diseño y corrección... En este año Multimédios informó a Gobernación que el diario imprime 41 mil 634 ejemplares de lunes a sábado y 39 mil 355 los domingos y vende 23 mil 754 en el primer caso y 22 mil 191 los domingos. (*Milenio* cuenta con un promedio de casi 47 mil lectores según Bimsa).”<sup>41</sup>

El 2 de mayo del 2004 *Milenio* publicó “Federico Arreola deja la conducción de *Milenio*”. porque se une al grupo coordinador de Redes Ciudadanas por un Proyecto Alternativo de Nación, es decir, se va porque se integra a los Amigos de AMLO.”

Noticia ya conocida, a raíz de sus expresiones vertidas públicamente y que generaron gran polémica, de tal manera que se critica a Arreola de que con anterioridad usó las páginas de *Milenio* para favorecer al candidato AMLO.

“Arreola utiliza el correo electrónico que le asignó *Milenio* para solicitar fondos para la campaña perredista de López Obrador.”<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> *Ibidem*.

<sup>41</sup> [www.etcetera.com.mx](http://www.etcetera.com.mx), “Los diarios ahora” Laura Islas. Noviembre 2003.

<sup>42</sup> [www.la crisis.com.mx](http://www.la crisis.com.mx). “Arreola contra la credibilidad de *Milenio*”. Agosto del 2006.

“Desde la tribuna privilegiada de la página tres de *Milenio*, el espacio mejor conocido como del director, Arreola se ha dedicado a desacreditar a las principales plumas del periódico que se atreven a criticar a su jefe López Obrador...”<sup>43</sup>

El diario *Milenio* México en el año 2006 declara que ha forjado, en pocos años, una sólida credibilidad en los lectores. Se consideran la empresa periodística de mayor crecimiento en México con un estilo diferente de hacer periodismo.

“Hacemos periodismo independiente, nuestra información jamás responde a intereses ideológicos o políticos, nuestros colaboradores gozan de total libertad de opinión. Tratamos de que nuestras notas sean claras para que nuestros lectores formen su propia opinión”.<sup>44</sup>

Para este año mencionan que sus lectores son en la mayoría jóvenes, un 69 por ciento hombres y el 31 por ciento restante mujeres, cuentan con un tiraje de 195,725 diarios en el D. F .

Sus principales firmas leídas son: Ciro Gómez Leyva, Carlos Mota, Joaquín López Doriga, Carlos Marín, Marcela Gómez Zalce, Epigmenio Carlos Ibarra, Félix Cortes Camarillo, Pablo Gómez , Mauricio Flores, Luis Miguel González Marco Provencio y Ulises Castellanos.

El diario publica alrededor de 85 páginas diarias dividida en diez secciones que son: Política, Opinión, Negocios, Ciudad y Estados, La Afición México y La Afición Mundial, Hey, Fronteras, Cultura y Set Social.

---

<sup>43</sup> *Ibidem*.

<sup>44</sup> “www.milenio.com.,” “Quienes somos”, agosto del 2006

### **CAPÍTULO 3.**

## **ANÁLISIS DEL MANEJO INFORMATIVO DE LOS DIARIOS SELECCIONADOS.**

#### **3.1 LA NOTA INFORMATIVA.**

Para poder definir lo que es una nota informativa es necesario conocer el significado de noticia.

De acuerdo a la definición de Carlos Marín, la noticia es la difusión pública de un acontecimiento de interés social; es la propalación de un hecho hasta antes desconocido. La noticia es la materia prima del periodismo; es un escrito veraz, oportuno, objetivo.

Veraz, porque transmite la realidad periodística sin mentir, sin deformar, sin tergiversar.

Oportuno, porque se refiere a la actualidad inmediata, a los hechos ocurridos ayer, a los sucesos de hoy. Por esta razón ocupa el lugar más relevante en los periódicos y noticiarios.

Objetivo, porque no admite las opiniones ni los juicios del reportero.

Para Guillermina Baena, es el relato de un hecho que publica un periódico, con la esperanza de que al hacerlo, obtendrá provecho.

De acuerdo con Martínez Albertos, es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda ser considerado masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión.

Don Mario Rojas Avendaño considera que noticia es la interpretación y descripción de un hecho valorado por el periodista en función del tiempo, del espacio y del interés público.

“Noticia desde el punto de vista de la Redacción, género periodístico por excelencia que da cuenta, de un modo sucinto pero completo, de un hecho actual o actualizado, digno de ser conocido y divulgado, y de innegable repercusión humana”. Martín Vivaldi.

Susana González Reyna define la Noticia como el resultado de la significación que el periodista otorga al hecho social, es la interpretación y la referencia que el periodista hace de éste, sin dejar a un lado que el periodista como individuo está bajo la influencia de sus predilecciones personales y de su entorno, de los factores de socialización y de las normas institucionales que las organizaciones sociales legitimadas le imponen.

“La noticia es una narración objetiva, veraz, completa y oportuna de un acontecimiento de interés general, actual o actualizado. Excluye cualquier opinión del periodista. Sólo están permitidas las opiniones de terceras personas en relación con el asunto que se narra, siempre que tales opiniones sean pertinentes y contribuyan de alguna manera a que el lector adquiriera un idea más completa de lo acontecido”<sup>1</sup>

Menciona Carlos Marín que si la noticia es el hecho, la nota informativa es la manera en que el periodista lo traduce y le da forma para difundirlo; el manejo de toda la información se traduce, casi siempre, como nota informativa.

Martínez Albertos se refiere a la nota informativa como el género periodístico *Información*, y lo define como la forma literaria más escueta para presentar la noticia de un hecho con la explicación de sus circunstancias y detalles, expuestos en orden inverso a su interés; “es el género literario más escueto, más descarnado, más fuertemente ceñido al puro esqueleto del hecho o rigurosamente objetivo en su propósito teórico y desde el punto de vista de la apariencia formal del lenguaje utilizado por el periodista reportero.”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Donaldo Alonso, Donaldo Vilorio, *De la Información a la Opinión*, Magisterio, Bogotá, 2005, p. 49.

<sup>2</sup> Martínez Albertos, J.L. *Curso General de Redacción periodística*, Paraninfo, Madrid, 1992, p.288.

Carlos Marín opina al respecto que el estilo noticioso en que debe redactarse la nota informativa está determinado por la función de informar, es decir, la difusión de acontecimientos que el público desconoce. Esta función determina, como primera característica clave la objetividad, en tanto ausencia de juicios, de opiniones, y de apreciaciones personales.

“Es un género eminentemente narrativo, es un relato breve y esquemático de acontecimientos recientemente acaecidos. En algunos momentos pueden introducirse técnicas descriptivas dentro de la narración base. Pero esencialmente característico de este género es su finalidad de contar, con la máxima economía de medios lingüísticos, un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general”<sup>3</sup>.

Ambos coinciden en que la nota informativa se integra por las seis preguntas que suele hacerse cualquier persona interesada en la información, ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué? o ¿Para qué? y ¿Cómo?.

“La valoración de estos elementos que integran la noticia y el ordenamiento de datos en función de la misma implican, consciente o inconscientemente, una determinada carga ideológica. Así, la simple omisión o postergación de uno de los elementos o el énfasis en otro da al receptor un mensaje con determinada valor ideológico y político”<sup>4</sup>.

Martínez Albertos considera que este género es un relato breve y esquemático de acontecimientos recientemente acaecidos, donde lo esencialmente característico es su finalidad de contar con la máxima economía de medios lingüísticos, un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, donde la formulación de estas preguntas permite alcanzar un alto grado de eficacia operativa.

La nota informativa se estructura en: El titular, Sumario, Entrada o lead, Cuerpo y Remate.

---

<sup>3</sup> ibid, p.292.

<sup>4</sup> Marín, Carlos, *Manual de periodismo*, Grijalbo, México, 2003, p. 87.

En el titular y sumario se resume lo más sobresaliente del contenido de la noticia para llamar la atención del receptor, en los periódicos se resalta con caracteres de mayor tamaño.

La Entrada o *lead* es el párrafo inicial, busca condensar sinópticamente toda la noticia, se destaca la esencia o los datos más sobresalientes del acontecimiento del que se quiere dar noticia; en esta parte se deben responder adecuadamente las preguntas, ¿que?, ¿quién?, ¿cuándo?. ¿dónde?, ¿por qué? o ¿para que? y ¿cómo?.

“Desde sus primeras palabras, la nota informativa debe llamar la atención del receptor, debe impactarlo... La entrada es la parte más importante del relato noticioso y también la más fiel; tiene entre sus propósitos persuadir al lector para que continúe la lectura: atraerlo, informarlo. Por eso debe ser clara, directa, llana y sencilla”.<sup>5</sup>

El cuerpo de acuerdo con Martínez Albertos, está constituido por el resto del escrito. El cuerpo de la información se dispone en la forma que se denomina de *pirámide invertida*, es decir, los detalles circunstanciales del acontecimiento van surgiendo en párrafos individualizados y por orden decreciente de su importancia en función de los elementos básicos que dan significación y relieve a la noticia correctamente escrita.

“El remate es el último párrafo de la noticia, tiene por función “cerrar” la noticia, dar a entender al receptor que la noticia que se le ha dado es completa, que allí concluye; el dato contenido en el remate debe ser secundario pero concluyente, y tiene más una función estilística o psicológica que informativa”.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>*Ibidem*, p. 94.

<sup>6</sup>*Ibid*, p. 122

### 3.2 METODOLOGÍA.

El objetivo del presente estudio es analizar el contenido de los discursos que se publicaron en la prensa mexicana con motivo del debate presidencial del 6 de junio del 2006 entre los candidatos a Presidente de la República Mexicana, con la finalidad de comprobar cual fue el manejo informativo que dieron al debate.

Para dar continuidad a dicho objetivo se planteo la siguiente hipótesis:

La Prensa escrita utiliza sus espacios informativos de una manera tendenciosa, ya que cada uno de los diarios a través de sus notas informativas apoya a un candidato presidencial.

El periodo de estudio comprende el día 5 al 9 de junio del 2006.

Se seleccionaron los diarios *Excélsior*, *Milenio* y *La Jornada* ya que los tres nos proporcionan un punto de vista diferente, es decir se considera que *Excélsior* es un diario que mantiene una tendencia oficialista Adler(1993) o por lo menos siguió esta línea hasta que el PRI se mantuvo en el gobierno, además de que cuenta con una amplia experiencia.

Por otra parte, el diario *La Jornada* es un periódico relativamente joven pero que logró una amplia credibilidad en los lectores porque ofrece otro punto de vista en las noticias, se ha catalogado como de izquierda. Adler (1993)

*Milenio* es un periódico nuevo que ya cuenta con cierta credibilidad en los lectores y ha logrado cierto prestigio.

Para esta investigación diariamente se seleccionó una nota informativa publicada en primera plana por cada periódico

Como la finalidad de este análisis es determinar qué contenidos discursivos son usados por la prensa escrita y que fines persigue, se tomará en cuenta la teoría de Teun Van Dijk, que indica que el análisis del discurso abarca más que la mera descripción de las estructuras textuales. Es decir, el discurso no es sólo texto, sino también una forma de interacción entre texto y contexto en el sentido de que el uso de un discurso en una situación social es al mismo tiempo un acto social. De manera similar, la interpretación y la producción de un texto suponen los procesos mentales de la interpretación y la formulación, la recuperación y el uso del conocimiento y de otras estrategias de la dimensión cognitiva del discurso. Los significados del discurso, en consecuencia, son sólo una abstracción de estos procesos de interpretación cognitivos. Ocuparse del discurso significa ocuparse de los procesos de interpretación y de la interacción social, y una descripción de los contextos cognitivo y social. El análisis se interesa más bien por las relaciones sistemáticas entre el texto y el contexto, pretende saber cómo influyen los procesos cognitivos específicamente sobre la producción y el entendimiento de las estructuras del discurso, y cómo las estructuras del discurso influyen y son influidas por la situación social.

Por otra parte, la organización temática del discurso periodístico desempeña un rol crucial, este análisis sistemático de las estructuras textuales de la noticia comienza con una aclaración de nociones como tema o asunto, como aquello de lo que el discurso trata, es decir los conceptos más importantes, centrales o dominantes de un discurso.

Los temas son una propiedad del significado o contenido de un texto de tal manera que los temas pertenecen al macronivel global de la descripción del

discurso. El concepto teórico que se utilizara para describir el asunto o tema es por lo tanto el de macroestructura semántica.(Van Dijk, 1972, 1977,1980)

Así mismo, caracterizaremos las macroestructuras en términos de proposiciones los cuales son constructos de significados más pequeños e independientes del lenguaje y el pensamiento, y se expresan mediante oraciones o cláusulas unitarias. Las oraciones complejas pueden expresar varias proposiciones y pueden ser utilizadas para denotar hechos.

Discursos amplios contienen varios temas, por lo tanto la macroestructura puede estar formada de varias macroproposiciones. “Algunos temas son más generales o abstractos que otros, de modo que la macroestructura completa debe tener una organización jerárquica en la cual cada secuencia de las macroproposiciones puede quedar subsumida bajo un nivel más alto. Estas relaciones jerárquicas pueden definirse mediante macrorreglas, que representan lo que nosotros intuitivamente entendemos por resumen. Formalmente hablando, las macrorreglas son reglas de proyección semántico transformacionales que relacionan proposiciones de nivel más bajo con macroproposiciones de nivel más alto; esto significa que los asuntos o temas derivan de los significados de un texto a través de este resumen de macrorreglas. Estas reglas definen el resultado final, el núcleo, la información más importante y, por lo tanto, el tema o asunto para cada secuencia de proposiciones de un texto”<sup>7</sup>.

La *macrorreglas* son :

- a) SUPRESIÓN: Dada una secuencia de proposiciones, se suprimen todas las que no sean presuposiciones de las proposiciones subsiguientes de la secuencia.

---

<sup>7</sup> Van dijk,Teun, *La noticia como discurso, comprensión, estructura y producción de la información*, Paidós, México,1990. p.56.

b) GENERALIZACIÓN: Dada una secuencia se hace una proposición que contenga un concepto derivado de los conceptos de la secuencia de proposiciones, y la proposición así construida sustituye a la secuencia original

c) CONSTRUCCIÓN: Dada una secuencia de proposiciones, se hace una proposición que denote el mismo hecho denotado por la totalidad de la secuencia de proposiciones, y se sustituye la secuencia original por la nueva proposición.

Primero se puede suprimir toda la información que ya no sea relevante en el texto. En segundo lugar podemos tomar una secuencia de proposiciones y reemplazarlas por una generalización, y por último se puede reemplazar una secuencia de proposiciones que denoten las condiciones usuales, los componentes o las consecuencias de un acto o suceso, por una macroproposición que denote el acto o suceso como un todo.

Van Dijk indica que esta reducción de información permite comprender, almacenar, reproducir y organizar, así como dar unidad al discurso.

### .3 ANÁLISIS DEL DISCURSO

*Excélsior*

5 de junio de 2006

De acuerdo con las macrorreglas se obtuvieron las siguientes proposiciones:

1.- El Consejo General del Instituto Federal Electoral, ordenó a la Coalición por el Bien de Todos el retiro inmediato de los *spots* en los que asegura que Felipe Calderón firmó el Fobaproa.

2.- Luis Carlos Ugalde, presidente del IFE, amonestó a los gobernadores de Colima, Yucatán; y a los alcaldes de Valle de Santiago, Irapuato y Córdoba por violar el Acuerdo de Neutralidad.

3.- Los consejeros determinaron que la coalición que abandera AMLO violó la ley al calumniar al panista con frases no verídicas.

De acuerdo a lo anterior podemos construir que:

LA COALICIÓN POR EL BIEN DE TODOS QUE ENCABEZA AMLO VIOLÓ  
LA LEY AL CALUMNIAR AL PANISTA CON FRASES NO VERÍDICAS

*MILENIO*

5 de junio de 2006.

1.-El Consejo General del IFE ordenó ayer a la alianza Por el Bien de Todos retirar del aire los *spots* en los que acusa al candidato del PAN, Felipe Calderón, de haber aprobado el Fobaproa.

2.-El Consejo determinó que los *spots* caen en la misma irregularidad cometida por Acción Nacional en algunos de sus comerciales que tildaban a Andrés Manuel López Obrador de ser un peligro para México.

3.-Luis Carlos Ugalde, dijo “estamos siendo consistentes” la decisión “mide con la misma vara” al PRD, PRI y PAN.

4.- Germán Martínez, responsable de la demanda en contra de los anuncios de la alianza Por el Bien de Todos, lamentó que el IFE no haya encontrado la fórmula para frenar de antemano la difusión de estos anuncios.

5.-Deploró que el Instituto insista en censurar los contenidos “afectando la libertad de expresión”, dejó en claro que tendrá que haber otra sesión extraordinaria para analizar este tema, pues el PRD ya tiene al aire otro anuncio similar.

6.-“Este es un procedimiento inútil”. Ante este nuevo *spot* el diputado federal del PAN adelantó que su partido arrancará un nuevo procedimiento en el Consejo General del Instituto.

7.- La discusión permeó entre algunos de los consejeros, que lamentaron que el IFE vaya un paso atrás de los partidos en lo que toca a emisión de anuncios.

Se puede construir que:

EL IFE ORDENÓ AL PRD RETIRAR SPOT CONTRA CALDERÓN, LA DECISIÓN “MIDE CON LA MISMA VARA” A PRI, PRD Y PAN.

*LA JORNADA*

5 de junio de 2006

1.-El Consejo General del IFE consideró que los promocionales de la coalición por el Bien de Todos en los que se asocia a Felipe Calderón con la aprobación del Fobaproa son denigrantes a su persona y afectan su imagen pública, por lo que ordenó su cese inmediato y exhortó a la coalición a no utilizar mensajes análogos en lo sucesivo.

2.-El Consejo dio a conocer que los gobernadores de Yucatán, Patricio Patrón Laviada, y de Colima, Silverio Cavazos Cevallos, han violentado el acuerdo de Neutralidad de Servidores Públicos. De igual forma se hizo un llamado a los gobernadores de Oaxaca y Distrito Federal “para que cumplan a cabalidad” dicho acuerdo.

3.-Horacio Duarte, representante de la coalición, dio a conocer el proselitismo del gobernador de Yucatán, utilizando recursos públicos para apoyar a un primo que es candidato, y la detención de funcionarios de Tlanepantla involucrados en apoyos ilegales al candidato presidencial del PAN.

4.- Además denunció que el candidato panista al Senado por el Distrito Federal, Gonzalo Altamirano Dimas, ha pedido al personal de esa dependencia tomar fotos de perredistas en actos de violencia.

5.- Al rendir el informe Luis Carlos Ugalde, consejero presidente del IFE señaló que Patrón Laviada promovió a Iñigo Laviada, candidato a diputado del PAN en Veracruz, Cavazos publicó un desplegado en apoyo al candidato de Alianza por México, Roberto Madrazo, en diarios de Colima.

6.-En el informe se encuentran también los alcaldes Luis Vargas del PAN, Georgina Miranda de Valle de Santiago del PRD, y Francisco Portilla del PRI, todos ellos por promover obras públicas en época de restricción.

7.-Germán Martínez denunció a Alianza por México por colocar publicidad estática en el Estadio de Goettingen, donde jugó la selección Mexicana de futbol.

8.- El panista destacó que su partido había tenido que acudir a esta medida en aras de ser medidos con la misma vara, pero deploró que el IFE se haya convertido en el tribunal de contenidos y definió estos procedimientos como inútiles.

9.- Duarte criticó el dictamen aprobado, ya que el IFE valora al Fobaproa como política de Estado, cuando aún ahora es objeto de debate entre PAN, PRD y la Secretaría de Hacienda.

10.- Al respecto, el Consejero Arturo Sánchez asumió que en estos procedimientos preventivos el IFE es poco eficaz.

EL IFE ORDENÓ RETIRAR SPOTS DEL PRD, EN LA SESIÓN, HORACIO DUARTE, REPRESENTANTE DEL PRD DENUNCIÓ IRREGULARIDADES PROCELITISTAS DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL Y CRITICÓ EL DICTAMEN DEL IFE YA QUE ÉSTE VALORA AL FOBAPROA COMO POLÍTICA DE ESTADO.

*EXCÉLSIOR*

6 de junio de 2006

1.- Los candidatos llegan al debate con dos de ellos disputándose el primer lugar.

2.- De acuerdo con la última encuesta de *Excélsior*, Parametría, Felipe Calderón es superado en la tendencia ascendente por Andrés Manuel López Obrador.

3.- AMLO encabeza las preferencias electorales con 35.5%, apenas un punto porcentual más que Felipe Calderón que tiene 34.4%.

4.- Roberto Madrazo subió sólo un punto porcentual para quedar con 27%.

FELIPE CALDERÓN ES SUPERADO TAN SÓLO CON UN PUNTO PORCENTUAL POR AMLO.

*MILENIO*

6 de junio de 2006

1.-El jefe de Gobierno del D.F., Alejandro Encinas Rodríguez, reveló que gente cercana a Carlos Ahumada Kurtz intentó chantajear a la administración capitalina con la exhibición de videos en los que aparecen funcionarios y representantes del PRD.

2.-El Gobierno capitalino fue motivo de presiones y chantajes si no se cumplía con un conjunto de beneficios al Sr. Ahumada.

3.- “No vamos a entrar a un proceso de chantaje, ni vamos a encubrir absolutamente nada”.

4.- Dijo desconocer quienes serán los protagonista de los nuevos videos.

5.- “El señor está en plena libertad de presentar los videos que tenga en sus manos”.

6.- Encinas negó haber visto los videos.

7.- El viernes pasado el Gobierno del D.F. negó a Carlos Ahumada realizar una conferencia de prensa desde el Reclusorio Norte.

8.-Alejandro Encinas explicó que se negó porque en el sistema penitenciario no hay esta canonjía a las personas que están limitadas de su libertad.

9.-“Es parte de una estrategia electoral en los días del debate, es parte de las preocupaciones por las tendencias electorales que se están manifestando”, consideró.

10.- El GDF dará su postura hasta que se den a conocer los videos.

11.- “... No vamos a aceptar ningún chantaje ni para alterar la ley, ni para encubrir a nadie” concluyó.

CARLOS AHUMADA INTENTÓ CHANTAJEAR AL GOBIERNO DEL D. F. Y  
A FUNCIONARIOS DEL PRD COMO UNA ESTRATEGIA ELECTORAL EN  
LOS DÍAS DEL DEBATE

*LA JORNADA.*

6 de junio de 2006.

1.- Felipe Calderón “concertó y ordenó”, la instrumentación de la iniciativa para la creación del Instituto de Protección al Ahorro Bancario (IPAB), que convierte en deuda pública los costos del Fobaproa, con lo que concluyó el proceso de rescate, afirmó Gabriel Reyes Orona, ex director jurídico del Fondo Bancario para la Protección al Ahorro.

2.- Reyes Orona, testigo directo de este proceso, advierte además que el equipo panista que coordinó Felipe Calderón incluyó los delitos de autopréstamo y falsedad de información para obtener créditos.

3.-Sostiene que “este grupo tenía directa o indirectamente relaciones con algunos deudores y banqueros involucrados en el rescate bancario”.

4.- Afirma que en la iniciativa “hubo lamentables omisiones” en cuanto a las instituciones, que debieron haberse revisado.

5.- “Tanto Fauzi Hamdan como Paoli Bolio, Creel Miranda reportaban directamente a Felipe Calderón, y éste a su vez tenía contacto directo con José Angel Gurría (Secretario de Hacienda), para todo lo que tenía que ver con la determinación de principios, tiempos y movimientos del rescate.

6.-Orona recuerda que este grupo tuvo reuniones con funcionarios del gobierno zedillista, así como con empresarios deudores de la banca y banqueros que se

conocen como rescatados, “pero no con quienes fueron intervenidos y excluidos de acciones de crédito”.

7.-Subrayó que Felipe Calderón y Ernesto Zedillo, “directamente llegaron a diversos entendimientos a efectos de poder concluir lo que se llamó el rescate bancario y la integración del IPAB. Un planteamiento absolutamente panista, con la anuencia de Felipe Calderón.

8.-Felipe Calderón no tenía capacidad jurídica para firmar dicho documento, “sin embargo, fue firmado por los diputados que le reportaban a Calderón, incluido Carlos Medina Plascencia”.

9.-Calderón fue quien aprobó el contenido de la iniciativa y sus alcances. La iniciativa es una propuesta de hechura cien por ciento panista.

10.-Felipe claramente concertó y ordenó la instrumentación de la iniciativa que hoy se conoce como el IPAB.

11.- De acuerdo a cifras oficiales, el IPAB empezó con una deuda equivalente a 14% del PIB aunque a la fecha representa 9.5%.

EL RESCATE BANCARIO QUE CONCLUYÓ CON LA INTEGRACIÓN DEL IPAB, FUE UN PLANTEAMIENTO ALTAMENTE PANISTA QUE FELIPE CALDERÓN “CONCERTÓ Y ORDENÓ”.

En la nota principal publicada por el diario *Excélsior* un día después del debate, al aplicar la regla de Supresión, siguiendo el orden de los párrafos se encontraron las siguientes proposiciones:

1.-Felipe Calderón recordó a Andrés Manuel López Obrador que Arturo Núñez (priista converso a su causa) estuvo de acuerdo con la aprobación del FOBAPROA.

2.- El debate fue sólo entre Calderón y AMLO.

3.- Calderón recordó a AMLO los altos salarios que ganan Leonel Cota, líder del PRD, y Nico su chofer, así como las altas colegiaturas que le paga a su hijo en el extranjero, el endeudamiento del Gobierno del D. F e insistió en que AMLO “es un peligro para la nación”.

4.-AMLO reviró argumentando que tiene la mayoría de votos como resultado de su gobierno en el D. F.

5.- AMLO en una intención tardía para provocar a Calderón lo acusó de haber beneficiado a su cuñado con contratos millonarios.

6.- AMLO no tuvo tiempo para defenderse de las acusaciones, tampoco pudo abundar en sus acusaciones.

7.-AMLO buscará alianzas con sectores de la población.

De acuerdo con estas proposiciones se podría construir que:

FELIPE CALDERÓN ATACÓ Y ARREMETIÓ CONTRA LÓPEZ OBRADOR MIENTRAS QUE ÉSTE NO PUDO DEFENDERSE, NI TUVO TIEMPO DE ABUNDAR SOBRE EL TEMA DEL CUÑADO INCÓMODO.

Para el diario *Excélsior* el debate sólo fue entre Felipe Calderón y Andrés Manuel López Obrador. De acuerdo con la jerarquización, le da prioridad y abunda en las acusaciones de Felipe Calderón sobre Andrés Manuel, expone varias fallas de los perredistas, como tener en sus filas a priistas que participaron en la aprobación del Fobaproa, la poca transparencia del endeudamiento del gobierno capitalino, así como los altos salarios de sus funcionarios y remata haciendo alusión al eslogan de la campaña panista AMLO “es un peligro para México”.

En cambio, sobre las acusaciones de López Obrador sólo menciona que acusó en una acción tardía, y para provocar a Calderón, de haber favorecido a su cuñado con contratos millonarios. En la nota se señala que Obrador no tuvo tiempo para abundar en el tema, que no pudo defenderse en cuanto al tema del Fobaproa y, por último, menciona su propuesta de que pretende formar una alianza con los sectores de la población incluyendo la iglesia y empresarios.

*Milenio*

7 de junio de 2006

- 1.- Sólo hubo un choque entre AMLO y Felipe Calderón el cual estuvo basado en los slogans de sus campañas.
- 2.-AMLO acusó a Calderón de proteger a su cuñado incómodo.
- 3.- Calderón denunció a AMLO de hacer candidatos a quienes aprobaron el Fobaproa, y de gastar grandes cantidades de dinero en el salario de su chofer y la colegiatura de su hijo.
- 4.- Encuentro aburrido entre AMLO y Calderón.
- 5.- Entre los candidatos hubo unanimidad en la propuesta de respetar los resultados electorales y lograr un acuerdo para la gobernabilidad, AMLO impidió el acuerdo por considerarse víctima de una guerra sucia.
- 6.- AMLO impidió la posibilidad de un acuerdo ya que marcó sus tiempos.
- 7.- AMLO dejó para el final el golpe a Calderón al acusarlo de amparar a su cuñado. El cual ganó 2500mdp y no paga impuestos.
- 8.- Los candidatos reiteraron sus slogans de campaña.
- 9.- El primero en atacar fue Felipe Calderón, pidió a Obrador que explicara cómo convirtió el D. F. en una de las ciudades más inseguras.
- 10.-En los ataques de Calderón, López Obrador no se defendía parecía que seguía un guión.
- 11.-AMLO respondió que el tema Fobaproa lo trataría después.
- 12.- Calderón acusó a AMLO de hacer fideicomisos y cajitas misteriosas.
- 13.-AMLO acusó a Diego Fernández de Cevallos de ser el cerebro de los video escándalos.

14.- Roberto Madrazo sólo recibió atención cuando acusó a Felipe Calderón de haber robado 23 propuestas de su libro, Calderón reviró que él las editó con un mes de anterioridad.

15.- Madrazo acusó a sus dos contrincantes de ser lo mismo: inexperiencia, ineptitud y estancamiento por un lado y violencia, conflicto y radicalización por el otro.

EL DEBATE FUE UN ENCUENTRO DE ATAQUES ENTRE FELIPE CALDERÓN Y ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR, CON POCAS INTERVENCIONES DE ROBERTO MADRAZO.

*Milenio* en su nota le da prioridad a calificar lo que fue, en términos generales. el debate al que definió como aburrido, sólo entre Felipe Calderón y Andrés Manuel López Obrador, estuvo basado en sus slogan de campaña, enfatiza en que hubo unanimidad entre la mayoría de los candidatos a la propuesta de respetar los resultados del 3 de julio y firmar un pacto para la gobernabilidad.

Limita la nota a las principales acusaciones entre ambos candidatos dándole relevancia a la acusación de AMLO sobre el “cuñado incómodo”, la que reitera en dos ocasiones. En esta nota se le da importancia a las actitudes de AMLO y señala que se considera víctima de una “guerra sucia”, que impidió el pacto para la gobernabilidad porque marcó sus tiempos e indica que no se defendía.

De igual manera insiste en la “inexistencia” de Roberto Madrazo Pintado, y por último, hace mención a algunas de sus participaciones.

En la nota que publicó el diario *La Jornada* un día después del debate se obtuvieron las siguientes proposiciones:

1.-El debate, confrontación entre punteros AMLO y Felipe Calderón, centraron sus ataques en los temas más espinosos para el adversario: de la paternidad del Fobaproa a la corrupción del Gobierno del D. F.

2.-Roberto Madrazo, al margen de la disputa, optó por mencionar los fracasos del Gobierno Foxista.

3.- López Obrador dejó pasar los ataques para no aparecer como el político violento que usó el PAN en sus promocionales “López Obrador es un peligro para México “.

4.-Felipe Calderón al hablar de Inseguridad pidió a Obrador que explicara cómo logró que el D. F. se convirtiera en la ciudad más insegura y con más corrupción en México.

5.- AMLO reviró: “no es un asunto de policías y ladrones, hay que darle un enfoque social”.

6.- Obrador subrayó: “Si las cosas fuesen así no tendría la aceptación que tengo en el D. F; se avanza en el combate de inseguridad, y no se pudo hacer más porque no creció la economía y eso es asunto del Presidente de la República.”

7.-Al referirse a las encuestas, Felipe Calderón mencionó que: Obrador va ganando en el D. F, pero perdiendo en todo el país.

8.- Intervino Madrazo para reclamar a Calderón de haber tomado 23 de sus propuestas.

9.-Madrazo se centró en la “ineficacia” del gobierno Foxista: “al gobierno en turno le faltó voluntad, visión de estadista para construir los consensos que México necesita”.

10.- Roberto Madrazo y Felipe Calderón plantearon un acuerdo para la gobernabilidad, López Obrador planteó una convocatoria más amplia con los representantes del pueblo. Un nuevo acuerdo, un pacto social “...tenemos que cambiar la política económica, el presupuesto, para atender las necesidades de la mayoría”.

11.-López Obrador indicó que en su proyecto no se utilizará la fuerza del Ejército para resolver conflictos, se comprometió a “garantizar la libertad religiosa, de expresión, el derecho a disentir y el derecho de las minorías”.

12.- Calderón coincidió con Andrés Manuel en realizar una Alianza Ciudadana.

13.-Ambos coincidieron en ampliar las facultades del Ejército para atacar el narcotráfico y la delincuencia organizada.

14.-Ante las coincidencias de Calderón y Obrador, Madrazo criticó sus campañas de descalificaciones.

15.- AMLO se quejó de haber sido hostilizado durante su campaña.

16.- Habló del desafuero y la guerra sucia. “Se pusieron de acuerdo desde arriba, no querían que apareciera en la boleta electoral. Sin embargo, el pueblo es mayor de edad y la gente va a participar sin miedo”.

17.- Patricia Mercado y Roberto Campa Cifrian parecían estar en otro debate, Campa sólo acertó en sugerir un compromiso para respetar los resultados del 2 de julio.

18.-A las alusiones del endeudamiento del gobierno del D. F. hechas por Calderón, Obrador respondió que endeudamiento fue el del Fobaproa.

19.- Calderón reviró que él no firmó el Fobaproa: “miente usted”.

20.- Felipe Calderón le reclamó su incongruencia y le indicó que Arturo Núñez, candidato a senador del PRD , sí había defendido, votado y aprobado el Fobaproa.

21 Obrador acusó a Diego Zavala, cuñado de Calderón, de haber obtenido contratos y no pagar impuestos. “Se debe combatir la corrupción y castigar con severidad a los del Fobaproa, a funcionarios y delincuentes de cuello blanco”.

22.-Calderón acusó a Leonel Cota de percibir un salario de 250 mil pesos mensuales como gobernador y a AMLO de gastar grandes cantidades de dinero en el salario de su chofer, “no nos venga con el cuento de austeridad”

23.- Obrador ofreció presentar pruebas sobre el “Cuñado incómodo” pero Calderón insistió en que eran mentiras.

24.-En política exterior, Madrazo y AMLO se unieron en descalificar al gobierno foxista: “la política exterior es una zona de desastre”, *Madrazo*

“El próximo presidente no va a ser un pelele de ningún gobierno”, *AMLO*

25.- Calderón criticó a Obrador de apelar que la mejor política exterior es la interior.”No es así, el mundo ha cambiado y tenemos que cambiar nosotros”.

26.- Obrador y Madrazo subrayaron el fracaso de la política migratoria de Fox como consecuencia del fracaso económico. “Nada se va a resolver con muros, razias, militarización de la frontera, ni con amenazas de mano dura”, *AMLO*

27.- Calderón habló de fortalecer la atención a los paisanos que viven en E. U. “voy a ser un presidente solidario con los paisanos y sus familias”.

28.-Madrazo descalificó la política migratoria foxista y dijo que lo que se necesita es generar empleos.

EN EL DEBATE FELIPE CALDERÓN ATACÓ, ANDRÉS MANUEL LOPEZ OBRADOR SE DEFENDIÓ Y EXPUSO SUS PROPUESTAS DE GOBIERNO, MIENTRAS QUE ROBERTO MADRAZO CRITICÓ AL GOBIERNO FOXISTA.

El diario *La Jornada* a través de su primera nota, sobre el debate nos dejó ver que fue un encuentro principalmente entre Calderón y Andrés Manuel López Obrador donde Roberto Madrazo intervino en contadas ocasiones, sólo para criticar al gobierno foxista y atacar a Felipe Calderón

Sobre AMLO menciona que fue claro al establecer la distancia entre su proyecto y el de sus adversarios, y aclara que éste dejó pasar los ataques para no aparecer violento, como lo califican los promocionales del PAN que indican que “es un peligro para la nación”. Se señala también que se quejó de ser hostilizado durante su campaña.

En una nota muy extensa sobre el debate se hace mención a las acusaciones de Felipe Calderón sobre Andrés Manuel exponiendo los argumentos de defensa de López Obrador y también sus propuestas en las que se destaca atender las necesidades del pueblo y combatir la corrupción entre otras, mientras que sólo cuando se trató el tema de migración menciona una de las propuestas de Felipe Calderón y en otras indica que coincide con la propuesta de AMLO o que quiere “montarse” en ellas.

En varias ocasiones reitera las acusaciones de Roberto Madrazo sobre el gobierno foxista al que en algunas intervenciones se le une López Obrador.

Y en el momento indicado señala que Patricia Mercado y Roberto Campa parecían estar en otro debate.

*EXCÉLSIOR*

8 de junio 2006

1.-La acusación de Andrés Manuel López Obrador aguó la fiesta de Felipe Calderón.

2.-Las entrevistas que Calderón tenía pactadas con los medios para alzarse como vencedor del debate, se convirtieron en espacios para defender a su cuñado Diego Zavala.

3.-El plan se reforzó con el lanzamiento de un *spot* en el que acusan a su adversario de “mentir a México”.

4.-El PRD entregó un documento en el que se menciona el crecimiento de la empresa Hildebrando, según la cual, la compañía habría obtenido entre 2003 y 2005, un total de 34 contratos por un monto de 135 millones de pesos.

FELIPE CALDERÓN SE DEDICÓ A DEFENDER A SU CUÑADO DE LAS ACUSACIONES DE AMLO, Y A TRAVÉS DE UN SPOT ACUSA A SU ADVERSARIO DE “MENTIR A MÉXICO”

*MILENIO*

8 de junio de 2006

1.-La empresa Hildebrando SA de CV, se adjudicó durante el sexenio de Vicente Fox los contratos con 19 de las 21 entidades públicas y gobiernos locales de acuerdo con información de la propia firma.

2.-Según la información consultada en la página electrónica de la empresa, mantiene relaciones con las secretarías de Hacienda, de Gobernación, de Educación Pública, de Economía y de Medio Ambiente, así como con Pemex, la CFE, el ISSTE, el IMSS, el IPAB e ISOSA.

3.- También son clientes de Zavala los gobiernos de Chihuahua, Durango, Michoacán y Tabasco, así como la delegación Cuauhtémoc en el DF.

4.- La coalición por el Bien de Todos, presentó documentos que acreditan a Margarita Zavala, esposa de Calderón, así como a sus cuñados Pablo, Rafael, Mercedes y Diego como accionistas de Hildebrando.

5.-El expediente integrado por el equipo de López Obrador, detalla que el negocio del cuñado de Calderón consiguió 20 contratos, 11 de ellos con empresas del sector energético mientras que el candidato estuvo al frente de la Secretaría de Energía.

6.- El portal de Hildebrando precisa, sin embargo, que solamente con Pemex y Hacienda mantiene contratos desde hace más de cinco años, que su relación con otras entidades y gobiernos comenzó en este sexenio.

7.-En contraste, la documentación en poder de AMLO incluye a la Secretaría de Desarrollo Social, Banobras, el INEGI, la PFP, Telecom, el Conacyt y Luz y Fuerza.

8.-Cuando Calderón arribó a Energía (2003), el consorcio inició un crecimiento acelerado al grado de que ese año facturó 433 millones de pesos; en 2004, 871.5 millones, y en 2005, 992.1 millones más.

9.- Según el documento, el cuñado del candidato ocultó información de sus ingresos a la Secretaría de Hacienda para evadir el pago de impuestos.

10.-Claudia Sheinbaum, integrante del equipo de campaña de AMLO, señaló la formación de al menos 18 empresas por parte de Diego Hildebrando a partir de 1997.

11.- Hubo contratos “por asignación directa con Pemex”, lo cual viola la Ley de Adquisiciones, Arrendamiento y Servicios.

12.- Sheinbaum recalcó que: “estas empresas reportan al SAT que no tienen ganancias”.

13.-Explicó que los contratos con Pemex se pueden constatar en la página de *Comprante*, que depende de la Secretaría de la Función Pública.

14.- Consideró que esta situación tiene que ser seguida de oficio por parte de la Secretaría de Hacienda.

15.- En tanto, la coalición Por el Bien de Todos valorará si procede por la vía penal, ante lo que el PRD considera “enriquecimiento al cobijo del poder”.

EL CONSORCIO HILDEBRANDO, PROPIEDAD DE DIEGO ZAVALA, SE ENRIQUECIÓ ILÍCITAMENTE A PARTIR DE QUE EL CANDIDATO DEL PAN ESTUVO AL FRENTE DE LA SECRETARÍA DE ENERGÍA.

*LA JORNADA.*

8 de junio de 2006

1.-El posdebate fue dominado ayer por las denuncias hechas el martes por AMLO respecto de las sospechosas operaciones, con todo y evasión de impuestos, del *holding* empresarial que dirige Diego Hildebrando Zavala.

2.-El año pasado la empresa Hildebrando SA de CV obtuvo ingresos - principalmente por servicios prestados al gobierno federal- por 683 millones 447 mil 985 pesos según consta en la declaración fiscal a la Secretaría de Hacienda el 3 de abril de 2006.

3.-Según la documentación oficial que aparece en Internet, entre 2002 y 2005 la compañía reportó al SAT ingresos por un total de mil 595.1 millones de pesos, pero apenas pagó impuestos por 35.7 millones de pesos.

4.-Ente los accionistas de la empresa aparece la esposa del candidato Calderón, Margarita Zavala. La salud económica de la compañía tuvo una súbita mejoría a partir de 2003 y hasta 2005. El año pasado alcanzó un monto de 992 millones.

HILDEBRANDO, OBTUVO INGRESOS PRINCIPALMENTE POR SERVICIOS PRESTADOS AL GOBIERNO POR 683 MILLONES 447 MIL 985 PESOS, TUVO UNA SÚBITA MEJORÍA A PARTIR DEL 2003 E INCURRIÓ EN LA EVASIÓN DE IMPUESTOS, YA QUE SÓLO PAGÓ IMPUESTOS POR 35.7 MILLONES DE PESOS.

*.EXCÉLSIOR*

9 de junio de 2006

1.- Diego Zavala presentará hoy demanda civil por daño moral en contra de AMLO.

2.- Zavala reconoció que Metadata tuvo seis contratos con Pemex en noviembre de 2003 y uno en enero de 2004, pero aseguró “eso no representa ninguna violación a la ley, ni implica un tráfico de influencias”.

3.- Aseguró que los contratos de Pemex eran por renovación y que sólo ellos tenían los derechos sobre el *software* en México.

4.-La aclaración de Zavala se produjo después de que Felipe Calderón lanzara ultimátum de 24 horas a AMLO para presentar pruebas, “de lo contrario vamos a cambiarle el nombre por “López Hablador”.

5.- Frente a la campaña negra emprendida por el PRD, ARCOP, (encuestadora) dijo que Calderón no ha perdido ni un solo voto. “Felipe esta más fuerte que nunca en las preferencias electorales, el efecto del segundo debate ha sido muy sólido”.

LOS CONTRATOS DE DIEGO ZAVALA CON PEMEX NO REPRESENTAN NINGUNA VIOLACIÓN, “FELIPE CALDERÓN SE ENCUENTRA MÁS FUERTE QUE NUNCA EN LAS PREFERENCIAS ELECTORALES”.

*MILENIO*

9 de junio de 2006

1.-La confrontación entre Felipe Calderón y AMLO se reavivó ayer cuando el PRD presentó un *spot* en el que acusó nuevamente a la familia Zavala de evadir impuestos y beneficiarse con contratos millonarios.

2.- Los panistas contraatacaron con un *spot* en el que Calderón niega los cargos y asegura que tiene “la conciencia tranquila”. Diego Zavala levantará hoy denuncia por daño moral.

3.-En el *spot* de la coalición Por el Bien de Todos se utilizó la imagen de Felipe Calderón en el debate, y la de Diego Zavala señalando que en la etapa de su cuñado al frente de Energía logró contratos de la dependencia por 8 millones de pesos.

4.El mensaje señala que existen otros contratos millonarios con Pemex, Sedesol y otras entidades públicas. “Mientras más ingresos tienen, menos impuestos pagan. Que suerte tienen tienen los Zavala y que mala suerte tienen los que no son parientes de Calderón.”

5.-Casi inmediatamente después Calderón se defendió con otro *spot* donde asegura que ningún integrante de su familia fue favorecido: “tengo las manos limpias.”

6.-Diego Zavala informó en conferencia de prensa que demandará hoy a AMLO por daño moral. Hizo un recuento de las actividades comerciales sostenidas por Hildebrando con el gobierno federal.

7.- Zavala presentó una serie de documentos no oficiales en los que afirmó que AMLO mintió al asegurar que no pagaba impuestos, y que había sido beneficiado por el gobierno federal durante la gestión de Calderón al frente de la Secretaría de Hacienda.

8.-Dijo que realizó negocios con administraciones perredistas como el gobierno de Michoacán y la delegación Cuauhtémoc.

A TRAVÉS DE *SPOTS* EL PRD ATACÓ A FELIPE CALDERÓN AL ACUSAR A LA FAMILIA ZAVALA DE EVADIR IMPUESTOS Y BENEFICIARSE CON CONTRATOS MILLONARIOS, FELIPE CALDERÓN SE DEFENDIÓ CON OTRO *SPOT* DONDE ASEGURA: “TENGO LAS MANOS LIMPIAS”. DIEGO ZAVALA PRESENTARÁ DEMANDA POR DAÑO MORAL.

## *LA JORNADA*

9 de junio de 2006

1.- Diego Hildebrando Zavala reconoció ayer en conferencia de prensa, que sus empresas obtuvieron contratos de Pemex en el periodo en que su cuñado, Felipe Calderón, fue titular de la Secretaría de Energía.

2.- Dichos contratos, están documentados en el servicio de adquisiciones Compranet, dependiente de la Secretaría de la Función Pública.

3.- Según Compranet, obtuvo 11 contratos: 10 de ellos para Meta Data SA de CV. en octubre de 2003, y otro en enero de 2004.

4.- Meta Data obtuvo los 10 contratos por adjudicación directa es decir, sin licitación y concretados el mismo día (7 de noviembre de 2003).

5.- Diego Zavala declaró que Hildebrando SA de CV adquirió a Meta Data en octubre de 2003.

6.- Reconoció que obtuvo sólo cinco contratos y que consisten en “renovaciones” de servicios que la compañía ya prestaba a Pemex.

7.- Los documentos en poder de este diario aportados por el PRD establecen que: Hildebrando compró Meta Data en octubre de 2003, un mes antes, su cuñado Felipe Calderón había sido nombrado secretario de Energía, y en noviembre de ese año, cuando tenía un mes como propietario de Meta Data, recibió 10 contratos por parte de Pemex.

8.- Estos contratos fueron adjudicados de manera directa y, según *Comprante*, no fueron renovaciones. La suma de éstos es de un millón 30 mil 976 pesos.

9.-Diego Zavala al ser interrogado sobre los contratos que Meta Data recibió de Pemex, cuando el secretario de Energía era Felipe Calderón, respondió que los contratos existen, son cinco y que corresponden a renovaciones.

10.- Aseguró que todos los trabajos que recibe de entidades gubernamentales los obtienen sus empresas mediante licitación. En la información de Compranet se asienta que los 10 contratos fueron por “adjudicación”.

11.-Ante la insistencia de los reporteros de que mostrara los documentos que sustentaran sus afirmaciones ofreció primero, colocarlos desde la noche de ayer en su página de internet, y después dijo que lo haría “en el transcurso del fin de semana”.

DIEGO ZAVALA RECONOCIÓ QUE RECIBIÓ CINCO CONTRATOS DE PEMEX POR RENOVACIÓN, *COMPRANTE* ASIENTA QUE SON 10, *LA JORNADA* TIENE DOCUMENTOS QUE ASÍ LO ACREDITAN Y QUE FUERON POR ADJUDICACIÓN.

## CONCLUSIÓN

1.-El debate electoral en México ha consistido en la exposición de proyectos de los candidatos, en éste los candidatos aprovechan para atacar a sus contrincantes, pero también recurren a su vez a todas las estrategias para promover sus personalidades.

Los debates electorales han venido a satisfacer la necesidad del electorado por sentirse tomado en cuenta, el debate establece una interacción entre el candidato y el votante lo que permite la crítica, la discusión y el análisis.

2.- En el tratamiento informativo del debate presidencial del 6 de junio de 2006, podemos concluir que, el diario *Excélsior* a través de las proposiciones de sus notas denotó que:

- a) AMLO violó la ley al calumniar al candidato panista.
- b) Minimiza la ventaja del candidato AMLO en las encuestas electorales al decir que, “tan sólo” le lleva ventaja por un punto porcentual a Felipe Calderón.
- c) Engrandece a Felipe Calderón cuando indica que éste atacó y arremetió contra AMLO, mientras que AMLO no pudo ni tuvo tiempo de defenderse.
- d) Hace énfasis en el slogan que usa el panista y que acusa a AMLO de “Mentir a México”.
- e) Defiende al “cuñado incómodo” al mencionar que los contratos con Pemex no representan ninguna violación.
- f) Reitera que Felipe Calderón está más fuerte que nunca.

3.-Por su parte el diario *Milenio*, en la semana de análisis indicó en sus discursos que:

- a) El IFE midió con la misma vara a todos los candidatos
- b) El Gobierno del D. F. acusa a Carlos Ahumada de quererlo chantajear como estrategia electoral.
- c) Indicó que en el debate hubo igualdad de condiciones entre Calderón y AMLO
- d) Valoró el encuentro como aburrido y basado en los *slogans* de campaña de los principales contendientes.
- e) Acusó a Hildebrando de enriquecerse ilícitamente a partir de que Felipe Calderón estuvo al frente de la Secretaría de Energía.
- F) Mencionó que a través de *spots* los principales candidatos se atacan.

4.-*La Jornada* en cambio, en los discursos de sus notas informativas denotó los siguientes hechos:

- a) Hizo énfasis en las acusaciones de Horacio Duarte sobre los actos proselitistas de candidatos panistas, y mencionó que lamenta que el IFE considere la cuestión del Fobaproa como política de Estado.
- b) Publicó que Reyes Orona es testigo y acusó a Felipe Calderón de concertar y ordenar la creación del IPAB.
- c) En la nota sobre el debate, reiteró que las propuestas de campaña de AMLO beneficiarán al pueblo, recordó que AMLO fue víctima del Estado - desafuero y la guerra sucia- y se refirió a las acusaciones de Roberto Madrazo que descalifican al gobierno foxista.
- d) Acusó a Hildebrando de obtener ingresos por servicios prestados al gobierno, de incurrir en evasión de impuestos, y de tener una súbita mejoría a partir del 2003.

e) Indicó que Diego Zavala aceptó que tuvo contratos con Pemex por renovación, y afirma que comprante y la misma *Jornada* tiene pruebas de que son 10 y que fueron por adjudicación.

3.- De acuerdo con estas proposiciones, podemos concluir que *Excélsior* mostró una clara tendencia a favorecer al candidato panista Felipe Calderón.

Que *Milenio* no muestra clara tendencia por algún candidato presidencial.

Y que el diario *La Jornada* .apoya abiertamente al candidato perredista Andrés Manuel López Obrador.

5.-Por lo anterior podemos decir que la elección del tema, el estilo en la redacción de las notas, así como los recursos retóricos utilizados en los discursos publicados nos permiten determinar la tendencia electoral de los periódicos.

6.-El proceso de cambio político que se gestó en la sociedad mexicana no influyo ideológicamente en los diarios *Excélsior* y *La Jornada*, cada uno de ellos continua con su misma línea. Por su parte, *Excélsior* apoya al partido oficial, mientras que *La Jornada* continúa apoyando al partido de izquierda.

7.- *Milenio* en este proceso electoral mostró más interés por dar valor a los acontecimientos y no a los candidatos o a los partidos, en sus notas informativas mostró argumentos favorables como desfavorables para los principales contendientes, lo que nos indica que estamos ante otro tipo de periodismo denominado Plural.

8.- La nota es un género periodístico esencialmente informativo, que a través de la selección e interpretación de la noticia manifiesta los intereses, ideología o expectativas del periódico.

9.- Los cambios políticos que se están viviendo en la sociedad mexicana han permitido que la prensa mexicana evolucione, con este análisis podemos observar que existen diferentes ideologías manifestadas, se terminó con la uniformidad periodística que predominaba mientras el Partido Revolucionario Institucional se mantuvo en el poder.

## BIBLIOGRAFÍA

Agustín José, *Tragicomedia Mexicana 2, La vida en México de 1970 a 1982*, México Editorial Planeta, 2004, 293p.

Agustín José, *Tragicomedia Mexicana 3, La vida en México de 1982 a 1994*, México, Editorial Planeta, 2003, 368pp.

Baena Paz, Guillermina, *Géneros Periodísticos Informativos*, México, Pay, 1990, 212pp.

Bobio Norberto, et. al. *Diccionario de Política*, 6ª. edición., España Siglo XXI, 1988, 497pp.

Donaldo Alonso Donaldo, Viloría, *De la Información a la Opinión*, Bogota, Editorial Magisterio, 2005, 223pp.

Hernández, Edmundo, *Diccionario de Política Internacional*, México, UNAM, 1981, 152pp.

Leñero, Vicente, *Los periodistas*, México, 3ª. edición, México, Grijalbo, 1986, 412pp.

Marín, Carlos, *Manual de periodismo*, México, Grijalbo, 2003. 351pp.

Martínez Albertos, J. L., *Curso general de redacción periodística*, Madrid, Paraninfo, 1992, 593pp

Méndez Fernández, María, *Las Campañas electorales: La modernización en latino América*. México, Trillas, 2003, 128pp.

Reboul, Oliver, *Lenguaje e Ideología*, México, Fondo de Cultura Económica, 1986, 235pp

Ruiz, Castañeda, Ma. Del Carmen, *La Prensa Pasado y Presente*, México, UNAM, 1987. 212pp.

Stephen Hess, *La Campaña Presidencial*. México, Gernika, 1980.

Soriano Rojas, Raúl, *Guía Para Realizar Investigaciones Sociales*, 6ª edición, México, UNAM, 1981, 271pp.

Teun A van, Dijk, *Estructuras y Funciones del Discurso*, México, Siglo XXI, 1998.159pp.

Teun A. Van, Dijk, *La Noticia como discurso, comprensión, estructura y producción de la información*, México, Paidós, 1990, 284pp.

**TESIS**

Aguilar Mendoza, Diana, *La prensa nacional y las campañas políticas de 1994*, México, FCPyS UNAM 99pp.

Arrieta Nieto, Laura, *La Prensa escrita durante el proceso electoral 1988*, México, FCPyS UNAM, 446pp

Castillo Montes, Luis Salvador, *El debate político por T. V.*, México, FCPyS UNAM, 1996, 166p

González Reyna, Ma. Susana, *Construcción del discurso periodístico*, 1991, México, FCPyS UNAM, 212pp.

González Reyna, Ma. Susana, *La Construcción de la realidad en el discurso periodístico*, 1995, México, FCPyS UNAM, 332pp.

López, Mónica, *La columna política ante la sucesión presidencial*, México, FCPy S UNAM,

Navarro Montoya, Iván, *Debate: Contienda Presidencial 1994*, México, FCPyS UNAM, 1995, 107pp.

**INTERNET**

www.etcetera.com. “¿La Jornada en crisis?”, enero 2003.

www.etcetera.com. “Si crisis en La Jornada”, mayo 2003.

www.etcetera.com.mx , “Raymundo Rivapalacio”, enero 2005

www.etcetera.com.mx, “Los diarios ahora”, noviembre 2003.

www.etcetera.com.mx,. “Influencia Política” junio 2006.

www .ineporg-Portal INEP, “Debates entre Candidatos”, junio 2006.

www.jornada.unam.mx “Quienes somos”, agosto 2006.

www.jornada.unam.mx “La Sociedad en los espejos” 1996.

www.lacrisis .com.mx, “Excélsior y el oficialismo histórico” mayo 2005.

www.lacrisis.com.mx “Arreola contra la credibilidad de Milenio” agosto 2006.

www.milenio.com.mx, “Quienes somos” agosto 2006.

www.multimedios.com.mx editorial multimedios “historia”. agosto 2006.

wwwmultimedios.com.mx “Grupo Multimedios”, agosto 2006.

www.revista espejo.com. “Suben Excélsior a Grupo imagen”: Lo compran en 586mdp  
enero del 2006

<http://raúltrejotripod.com/SociedadPodertextos2001/SyPExcélsiordisputa2107>.

## HEMEROGRAFÍA

Acosta Carlos, “Labastida en el debate no pudo evitar los forcejeos y salió maltrecho”, *Proceso, México*, 28 de mayo 2000 p.24

Alonso Lujambio, “Tres Loas por un debate”, *Reforma*, México 13 de mayo, 1994 p.10.

Beltrán del Rió, Pascal y Mayolo López, Fernando, “Cárdenas, Fernández de Cevallos y Zedillo, por fin, se verán las caras, y en horario “triple A” “, *Proceso*, México, 9 de mayo 1994, p.6.

González Casanova Pablo, “La crisis del neoliberalismo y las elecciones” *Proceso*, 25 junio 2000 p.66.

Hinojosa Juan José, “La moneda está en el aire” *Proceso*, México, 21 de mayo 2000 p.58.

Jáquez, Antonio. “Fox cambia o matiz posturas en temas controvertibles”, *Proceso*, México, 28 mayo 2000, p.19.

Levario Turcot, Mario, “ Si crisis en la Jornada”, *Etcétera*, México, enero 2003, p.2.

Martínez Omar Raúl, “Datos duros sobre monitoreos de coberturas electorales”, *Revista Mexicana de Comunicación*, México, mayo-junio p.5.

Monge Raúl, “Envalentonado Zedillo defiende al PRI, al que nunca mencionó en el debate”, *Proceso*, México, 16 mayo 1994 p.15.

Ortiz Francisco, “Fox en el debate”, *Proceso*, México, 28 de mayo 2000 p.24.

Ortiz Pardo y Ortiz Pinchetti, “La historia del martes negro”, *Proceso*, México, 20 mayo 2000 p.14.

Puig, Carlos, “En Estados Unidos el Resultado de los Debates ha resuelto Votaciones”, *Proceso*, México, 9 de mayo 1994 p.8

Scherer Ibarra, Maria, “Cárdenas en el debate: Cumplió la promesa de pintar su raya”, *Proceso*, 28 mayo 2000, p12.

Tuesta Soldevilla, Fernando, “El silencio de las encuestas”, *Revista Mexicana de Comunicación, México*, mayo-junio p.14.

Trejo Delarbre, Raúl, “La disputa por Excélsior”, *La Crónica*, México 21 julio 2001 p.15.

Trejo Delarbre, Raúl, “La crisis de Excélsior”, *Etcétera*, México, noviembre 2000, p.

Zepeda Valdez Andrés y González Ramírez Ernesto, “La norteamericanización de las campañas electorales en México”, *Revista Mexicana de Comunicación. México* mayo-junio p.7.

## ANEXOS

## ANÁLISIS CUANTITATIVO

5 de junio del 2006

	<i>EXCÉLSIOR</i>	<i>MILENIO</i>	<i>LA JORNADA</i>
NOTAS	13	13	12
COLUMNAS	5	5	2
ART de OPINIÓN	0	2	1
EDITORIAL	0	0	1

El día 5 de junio del 2006 los diarios, *Milenio*, *La Jornada* y *Excélsior* cubrieron gran parte de la información de su sección de Política y Nacional con notas referentes al debate presidencial que se llevaría a cabo al día siguiente.

Así al realizar el análisis cuantitativo se pudo observar que sólo por diferencia de una nota informativa ( en el caso del diario *La Jornada*) no publicaron la misma cantidad de notas.

En el caso de las Columnas *La Jornada* solo publicó 2 mientras que los diarios *Milenio* y *Excélsior* nuevamente igualaron la cantidad al publicar cada uno, 5 columnas referentes al debate.

Este día *Excelsior* no dedicó ningún Artículo de Opinión al tema mientras que *Milenio* y *La Jornada* si lo retomaron dedicando 2 y 1 respectivamente así como su editorial en el caso de *La Jornada*.

## **ANÁLISIS CUANTITATIVO**

6 de junio del 2006

	<i>EXCÉLSIOR</i>	<i>MILENIO</i>	<i>LA JORNADA</i>
NOTAS	12	13	8
COLUMNAS	8	10	4
ART de OPINIÓN	3	1	4
EDITORIAL	0	0	1

El cuadro anterior nos muestra, de acuerdo con las cifras registradas, que el día del debate el diario *Excélsior* le dedicó más espacios a la cuestión informativa sin dejar a un lado, el análisis en sus columnas, y nos proporcionó varios puntos de vista con tres artículos de opinión en su página denominada Editorial.

Diario *Milenio*, por su parte, se mostró más crítico al retomar el tema del debate en la mayoría de sus columnas registradas diariamente .

Y *La Jornada* cubrió el aspecto informativo con un número menor de notas y de columnas, pero con más artículos de opinión además por segundo día consecutivo dedicó su Editorial al tema del debate.

## ANÁLISIS CUANTITATIVO

7 de junio del 2006

	<i>EXCÉLSIOR</i>	<i>MILENIO</i>	<i>LA JORNADA</i>
NOTAS	18	10	11
COLUMNAS	7	8	2
ART de OPINIÓN	4	4	6
EDITORIAL	0	0	1

Un día después del debate, el diario *Excélsior* presentó mayor información sobre este evento, en cuanto a columnas, *Milenio* presentó en la mayoría de sus columnas interés por el debate. Al proporcionar una opinión respecto al suceso, el diario *La Jornada* fue el que presentó mayor número de artículos de opinión y por tercer día consecutivo su editorial tocó el tema.

La página editorial del diario *Excélsior* manejó tres artículos de opinión referentes al debate.

LOS TITULARES DE LAS NOTAS PUBLICADAS UN DIA DESPUÉS DEL DEBATE, FUERON LOS SIGUIENTES.

DIARIO *EXCÉLSIOR*:

***CALDERÓN PEGA PERO NO TUMBA***

***GOLPES QUE DUELEN CON GUANTES DE SEDA.***

***ATACAN Y CONCILIAN.***

***CALDERÓN GANÓ ANTES DE DEBATIR***

***CHAMPAÑA EN LOS CINCO CUARTELES***

***EL ENCUENTRO EN DIFERENTES ESCENARIOS***

***“¿NO QUE NO? YA NI UNA PLUMA LE QUEDA”***

***“ESPERABAN PICHÓN, PERO LES SALIÓ GALLO”***

***DEL NERVIOSISMO AL APAPACHO.***

***“CONTAGIÉ MI ÁNIMO PACIFISTA”***

***DESTACAN FANS ACTITUD DE CAMPA.***

***ME TUVIERON MIEDO DOCTOR SIMI, EL WTC,***

***CENTRO POLÍTICO DEL PAIS POR UNAS HORAS.***

***FUE UN SOMNÍFERO CALIFICAN ANALISTAS.***

***CALDERÓN CIERRA CON SPOT NUEVO.***

**EL PAN MINIMIZA REPUNTE DE AMLO.**

**“MADRAZO ES EL ÚNICO QUE CRECE”**

**EL PRD, INDIFERENTE.**

SUS COLUMNAS.

¡URGENTE! *Olayo Rubio*

**TODOS LOQUITOS.**

RAZONES *Jorge Fernández Menéndez.*

**EL ATENTADO O “TABASCO EN SANGRE MADURA”**

HORIZONTE POLÍTICO *José Antonio Crespo.*

**¿LEGALIDAD O LIBERTAD DE EXPRESIÓN?**

**FRENTES POLÍTICOS**

ARSENAL *Francisco Garfias*

**¿MURAT REMIX?**

JUEGOS DE PODER *Leo Zuckerman*

**¡COMO LLEGARON!**

NUDO GORDIANO *Yuriria Sierra*

**VIDEOS, DEBATES Y ATENTADOS**

ARTÍCULOS DE OPINIÓN.

**ESTRATEGIA Y FUERZA** *Arturo Xicotécatl y Oscar Mendiola Cruz.*

**LA FUERZA DE LAS MEDICIONES.** *Gilberto Rincón Gallardo.*

**EL ELECTOR DESCONOCIDO.** *Sabino Bastidas Colinas*

**ÁNGEL TAPADO.** *Fernando Cesarman.*

DIARIO MILENIO

**FERIA DE SPOTS DUELO DE DOS.**

**DUELO DE DOS, FERIA DE SPOTS.**

**LAS PROPUESTAS DE LOS CANDIDATOS**

**ENTREGA AMLO DOCUMENTOS CONTRA ZAVALA.**

**Y DESPUÉS DE ...**

**POCOS ATENCOS Y PORRAS EFÍMERAS EN EL WTC**

**CANTINAZO, OPCIÓN PARA HACER LLEVADERO**

**EL ENCUENTRO POLÍTICO**

**GONZÁLEZ TORRES, FUERA DEL DEBATE Y DE**

**INTERNET**

**MADRUGUETE DE MADRAZO PARA PROPONER UN**

**ACUERDO POLÍTICO**

**EL PRD PIDE SE DIFUNDAN TODOS LOS VIDEOS**

**OCULTOS**

COLUMNAS

TRASCENDIÓ...

LA HISTORIA BREVE *Ciro Gómez Leiva*

**CERO A CERO A FAVOR DE CALDERÓN Y DE LÓPEZ OBRANDOR**

QrR! *Jairo Calixto Albarran*

**SEÑALES DEL QUEPOCALIPSIS**

**DE RIBETE** *Federico Arreola*

**AMLO GANÓ; EXHIBIÓ LA CORRUPCIÓN DE FELIPE**

EN PRIVADO *Joaquín López Doriga*

**¡CUIDADO!, YA NOS DISPARARON**

CUBICULO ESTRATÉGICO *Carlos Mota*

**“EL ESCROTO DE TUS PATRONES...”**

DE UN VISTAZO *Roberto López*

**DESDE RING SIDE**

A PUERTA CERRADA *Marcela Gómez Zalce*

**PLOMO, FICCIONES Y ¿VIDEO?**

ARTÍCULOS DE OPINIÓN.

**¡APARECIÓ MADRAZO!** *María de las Heras.*

**DUÉRMANSE TODOS** *Álvaro cueva*

**EN DEFENSA DE LA NACIÓN** *Javier Ibarrola*

**DEBATE ENRARECIDO** *Mayté Reyes Retana*

*LA JORNADA.*

NOTAS

**TRAS EL NO DEBATE, NADA PARA NADIE**

**EL ENCUENTRO DEVINO CONFRONTACIÓN ENTRE**

**LOS PUNTEROS AMLO Y CALDERÓN**

**LOS CANDIDATOS MARCAN DIFERENCIAS**

**IDEOLÓGICAS.**

**FRASES DEL DEBATE**

**EXPONEN CON CIVILIDAD POLÍTICA PAISES**

**DISTINTOS.**

**CALDERÓN Y LÓPEZ OBRADOR SE QUEDARON**

**ESTANCADOS EN EL PLEITO, SEGÚN MADRAZO**

**PATRICIA MERCADO CRITICA EL FORMATO**

**“PENSABAN QUE IBAN A COMER PICHÓN, PERO LES**

**SALIÓ GALLO” : LÓPEZ OBRADOR.**

**CAMPA ASEGURA HABER MEJORADO SU POSICIÓN**

**CALDERÓN LLAMA A SEGUIDORES A REDOBLAR**

**EL PASO EN EL DF.**

## **ASEGURA EL DOCTOR SIMI QUE LOS CANDIDATOS LE “TUVIERON MIEDO”**

COLUMNAS

ASTILLERO *Julio Hernández López*

**DESENLACE POSPUESTO.**

DINERO *Enrique Galván Ochoa.*

**GANÓ AMLO**

ARTÍCULOS DE OPINION

**OCURRENCIAS Y VIRAJES** *Gustavo Leal F.*

**LO QUE ESTÁ EN JUEGO** *Gustavo Iruegas*

**DEBATE CONTRA CAMPAÑAS** *Carlos Montemayor*

**AMLO, EL CANDIDATO INDISPENSABLE** *Jorge Camil*

**LA ELECCIÓN DE GOBIERNO DEL PAN** *Luis Linares Zapata*

**LOS CRÍTICOS DEL MESÍAS TROPICAL.** *Carlos Martínez García*

## ANÁLISIS CUANTITATIVO

8 junio del 2006

	EXCÉLSIOR	MILENIO	LA JORNADA
NOTICIAS	5	5	14
COLUMNAS	8	6	2
ART de OPINIÓN	2	2	5
EDITORIAL			1

El 8 de junio la información en los diarios *Milenio* y *Excélsior* disminuyó notablemente, la cantidad de notas, mientras que el diario la *Jornada* aumentó el número de notas informativas respecto al tema del “Cuñado incómodo.”

En cuanto al número de columnas y artículos de opinión los diarios *Excélsior* y *Milenio* nuevamente dedicaron espacio al aspecto crítico y de análisis.

También podemos notar que para la *Jornada* la opinión de sus colaboradores fue importante pues destinó un mayor número de espacios a la opinión. Y como en los días anteriores, el espacio editorial fue dedicado al debate.

## ANÁLISIS CUANTITATIVO

9 de junio del 2006

	<i>EXCÉLSIOR</i>	<i>MILENIO</i>	<i>LA JORNADA</i>
NOTAS	10	11	16
COLUMNAS	6	5	2
ART de OPINIÓN	3	3	3
EDITORIAL			1

Este día hubo una mayor información en torno al tema que tomó relevancia después del debate referente a Diego Zavala (el cuñado Incómodo).

Los números nos indican cómo el diario *La Jornada* tuvo un perfil más informativo dedicándole menos espacio al análisis y a la crítica. En sus notas informativas predomina el tema Hildebrando y sus nexos con dependencias gubernamentales. En tanto los diarios *Milenio* y *Excélsior* mantienen más o menos el mismo nivel en cuanto a número de notas, columnas y artículos de opinión, predominando de igual manera que en el diario *La Jornada* el tema del Cuñado Incómodo. Cabe resaltar que durante todos los días de estudio el diario *La Jornada* dedicó su artículo editorial al tema del debate.

**LAS  
NOTAS  
SELECCIONADAS**

# EXCELSIOR

EL PERIÓDICO DE LA VIDA NACIONAL

Año XC-Tomo III, Número 32,415 • México, D.F. • 72 páginas

www.nuevoexcelsior.com.mx

**EL SEXO VENDE MENOS:** Una cara bonita puede ser contraproducente, consideran mercadólogos. > Global

**VEA BIEN SU RECIBO:** Luz y Fuerza encabeza las quejas en Profeco; usuarios explican por qué. > Dinero

**PARTE DEL PAISAJE** cotidiana del *Subcomandante* genera cada vez menos

LAS CAMPAÑAS

## Candidatos debaten propuestas inviables

Expertos convocados por *Lupa Ciudadana* repudian las ofertas de los contendientes

POR JUAN CARLOS RODRÍGUEZ

Varias de las ofertas de campaña de los candidatos presidenciales Felipe Calderón, Andrés Manuel López Obrador y Roberto Madrazo tienen calificaciones reprobatorias, según el recuento histórico de las evaluaciones realizadas por el portal *Lupa Ciudadana*, coordinado por la revista *Letras Libres*.

El sitio web, creado a iniciativa del historiador Enrique Krauze, convocó a un amplio grupo de académicos e investigadores para analizar semanalmente los planteamientos más destacados de los tres principales contendientes por la Presidencia y asignarles calificación de 1 a 10 de acuerdo con su factibilidad.

Calderón tiene notas bajas en sus ofertas sobre cultura e ISR; López Obrador en ahorro público y microcréditos, y Madrazo en seguridad y cultura, entre otras propuestas.

Tema del día / Página 2

### MIENTRAS LOS ATRILES ESPERAN

Los tres principales aspirantes a la Presidencia de la República afilan sus armas para el debate de mañana.

#### ■ GANCHOS AL HÍGADO

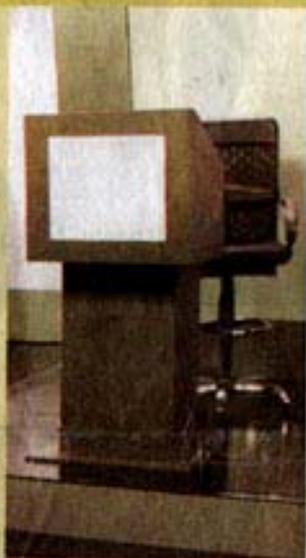
Nuevos anuncios de televisión donde se critica la gestión de AMLO en seguridad y deuda pública son lanzados como parte de la estrategia del panista Felipe Calderón.

#### ■ CAMPEÓN SIN CORONA

López Obrador buscará minimizar la importancia del debate e insistirá en la idea de que el resultado del 2 de julio ya está decidido por el pueblo, y por tanto no gastará sus guantes de oro.

#### ■ ENTRENA SIN MÁNAGERS

En la soledad de su casa, el priista Roberto Madrazo estudia su estrategia y arma sus argumentos. Se prevé que esta vez no lleve tarjetas de apoyo, cartelitos ni periódicos.



### Censuran spot del PRD

POR ÉRICA MORA

El Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE) ordenó a la Coalición Por el Bien de Todos (PRD-PT-Convergencia) el retiro inmediato de los spots en los que asegura que el panista Felipe Calderón firmó el Fopabesa.

Además, como adelantó *Excelsior* el viernes, Luis Carlos Ugalde, presidente del IFE, amonestó a los gobernadores Silverio Cavazos, de Colima, y Patricio Patrón, de Yucatán; y a los alcaldes Georgina Miranda, de Valle de Santiago, Luis Vargas, de Irapuato, y Francisco Portilla, de Córdoba, por violar el Acuerdo de Neutralidad.

En el caso de los anuncios, los consejeros determinaron que la coalición que abanderó a Andrés Manuel López Obrador violó la ley al calumniar al panista con frases no verídicas.

Política / Página 6

# CELSIOR

PERIÓDICO DE LA VIDA NACIONAL

\$10.00

MARTES 6 de junio de 2006

www.nuevoexcelsior.com.mx

**APOCALIPSIS NOW:**  
Ni la política se salva de la  
cifra del mal. > Página 2/Función

**DESAFÍAN A PIRATAS:** Blockbuster  
tiene la meta de abrir 15 tiendas este año, con  
un costo de 200 mil dólares cada una. > Dinero

LAS CAMPAÑAS

## El debate, entre dos

**AMLO supera por un punto a Calderón; Madrazo va por su última oportunidad para remontar**

DE LA REDACCIÓN.

Los candidatos presidenciales llegan hoy al segundo debate con dos de ellos disputándose el primer lugar.

De acuerdo con la última encuesta de Excelsior-Parametría, Felipe Calderón no logró consolidar la tendencia ascendente que había mostrado desde abril y nuevamente fue superado por Andrés Manuel López Obrador.

El candidato de la Coalición Por el Bien de Todos encabeza otra vez las preferencias electorales con 35.5%, apenas un punto porcentual más que el abanderado de Acción Nacional, que tiene 34.4%.

El priista Roberto Madrazo subió sólo un punto porcentual para quedar con 27%, por lo que esta noche tendrá, durante el debate, una de sus últimas oportunidades para remontar la desventaja y competir con los punteros.

Política / Páginas 6, 7 y 8

ESTA NOCHE, EL ROUND DECISIVO



35.5%

34.4%

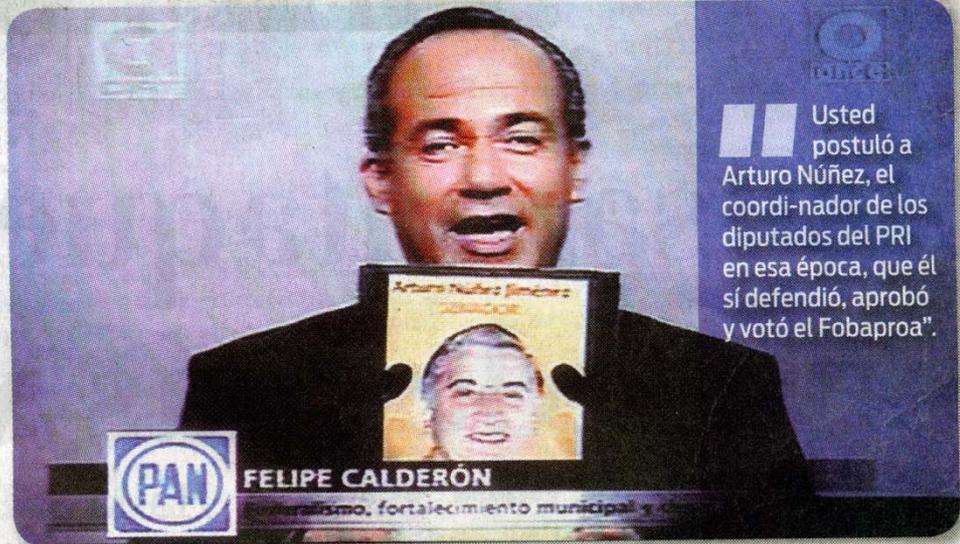
# Calderón pega

POR IVONNE MELGAR Y ÉRICA MORA

Un debate entre dos, en el que Felipe Calderón tiró un golpe que no tuvo respuesta, con el que le recordó a Andrés Manuel López Obrador que Arturo Núñez, su candidato al Congreso de la Unión, fue uno de los priistas conversos a su causa y que aprobaron el Fobaproa.

Los dos aspirantes a la Presidencia se enfrentaron en el debate de anoche, en el que los otros tres candidatos, Roberto Madrazo, Patricia Mercado y Roberto Campa, sólo fueron espectadores.

El panista arremetió contra su adversario al hablar del alto salario que percibía el ex gobernador de Baja California Sur, Leonel Cota, hoy líder nacional del PRD; le echó en cara el sueldo de su chofer Nico y el pago de colegiaturas de su hijo; le habló de la poca transparencia en el uso de recursos, del endeudamiento del GDF e insistió en que el perredista "es un peligro para México".



Usted postuló a Arturo Núñez, el coordinador de los diputados del PRI en esa época, que él sí defendió, aprobó y votó el Fobaproa".

# pero no tumba

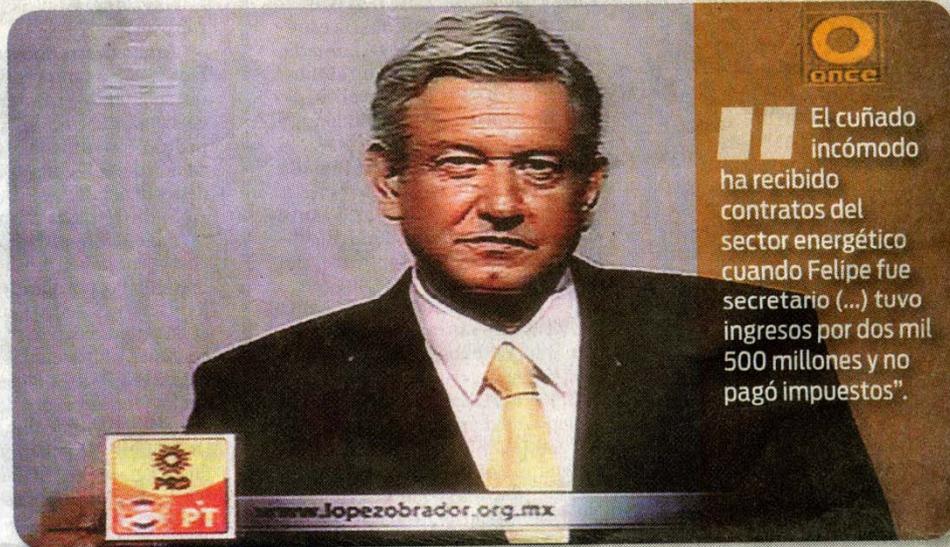
Andrés Manuel López Obrador reviró presumiendo tener la intención mayoritaria del voto capitalino, como resultado de su gestión al frente del Gobierno del Distrito Federal, y puso énfasis en los fracasos de la política panista.

Y en una intención tardía para provocar a Calderón, le recriminó haber beneficiado a su cuñado con contratos millonarios durante su paso por la Secretaría de Energía. También le advirtió que prepara un expediente para documentar el tráfico de influencias.

Sin embargo, no tuvo tiempo para abundar en el tema y tampoco pudo responder al señalamiento del Fobaproa, aunque dijo que ese asunto lo discutirá personalmente con Calderón.

El perredista habló de buscar una alianza con representantes de todos los sectores de la población e incluyó a la Iglesia y a los empresarios.

Política / Páginas 6 a 11



El cuñado incómodo ha recibido contratos del sector energético cuando Felipe fue secretario (...) tuvo ingresos por dos mil 500 millones y no pagó impuestos".

## IMPACTO EN TIEMPO REAL

Resultados de la encuesta telefónica con diseño de panel de Excelsior-Parametría, efectuada a 300 personas a escala nacional, antes y después del debate, entre quienes lo observaron.

¿Por quién va a votar? (antes del debate)

35% 35%

FCH

AMLO

¿Por quién va a votar? (después del debate)

37% 32%

FCH

AMLO

¿Quién ganó el debate?

37% 28%

FCH

AMLO

Año XC-Tomo III, Número 32,418 • México, D.F. • 116 páginas

**CONTRA GAYS:** La directora del DIF se opone a que parejas homosexuales adopten; cuestiona su estabilidad emocional. > Código

LAS CAMPANAS

# AMLO acorrala a Felipe

En medios electrónicos, Calderón se vio obligado a responder sobre las acusaciones, no probadas aún, en contra de su cuñado

DE LA REDACCIÓN

La acusación de Andrés Manuel López Obrador agitó la fiesta de Felipe Calderón.

Las 23 entrevistas que tenía pactadas el panista con diversos medios para alzarse como vencedor del debate del martes, se convirtieron en espacios para defender a su cuñado Diego Zavala, señalado por el perredista como beneficiario de millonarias contrataciones del sector energético.

La ofensiva panista consistió en un total de 353 participaciones en radio y TV del propio contralibista y sus más cercanos colaboradores. El plan se reforzó con el lanzamiento de un spot en el que acusa a su adversario de "mentir a México".

El PRD destruyó un documento en el que se menciona el crecimiento de la empresa Hidrebrando, del cuñado de Calderón. Según esa información, la compañía había obtenido, entre 2003 y 2005, un total de 34 contratos por un monto de 155 millones de pesos. Por la noche, dicho partido difundió un spot en el que invita a ver un amonico que se transmitirá hoy a las 11 horas en cadena nacional, en el que abundará sobre el caso.

Política / Página 6

EL POSDEBATE

El PRD no presentó pruebas que sustenten las imputaciones a Zavala.

■ La Secretaría de Energía, Pemex y CFE negaron que se hayan suscrito contratos con la empresa Hidrebrando.

■ El cuñado de Calderón negó pruebas a su acusador. Su empresa se reservó el derecho de demandar al PRD.

■ La titular de Sedesol, aceptó que la empresa fue contratada para la captura de dióxido.

■ AMLO aseguró que la denuncia fue un escarmento contra el panista por su actitud beligerante. "Empezó anoche dale y dale y dale, hasta que le fue que dar su estate quieto".

**LAS CAMPAÑAS**

# AMILO, a juicio por daño moral

**Diego Zavala presentará una denuncia civil; admite que obtuvo contratos de Pemex cuando Calderón era secretario**

**POR CAROLE SIMONNET, PABLO CÉSAR CARRILLO Y CECILIA GARCÍA**

Diego Zavala, cuñado de Felipe Calderón, anunció que presentará hoy una demanda civil por daño moral en contra del candidato presidencial Andrés Manuel López Obrador, por haberlo difamado al decir que fue beneficiado con contratos del gobierno federal por dos mil 500 millones de pesos, cuando el aspirante panista era secretario de Energía.

No obstante, Zavala reconoció que la compañía Metadata, adquirida por Hildebrando el 31 de octubre de 2003, tuvo seis contratos con Pemex en noviembre de 2003 y uno más en enero de 2004 con la subsidiaria PMI-Pemex durante la administración de Calderón como secretario, pero aseguró que eso no representa ninguna violación a la ley ni implica un tráfico de influencias.

En el caso de los contratos de Pemex, aseguró que eran por renovación y que no había forma de con-

tratar a otra empresa porque sólo ellos tenían los derechos sobre el *software* en México, y en el caso de PMI dijo que es una subsidiaria que tiene una figura jurídica que la hace no depender directamente de la paraestatal.

La aclaración de Zavala se produjo horas después de que el abanderado blanquiazul lanzara en Zacatecas un ultimátum de 24 horas para que el tabasqueño demuestre su acusación o “de lo contrario vamos a cambiarle hasta el nombre, en lugar de López Obrador se va a llamar López Hablador”.

Frente a la *campana negra* emprendida por el PRD, Rafael Giménez, director general de ARCOP, encuestadora que da servicios a diferentes medios de comunicación y al PAN, dijo que Calderón no ha perdido ni un solo voto. “Felipe está más fuerte que nunca en las preferencias electorales; el efecto del segundo debate ha sido muy sólido”.

**Política / Páginas 6 y 7**

"Estamos siendo consistentes": Ugalde

# Ordenan al PRD retirar spot contra Calderón

México ▶ Víctor Hugo Michel

Por seis votos a tres y al considerar que su emisión "falta a la verdad", el Consejo General del IFE ordenó ayer a la alianza Por el Bien de Todos retirar del aire los spots en los que acusa al candidato del PAN, Felipe Calderón, de haber aprobado el Fobaproa.

En sesión extraordinaria que se extendió por tres horas, el Consejo General determinó que los spots caen en la misma irregularidad cometida por Acción Nacional en algunos de sus comerciales que tildaban a Andrés Manuel López Obrador de ser un peligro para México.

"Estamos siendo consistentes", dijo el consejero presidente del IFE, Luis Carlos Ugalde, al reflexionar que la decisión de ayer "mide con la misma vara" al PRD, PRI y PAN. A los tres partidos, recordó, se ha pedido retirar anuncios que caen en la difamación y no contribuyen al debate informado.

Como responsable de la demanda en contra de los anuncios de la alianza Por el Bien de Todos, el representante del PAN ante el IFE, Germán Martínez, lamentó

que hasta el momento el órgano ciudadano no haya encontrado la fórmula para frenar de antemano la difusión de estos anuncios.

Aunque deploró que el Instituto insista en censurar los contenidos "afectando la libertad de expresión", dejó en claro que próximamente tendrá que haber otra sesión extraordinaria —sería la séptima para analizar este tema en específico— pues el PRD ya tiene al aire otro anuncio similar.

"Este es un procedimiento inútil", deploró. El anuncio en cuestión acusa a Felipe Calderón de buscar la aprobación del IVA en alimentos y medicinas. Frente a este nuevo spot, el diputado federal blanquiazul adelantó que el PAN arrancará un nuevo procedimiento en el Consejo General del Instituto.

La aparente inutilidad de la discusión permeó entre algunos de los consejeros, que lamentaron que el IFE vaya un paso atrás de los partidos en lo que toca a emisión de anuncios. "Esta es la sexta vez que se reúne el instituto para analizar este tipo de casos", admitió Arturo Sánchez, del Consejo. ■M

No vamos a negociar la ley ni encubrir a nadie, afirma

# Otro chantaje de Ahumada: Encinas

**El GDF** fue motivo de presiones e incluso de chantajes, si no se cumplía un conjunto de beneficios o prebendas al empresario, quien amenazó con mostrar las cintas, revela el jefe de Gobierno capitalino

México • Airamsol Martínez

**E**l jefe de Gobierno del Distrito Federal, Alejandro Encinas Rodríguez, reveló que gente cercana al empresario argentino Carlos Ahumada Kurtz intentó chantajear a la administración capitalina con la exhibición de videos en los que aparecen funcionarios del Gobierno del Distrito Federal y representantes del Partido de la Revolución Democrática.

"El Gobierno de la ciudad fue motivo de presiones e incluso de chantajes si no se cumplía un conjunto de beneficios o de prebendas al señor Ahumada, quien amenazó con mostrar los videos", dijo el mandatario local.

En su habitual conferencia de prensa, Encinas aclaró que su gobierno no va a negociar la ley. "No vamos a entrar a un proceso de chantaje ni vamos a encubrir absolutamente nada... El Gobierno de la ciudad no va a ser víctima de ningún chantaje", expresó.

Ante los cuestionamientos de los representantes de los medio de comunicación, el jefe de gobierno dijo desconocer quiénes serán los protagonistas de los nuevos videos que serán presentados hoy en las oficinas de la empresa Quart.



Joel Ortega, Alejandro Encinas y Renato Sales, ayer durante la entrega de reconocimientos a policías

"El señor está en plena libertad de presentar los videos que tenga en sus manos, ya los veremos y tomaremos posición al respeto", explicó el funcionario.

En el Antiguo Palacio del Ayuntamiento, Encinas negó haber visto los videos, por lo que desconoce a qué funcionario se exhibirán.

Fue el viernes pasado cuando el Gobierno del Distrito Federal negó al empresario Carlos Ahumada, quien permanece en prisión desde abril de 2004, realizar una confe-

rencia de prensa desde el Reclusorio Norte.

Al respecto, el funcionario argumentó que el permiso se negó por el Reglamento, "en nuestro sistema penitenciario, al igual que en todo el sistema penitenciario en el mundo, no hay esta canonjía a las personas que están limitadas de su libertad", explicó.

Consideró que la exhibición de los videos es parte de una estrategia electoral. "Es parte de una estrategia justamente en los días

del debate, es parte de las preocupaciones por las tendencias electorales que se están manifestando", reiteró.

El Gobierno del Distrito Federal anunció que dará su postura hasta que se den a conocer los videos.

"Vamos a conocerlos primero, pero insisto, nosotros no vamos a aceptar ningún chantaje, ni para alterar la ley, para torcer la ley, ni para encubrir a nadie", concluyó el funcionario, quien informó que dará a conocer los chantajes. ■ M

MIGUEL CASTILLO/IMC/PHOTOPRESS

## Política debate entre presidenciables

Tedioso y por momentos aburrido acto en el World Trade Center

# Duelo de dos, feria de spots

El único encuentro entre los cinco candidatos a la Presidencia se convirtió en un choque entre Felipe Calderón y Andrés Manuel López Obrador



Felipe Calderón centró sus ataques contra Andrés Manuel López Obrador

México • Fernando Domínguez  
y Georgina Morett

Basados en sus eslogans de campaña y con la virtual exclusión de Roberto Madrazo, el segundo debate entre los candidatos a la Presidencia se convirtió en un duelo entre Felipe Calderón y Andrés Manuel López Obrador.

Entre los principales ataques, el candidato de la coalición Por el Bien de Todos acusó a su contrincante del Partido Acción Nacional de proteger a su "cuñado incomodo", el cual, aseguró, hace negocios con licitaciones del gobierno, sin pagar impuestos por los dos mil quinientos millones que ganó.

Mientras Calderón denunció que López Obrador hizo candidatos a quienes aprobaron el Fobaproa, como al ex priista, también tabasqueño, Arturo Núñez, y le pidió que no viniera con su cuento

de austeridad, ya que su "chofer Nico" tiene un salario de 70 mil pesos mensuales y paga a su hijo una colegiatura en Estados Unidos, por un millón de pesos anuales.

Fue un encuentro aburrido, con momentos en que parecía que se lograrían los acuerdos que requiere el país y otros de fuerte confrontación entre los dos punteros, pero la constante fue casi declarar la inexistencia de Roberto Madrazo, Roberto Campa y Patricia Mercado.

Prácticamente hubo unanimidad en la propuesta de suscribir un compromiso de respeto a los resultados electorales y un acuerdo de gobernabilidad para el 3 de julio, pero entonces AMLO se dijo víctima de una guerra sucia y diluyó esa posibilidad.

López Obrador marcó sus tiempos y de esta forma rompió la posibilidad del acuerdo que los demás demandaban, y la posibilidad de debate inmediato ante los ataques de Felipe Calderón.

### claves

#### Detalles

○ Cada uno de los cinco candidatos dispuso de 23 minutos de tiempo efectivo para sus exposiciones en el debate.

○ El primer debate en México fue en 1994 entre Ernesto Zedillo, Diego Fernández de Cevallos y Cuauhtémoc Cárdenas.

Y en esta estrategia dejó hasta el final el golpe al panista, que dio en sus últimas dos participaciones, cuando aseguró que su cuñado, al amparo de Calderón cuando era secretario de Energía, ganó con sus empresas dos mil quinientos mdp y no pagó impuestos.

El nivel de la confrontación que habían mantenido hasta ayer en sus spots se desdibujó y los can-

didatos dedicaron el mayor tiempo de sus participaciones a reiterar los eslogans de sus campañas.

El primer ataque provino de Calderón, quien exigió a López Obrador que explicara cómo convertiría al Distrito Federal en una de las ciudades más inseguras del mundo. A pesar de que le tocó participar enseguida, el perredista lo dejó pasar.

Esta situación se repitió en varios momentos, parecía que López Obrador seguía su propio guión, en el que estaba pautado enfrentarse únicamente con Calderón, pero en los momentos en que él lo decidiera.

Pero, a pesar de ello, cuando el panista lo acusó de mentir y de haber apoyado las candidaturas de los verdaderos responsables del Fobaproa, como Arturo Núñez, el perredista se tomó un turno para serenarse y respondió que después iba a tratar ese asunto con Felipe Calderón también acusó a

López Obrador de hacer fideicomisos y cajitas misteriosas, como el segundo piso.

Andrés Manuel también aprovechó para golpear a quien acusa de ser uno de los cerebros de los videoescándalos, Diego Fernández de Cevallos, al decir que un senador hace negocios litigando contra el gobierno.

El único momento en que Madrazo recibió la atención de sus contrincantes fue cuando acusó al albiazul de haber robado 23 propuestas de su libro de campaña, y Calderón le reviró que él editó sus propuestas un mes antes.

El candidato tricolor buscó la confrontación con Calderón y López Obrador y advirtió que sus dos contrincantes son lo mismo y representan un riesgo para el país: "por un lado, la inexperience, la ineptitud y el estancamiento, y por el otro, la violencia, el conflicto y la radicalización de las cosas". ■■

### Las propuestas de los candidatos

#### Andrés Manuel López Obrador

- Cambiar la actual política económica
- Convocar a representantes de sectores a un nuevo pacto social.
- Modernizar el sector energético sin privatizar Pemex ni CFE.
- Elevar a rango constitucional la pensión a adultos mayores.
- Establecer referéndum, plebiscito y revocación de mandato.

#### Felipe Calderón Hinojosa

- Reducir el número de senadores y diputados plurinominales.
- Negociar un acuerdo con Canadá y Estados Unidos para desarrollar a México.
- Asegurar la frontera sur y evitar el ingreso de criminales.
- Crear la Agencia Especializada de Combate al Narcotráfico.
- Extraditar a Estados Unidos a capos del narcotráfico.

#### Roberto Madrazo Pintado

- Facultar al Ejército para el combate al narcotráfico
- Nuevo arreglo para conformar mayorías en el Congreso
- Recuperar la hermandad con América Latina y el Caribe
- Participación privada en el sector energético
- Firmar un pacto que obligue a los candidatos a respetar el resultado electoral

#### Patricia Mercado

- Reforma legislativa en descentralización
- Parar la corrupción e impunidad
- Hacer pasar a todos los poderes reales por la democracia
- Revocación de mandato en caso de corrupción
- Creación del Sistema Nacional para Prevención del Delito

#### Roberto Campa

- Crear un órgano que se encargue de combatir al narcotráfico
- Ampliar el Tratado de Libre Comercio con América del Norte
- Fortalecer los mecanismos de asignación de recursos a los estados
- Apoyo a la educación para generar empleo y salud
- Implantar un nuevo marco de coordinación entre poderes

El "cuñado incómodo" tuvo un crecimiento acelerado durante el sexenio foxista

# Obtuvo Diego Zavala contratos con 19 entidades públicas

• Pemex, CFE y Luz y Fuerza son las del sector energético con las que tiene tratos

México • Fernando Damián y  
Mauricio Pérez

La empresa Hildebrando SA de CV, propiedad de Diego Zavala, se adjudicó durante el sexenio de Vicente Fox los contratos con 19 de las 21 entidades públicas y gobiernos locales a los que actualmente presta sus servicios, de acuerdo con información de la propia firma.

Según la información consultada en la página electrónica de la empresa, mantiene relaciones con las secretarías de Hacienda, de Gobernación, de Educación Pública, de Economía y de Medio Ambiente, así como con Pemex, la CFE, el ISSSTE, el IMSS, el IPAB e ISOSA, esta última beneficiaria de millonarios desvíos del SAT, de acuerdo con los informes de la Auditoría Superior de la Federación.

También son clientes de Zavala los gobiernos de Chihuahua, Durango, Michoacán y Tabasco, así como la administración delegacional de Cuauhtémoc en el DF.

## Al cobijo del poder

La coalición Por el Bien de Todos presentó documentos que acreditan a la esposa de Calderón, Margarita Zavala, así como a los cuñados del candidato, Pablo, Rafael y Mer-



Margarita Zavala, esposa de Felipe Calderón

cedes, además de Diego Hildebrando Zavala Gómez del Campo, como accionistas de Hildebrando.

El expediente integrado por el equipo de López Obrador detalla que el negocio del cuñado de Calderón consiguió 20 contratos, 11 de ellos con empresas públicas del sector energético (Pemex, CFE y Luz y Fuerza) durante el periodo en que el hoy candidato presidencial del PAN estuvo al frente de la Secretaría de Energía.

El portal de la empresa precisa, sin embargo, que solamente con Pemex y Hacienda mantiene

contratos desde hace más de cinco años, mientras que su relación con 19 entidades públicas y gobiernos locales comenzó este sexenio.

En contraste, la documentación en poder de López Obrador incluye también a la Secretaría de Desarrollo Social, Banobras, el INEGI, la PFP, Telecom, el Conacyt y Luz y Fuerza.

El expediente establece que la empresa obtuvo ingresos por 145.7 millones de pesos en 2001 y por 179 millones en 2002, pero a partir de 2003, cuando Calderón arribó a Energía, el consorcio inició un

crecimiento acelerado, al grado que ese año facturó 433 millones de pesos; en 2004, 871.5 millones, y en 2005, 992.1 millones más.

Empero, según el documento, el cuñado del candidato solamente reportó una parte de los ingresos a la Secretaría de Hacienda, y con ello ocultó información para evadir el pago de impuestos.

En conferencia de prensa en la sede nacional perredista, Claudia Sheinbaum, integrante del equipo de campaña de López Obrador, señaló la formación de al menos 18 empresas por parte de Diego Hildebrando Zavala, a partir de 1997.

Hubo contratos "por asignación directa con Pemex", lo cual viola el artículo la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios.

Sheinbaum recalcó que en el tiempo que Calderón pasó por el gobierno, "estas empresas reportan al SAT que no tienen ganancias".

Explicó que los contratos con Pemex se pueden constatar en la página de Comprante, que depende de la Secretaría de la Función Pública, y pudiera haber otros no reportados ahí.

Claudia Sheinbaum consideró que esta situación hecha pública y documentada, tiene que ser seguida por oficio por parte de la Secretaría de Hacienda.

En tanto, la coalición Por el Bien de Todos valorará si posteriormente procede por la vía penal ante lo que al vocero del PRD, Gerardo Fernández Noroña, le parece "enriquecimiento al cobijo del poder". ■■

No presentó ni una prueba, afirma Calderón

## Acusan a AMLO de

Asegura que ha cumplido con sus impuestos

## Exige Hildebrando disculpa

Anuncia Diego Zavala demanda contra AMLO por daño moral

# Desata cuñado de Calderón guerra de spots entre panistas y perredistas

México • Daniel Venegas

La confrontación entre el candidato presidencial del PAN, Felipe Calderón, y el de la coalición Por el Bien de Todos, Andrés Manuel López Obrador, se reavivó ayer cuando el PRD presentó un spot en el que acusó de nueva cuenta a la familia Zavala de evadir impuestos y beneficiarse con contratos millonarios del gobierno federal.

Los panistas contraatacaron con un spot en el que Calderón niega los cargos y asegura que tiene "la conciencia tranquila". Diego Zavala, por su parte habrá de levantar hoy una denuncia contra el perredista por daño moral.

La coalición Por el Bien de Todos que abandera Andrés Manuel López Obrador utilizó en su spot, presentado ayer por la noche, la imagen del candidato panista durante el debate y luego la del propio Diego Zavala señalando que en la etapa de su cuñado al fren-

te de Energía logró contratos de la dependencia por 8 millones de pesos.

El mensaje televisivo señala que existen otros contratos millonarios con Pemex, Sedesol y otras entidades públicas, y sentería: "Mientras más ingresos tienen, menos impuestos pagan. Qué suerte tienen los Zavala y que mala suerte tienen los empresarios que no son parientes de Calderón".

Casi inmediatamente después de la transmisión del spot perredista, Felipe Calderón aseguró, también en mensaje televisivo en cadena nacional, que ningún integrante de su familia fue favorecido durante su gestión al frente de la Secretaría de Energía y su eslogan: "Tengo las manos limpias".

Por su parte, Diego Zavala, propietario de las empresas Hildebrando y de Meta Data, motivo de la nueva oleada de agresivos ataques electorales, informó en conferencia de prensa que demandará hoy mismo a Andrés Manuel



Diego y Juan Ignacio Zavala

López Obrador por daño moral. Diego, acompañado de su hermano, Juan Ignacio Zavala, ex vocero nacional del PAN, hizo un recuento de las actividades comerciales sostenidas por la empresa Hildebrando con el gobierno federal, las cuales ascendieron, en el periodo

de 2001 a 2005, a 279 millones de pesos, lo que representa el 16.4 por ciento de un total de ventas de mil 709 millones. El PRD presenta estas ventas como si se tratara exclusivamente de contratos con el gobierno.

Zavala presentó también una

serie de documentos, aunque ninguno de ellos de carácter oficial, en los que aseguró que Andrés Manuel López Obrador mintió al asegurar que no pagaba impuestos y que había sido beneficiado por el gobierno federal durante la gestión de Calderón Hinojosa al frente de la Secretaría de Energía.

Incluso dijo que realizó negocios con administraciones perredistas, como el gobierno de Michoacán y el mismo Gobierno del Distrito Federal, específicamente en la delegación Cuauhtémoc (también perredista).

**Desmiente Gil a Muñoz Ledo**

El secretario de Hacienda, Francisco Gil Díaz, negó que alguno de sus hijos trabaje en la empresa Hildebrando como había difundido Porfirio Muñoz Ledo en una entrevista radiofónica.

Muñoz Ledo exigió que se investigara la participación de un hijo de Gil Díaz como presidente de la empresa de los Zavala. "La calumnia sobre la titularidad de un hijo mío de la empresa Hildebrando es obviamente falsa", respondió Gil en una carta.

El funcionario, en la misma misiva, cuestionó a los perredistas si "tendrán el mismo certero fundamento las demás versiones que se han proferido en relación con esta empresa". ■

## Relación de dependencias con Hildebrando SA de CV



No se suscribió ningún tipo de contrato durante el periodo en que Felipe Calderón fungió como secretario de Energía.



Fernando Cañales: "no hay contrato ni dé un peso".



Ana Teresa Aranda: se adjudicó un contrato a la empresa pero se hizo con apego a la ley de adquisiciones.



Luis Ernesto Derbez: no se puede garantizar que la SRE haya firmado contratos con la empresa.



Alejandro Encinas: "ningún vínculo, relación comercial, de adquisiciones o de servicio (de esa empresa)" con el Gobierno de la ciudad".

La empresa fue inhabilitada por mentir en licitaciones

## Meta Data tuvo un contrato en Pemex cuando Calderón fue titular de Energía

México • Arturo Ramos

Meta Data, una de las empresas de Diego Zavala, logró un contrato con Pemex que estuvo vigente en 2003 y 2004, cuando Felipe Calderón se encontraba al frente de la Secretaría de Energía y, que de hecho, fue cedido a Hildebrando, la filial principal del emporio perteneciente al cuñado del hoy candidato panista a la Presidencia de la República.

Ya con Felipe Calderón fuera de Energía, este mismo contrato sería motivo de litigio con Pemex en 2005, pues la paraestatal señaló que Meta Data incumplió con sus obligaciones "en virtud de que cedió los derechos del contrato número 4700001803 a la empresa denominada Hildebrando".

Los autos del Juzgado Quinto en materia civil del DF en torno a este litigio aparecieron el 19 de octubre de 2005, en el *Diario Oficial de la Federación*.

El Artículo 46 de la Ley de Adquisiciones señala expresamente que "los derechos y obligaciones que se deriven de los contratos no podrán cederse en forma parcial ni total en favor de cualquier otra persona".

Esta irregularidad se sumaría a otras que han valido seis meses de inhabilitación a la empresa, de octubre a marzo pasado, como proveedora del gobierno federal y de cualquier programa o proyecto donde haya de por medio recursos públicos de la Federación.

La empresa mintió en una licitación pública de 2002, antes

de que Hildebrando la comprara, sobre los pagos de impuestos realizados a Hacienda.

El anuncio de los seis meses seguidos de inhabilitación fue publicado también en el *Diario Oficial de la Federación* y motivó circulares de la Secretaría de la Función Pública a las diferentes dependencias federales y a los estados.

La causal de la sanción fue: "Proporcionó información falsa con motivo de la celebración del contrato que le adjudicó el Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica, al haber manifestado bajo protesta de decir verdad que se encontraba al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, lo que resultó contrario a la verdad, de acuerdo a lo determinado por el SAT".

El contrato de 2002 estaba destinado a abastecer al Conalep de servicios informáticos para internet y representó para el contratista el pago de 300 mil dólares.

A pesar de los antecedentes, Conacyt y Economía encontraron en Meta Data a un proveedor para sus sistemas informáticos durante el último semestre de 2003, gracias a lo cual ingresó a la empresa de Zavala aproximadamente medio millón de pesos adicionales.

**Hildebrando en Sedesol**

En mayo de 2005, se declaró a Hildebrando ganador de un contrato por servicios de informática con Sedesol por 2 millones 67 mil 702 pesos.

Otras dos empresas compitieron para brindar estos servicios a la dependencia, ambas por invitación de la propia Sedesol.

La tarea de la empresa fue la implementación de un sistema para el manejo eficaz de los padrones de beneficiarios de programas sociales. ■

## Ugalde deslinda a Hildebrando de su conteo

México • Lorena López

El próximo lunes, el IFE explicará las relaciones comerciales con empresas de Diego Zavala, aunque Luis Carlos Ugalde anticipó que el familiar de Calderón "no tiene ninguna relación con el conteo rápido".

Y ante la petición de los partidos de realizar una auditoría al padrón electoral, el consejero presidente dejó claro que "los plazos legales han concluido y que la conclusión es que es sólido y confiable".

Hildebrando, la empresa de Diego Zavala, ha provisto del software necesario en la identificación de huellas dactilares y rostros, aunque también existen señalamientos de que participó en la elaboración del Programa de Resultados Preliminares. ■



ALONSO URRUTIA

El Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE) consideró que los promocionales de la coalición Por el Bien Todos en los que se asocia a Felipe Calderón con la aprobación del Fobaproa es denigrante a su persona y afecta la imagen pública del candidato, por lo que ordenó su cese inmediato y exhortó a la coalición a no utilizar mensajes análogos en lo sucesivo.

El Consejo General dio a conocer también que los gobernadores de Yucatán, Patricio Patrón Laviada, y de Colima, Silverio Cavazos Cevallos, han violentado el Acuerdo de Neutralidad de Servidores Públicos. De igual forma, hizo un llamado a los mandatarios de Oaxaca, Ulises Ruiz, y del Distrito Federal, Alejandro Encinas, "para que cumplan a cabalidad" el mencionado acuerdo, según informó el consejero presidente del instituto, Luis Carlos Ugalde, en la sesión extraordinaria de anoche.

Durante la misma, el representante de la coalición Por el Bien de Todos, Horacio Duarte, dio a conocer que el proselitismo de Patrón Laviada, utilizando recursos públicos para apoyar a un primo que es candidato, y la detención de funcionarios de Tlalnepantla involucrados en apoyos presuntamente ilegales al candidato presidencial panista Felipe Calderón, también serán objeto de denuncias penales. Subrayó que de ello se desprendieron pruebas de desvío de recursos públicos con bonos que se pagan a los funcionarios del ayuntamiento y que van a parar a las arcas del PAN, como denunció *La Jornada*.

Duarte denunció además que el candidato panista al Senado por el Distrito Federal Gonzalo Altamirano Dimas —ex funcionario de la Secretaría de Gobernación— ha pedido a personal de esa dependencia "tomar fotos de perredistas" en actos de violencia, con el objeto de utilizarlas en una nueva fase de la *guerra sucia* en contra de la coalición.

Al rendir el informe sobre el Acuerdo de Neutralidad, Ugalde señaló que Patrón Laviada promovió a Inigo Laviada, candidato a diputado del PAN en el distrito 3 de Veracruz; Cavazos publicó un desplegado en apoyo al candidato de la Alianza por México, Roberto Madrazo, en diarios de Colima.

Además se encuentran los alcaldes Luis Vargas, de Irapuato —del PAN—; Georgina Miranda, de Valle de Santiago —del PRD—, y Francisco Portilla —del PRI—, todos ellos por promover obras públicas en época de restricción.

Durante el debate, tanto Duarte como el representante de la Alianza por México, Felipe Solís Acero, destacaron que Patrón Laviada incurrió en varias irregularidades con respecto al Acuerdo de Neutralidad. Solís Acero denunció también incumplimientos deliberados del gobernador de Jalisco, Francisco Ramírez Acuña, quien ha promocionado su persona en estos días.

La sesión sirvió también para que el panista Germán Martínez anunciara un recurso en contra de la Alianza por México, que en días pasados había colocado publicidad estática en el estadio de Goettingen, donde jugó la selección mexicana de fútbol. Solís Acero desestimó la acusación, justificándola bajo el argumento de que se trataba de publicidad virtual en el país.

Sin embargo, lo más discutido fue el spot de la coalición Por el Bien de Todos relacionado con Calderón y el Fobaproa. De entrada, el panista destacó que su partido había tenido que acudir a esta medida en aras de ser medidos con la misma vara, pero al mismo tiempo deploró que el IFE se haya convertido en tribunal de contenidos y definió estos procedimientos como

Los gobernadores de Yucatán y Colima han violentado el acuerdo de neutralidad, dice

## Ordena el IFE retirar spots en los que se vincula a Calderón con el Fobaproa

"inútiles", porque esos spots hace más de una semana que salieron del aire.

A su vez, Duarte criticó el dictamen aprobado, porque en sus considerandos el

IFE hace una valoración del Fobaproa como política de Estado, cuando aun ahora es objeto de debate entre el PAN, el PRD y la Secretaría de Hacienda.

Al respecto, el consejero Arturo Sánchez asumió que en estos procedimientos presumiblemente preventivos el IFE se convierte en una instancia poco eficaz.

# Editorial Santillana

invita a los docentes de educación Secundaria a la conferencia

## La Reforma y los nuevos libros de texto

y a la presentación de las series...

Secundaria



Santillana

Secundaria



Santillana

los eventos se llevarán a cabo el sábado 10 de junio en:

### Zona Oriente

Salón Ébano del Hotel Holiday Inn Oriente  
ubicado en Av. Javier Rojo Gómez Núm. 630,  
Col. Leyes de Reforma Iztapalapa, México, D.F.

Registro: 8:30 horas

Inicio: 9:00 horas

Favor de confirmar su asistencia al teléfono  
5420 7530 exts. 2435 y 2436

### Zona Sur

Salón Real del Hotel Royal Plaza  
ubicado en Parroquia Núm. 1056,  
Santa Cruz Atoyac, México, D.F.

Registro: 9:00 horas

Inicio: 9:30 horas

Favor de confirmar su asistencia al teléfono  
5420 7530 exts. 2430 y 2431

Cupo Limitado

# POLITICA

MARTES • 6 • JUNIO • 2006

3

Elecciones 2006



■ Con ello terminó el rescate bancario, dice el ex director jurídico del Fobaproa

## Calderón, Gurría y Zedillo, los artífices del IPAB: Reyes Orona

■ Fauzi Hamdan, Francisco José Paoli Bolio y Santiago Creel, encabezaron el equipo de trabajo

■ CIRO PEREZ SILVA

Felipe Calderón "concertó y ordenó", de la mano del entonces secretario de Hacienda, José Angel Gurría, y del presidente Ernesto Zedillo, la instrumentación de la iniciativa para la creación del Instituto de Protección al Ahorro Bancario (IPAB), que convierte en deuda pública los costos del Fobaproa, con lo que concluyó el proceso de rescate, afirmó Gabriel Reyes Orona, quien fungió como director jurídico del Fondo Bancario para la Protección al Ahorro antes de convertirse en procurador fiscal de la Federación.

Desde Washington, Reyes Orona, testigo directo de este proceso, advierte además que el equipo panista que coordinó Calderón Hinojosa para la elaboración de esta ley, encabezada por el hoy senador Fauzi Hamdan en el área jurídica, Francisco José Paoli Bolio en el plano político, además de el ex secretario de Gobernación Santiago Creel incluyó en el multimillonario rescate bancario a instituciones y empresas con las que estaban vinculados al avalar la baja supervisión de los bancos, los delitos de autopréstamo y la falsedad de información para obtener créditos.

### Protección albi azul

Sostiene que en la negociación y elaboración de la iniciativa existió el interés de la dirigencia panista —y de un grupo de legisladores— de proteger a instituciones y deudores. Un caso específico, indica, fue el del hoy senador Carlos Medina Plascencia, quien tenía desde el punto de vista personal y familiar créditos en instituciones que estaban siendo intervenidas y rescatadas, "por lo que los negociadores del PAN, entiéndase Felipe Calderón y sus diputados de este grupo de trabajo, tenían directa o indirectamente relaciones con algunos deudores y banqueros involucrados en el rescate bancario".

En entrevista telefónica con *La Jornada*, Reyes Orona, quien



Gabriel Reyes Orona. Imagen de archivo ■ José Nuñez

se desempeña como asesor en materia de inversiones energéticas, afirma que en la elaboración de la iniciativa "hubo lamentables omisiones" en cuanto a las instituciones que debieron haberse revisado. "Una de las operaciones que jamás se revisaron, y que le costó varios cientos de millones de pesos al erario federal, fue la operación de Bur-samex-Banco del Sureste, dado que esta institución no quedaba protegida por los artículos transitorios de la iniciativa. Se ha hecho el señalamiento público

de que la familia Creel estaba íntimamente relacionada con este caso, y coincidía con la campaña para 2000. Te recuerdo que los transitorios fueron elaborados directamente por Santiago Creel", asegura.

"Tanto Fauzi Hamdan como Paoli Bolio y Creel-Miranda reportaban directamente a Felipe Calderón y éste, a su vez, era quien tenía contacto directo con José Angel Gurría, entonces secretario de Hacienda, para todo lo que tenía que ver con la determinación de principios,

tiempos y movimientos del rescate bancario. Después de varios meses, se concluyó que Ernesto Zedillo había incurrido en responsabilidad por haber omitido informar al Congreso de la Unión oportunamente, respecto de la contratación de financiamiento público, como establece el artículo 79, fracción octava, de la Constitución", sostiene el ex funcionario del Fobaproa.

El ex procurador fiscal de la Federación recuerda que durante varios meses los tres diputados panistas tuvieron reuniones con funcionarios del gobierno zedillista, para determinar el alcance del rescate bancario y los principales factores involucrados. Hubo además, menciona, reuniones con empresarios, "entre ellos grandes deudores de la banca, que a la larga terminaron siendo sus clientes (del despacho de Fauzi Hamdan)", además de que mantuvieron contactos con banqueros a quienes se conoce como rescatados, "pero no de quienes fueron intervenidos y excluidos de acciones de crédito, es decir, son banqueros que permanecieron en sus instituciones. Todos ellos empezaron a tener una participación directa en cómo ins-

trumentar el rescate de la banca".

Desde la dirigencia nacional del PAN, subraya Reyes Orona, Felipe Calderón y Ernesto Zedillo, "directamente, llegaron a diversos entendimientos a efecto de poder concluir lo que se llamó el rescate bancario y la integración del IPAB. Fauzi Hamdan elabora, junto con Santiago Creel, a finales de octubre de 1998, esta iniciativa presentada a la 57 Legislatura por la fracción parlamentaria del PAN. Se trata de un planteamiento absolutamente panista, con la anuencia de Felipe Calderón".

Reyes Orona señala que por el carácter parlamentario del proceso para la elaboración de iniciativas, Felipe Calderón no tenía capacidad jurídica para firmar dicho documento, "sin embargo, fue firmado por los diputados que le reportaban a Calderón, incluido el entonces coordinador de la bancada, Carlos Medina Plascencia".

—Ahora se afirma en promocionales que la responsabilidad de esta iniciativa fue exclusiva de Calderón. ¿Es así?

—Felipe Calderón fue quien aprobó el contenido de la iniciativa y sus alcances. Calderón es quien sostenía conversaciones con José Angel Gurría, por mandato de Ernesto Zedillo. En esta negociación no participaron ni el coordinador ni el presidente ni los diputados del PRI. Obviamente, al momento de la votación, sufragó un grupo de diputados priistas afines a Ernesto Zedillo, pero la iniciativa, como tal, es una propuesta de hechura ciento por ciento panista.

—¿Tiene alguna responsabilidad directa Felipe Calderón en el rescate de operaciones turbias, de instituciones que no debieron ser rescatadas? —se insistió.

—Felipe Calderón claramente concertó y ordenó la instrumentación de la iniciativa que hoy se conoce como el IPAB, y eso concluye el proceso de rescate bancario. Lo que tiene que quedar perfectamente claro es que si, materialmente, no estampó ninguna firma, esto obedece a que no estaba legalmente capacitado para hacerlo, pero claramente concertó con Ernesto Zedillo Ponce de León y con el secretario de Hacienda, José Angel Gurría, el paquete financiero del rescate bancario.

De acuerdo con cifras oficiales, el Instituto para la Protección del Ahorro Bancario, que comenzó a funcionar en 1999, empezó con una deuda equivalente a 14 por ciento del producto interno bruto, aunque a la fecha representa 9.5 por ciento.

LA ABURRIDA PASARELA

MAGU

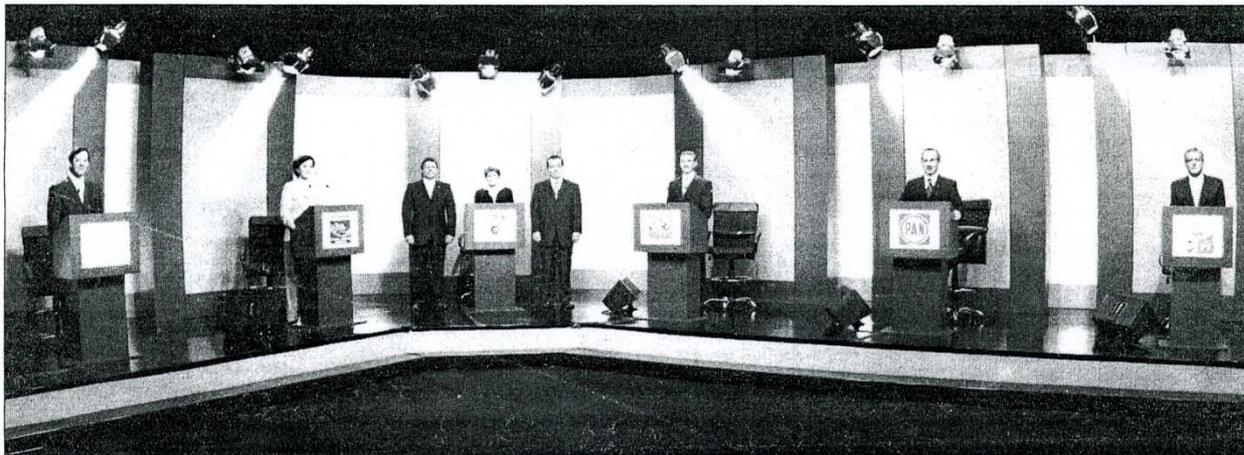


# POLITICA

MIÉRCOLES • 7 • JUNIO • 2006

3

Elecciones 2006



Los oficiales del debate entre los cinco candidatos presidenciales, realizado ayer en el World Trade Center ■ Foto: Cortesía IFE

■ Roberto Madrazo se mantuvo al margen de la disputa y criticó al gobierno foxista

## El encuentro devino confrontación entre los punteros AMLO y Calderón

■ Patricia Mercado y Roberto Campa Cifrián parecieron estar participando en otro debate

ALONSO URRUTIA, CIRO PEREZ  
Y CLAUDIA HERRERA

El segundo debate de los candidatos presidenciales se tradujo en una confrontación entre punteros: Andrés Manuel López Obrador y Felipe Calderón Hinojosa, quienes centraron sus ataques en los temas más espinosos para el adversario. De la paternidad del Fobaproa, a la "corrupción" del gobierno capitalino; del privilegio de los poderosos, al proyecto que pone en riesgo la estabilidad del país.

A su lado, Roberto Madrazo Pintado se mantuvo al margen de esa disputa. Radicalmente distinto de su papel en el primer encuentro, el aspirante de la Alianza por México optó por mencionar los fracasos de las políticas del gobierno foxista. Así, la añeja rivalidad entre los dos políticos tabasqueños nunca apareció.

El candidato de la coalición Por el Bien de Todos fue desde el inicio claro al establecer una distancia entre su proyecto de gobierno y el de sus adversarios. Dejó pasar más de un ataque, sin aparecer como el político violento que anuncian los promociona-

les, mientras que, en la lógica de su campaña publicitaria, Calderón recurrió inclusive a la frase proscrita por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación: "López Obrador es un peligro para México".

El primer tema que abordaron los candidatos fue el de la inseguridad. Felipe Calderón abrió fuego —presentándose no como el candidato puntero que ostentan los panistas en los spots, sino como el opositor— al señalar que "para hablar de inseguridad y corrupción, nada más preocupante que la ciudad de México; valdría la pena que el ex jefe de Gobierno nos explicara cómo logró que se convirtiera en la ciudad más insegura y con más corrupción en todo México".

López Obrador le reviró que al problema de la inseguridad y la violencia hay que darle un enfoque social, porque no es un asunto de policías y ladrones, ni es factible que se avance mucho en su solución con cárceles, con amenazas de mano dura o con leyes más severas.

"Si las cosas fueran como las esta planteando el candidato del PAN, no tendría yo la aceptación

que tengo en la ciudad de México; si fuesen las cosas así, tan caóticas, de inseguridad y corrupción." Fue la única ocasión en que aludió a las encuestas "amañadas o cuchareadas". López Obrador subrayó que se avanzó en el combate a la inseguridad, "y si no se pudo más, fue porque no hubo crecimiento en la economía, no hubo empleos; eso no depende de un jefe de Gobierno, eso depende del Presidente de la República".

Calderón no dejó pasar la alusión a las encuestas y se apresuró a señalar: "Qué bueno que el candidato del PRD reconozca las encuestas cuando le favorecen, cuando esas mismas encuestas que dicen que lleva ventaja en el Distrito Federal, dicen que va perdiendo en todo el país".

Este fue el único momento del debate en el que Madrazo intervino en la confrontación, al acusar al panista de haber tomado 23 de las propuestas que publicó en su libro, el pasado mes de noviembre. "El candidato del empleo puede ser el candidato del yo también", ironizó el priísta tabasqueño.

Luego de la infructuosa incur-

sión en el terreno de los ataques a sus adversarios, Madrazo se centró en la "ineficacia" del gobierno foxista. "Al gobierno en turno le faltó voluntad, visión de estadista, para construir los consensos que México necesita; prefirió descalificar el pasado y sacrificar el futuro de la gente." A diferencia de ambos, que habían planteado un acuerdo entre partidos y los poderes para asegurar la gobernabilidad del país, López Obrador habló de una convocatoria más amplia, "un nuevo acuerdo, un nuevo pacto social", que incluya a los representantes de las iglesias, empresarios, sociedad civil. "Tenemos que cambiar la política económica, el presupuesto; para atender las necesidades de la mayoría" se han hecho pactos y acuerdos, dijo, "la diferencia es que nunca han tenido lugar en la mesa los representantes del pueblo".

Planteó que, bajo el proyecto que él encabeza, no utilizará "la fuerza bruta del Ejército" para resolver los conflictos. "Tenemos que utilizar el instrumental de la política." Y en este sentido se comprometió "a garantizar la libertad religiosa, de expresión,

el derecho a disentir, el derecho de las minorías".

Calderón intentó montarse en la propuesta de López Obrador y celebró "coincidir con el candidato del Partido de la Revolución Democrática en el tema de la alianza ciudadana". Fue de las pocas coincidencias que se permitieron en sus afanes por diferenciarse uno del otro.

El otro tema que los unificó fue el de incrementar las facultades del Ejército Mexicano para atacar el narcotráfico y a la delincuencia organizada.

Las alusiones a acuerdos políticos y sociales del panista y el perredista sirvieron a Madrazo como espacio para criticar las campañas electorales de ambos. "Por fin se puede llegar a un acuerdo para suspender la campaña que han tenido Felipe y Andrés Manuel; una contienda de descalificaciones. Ojalá logremos que lo que hoy nos dicen, lo cumplan."

Con todo, López Obrador se congratuló de que la discusión se haya conducido con urbanidad política, aunque recordó que éste no ha sido el tono de la campaña. "Yo diría que, en el caso particular de nosotros, nos han estado hostilizando desde hace tiempo."

Se refirió al desafío al recordar: "Se pusieron de acuerdo arriba para desafornarme, porque no querían que yo apareciera en la boleta electoral", y también habló de la guerra sucia en spots de radio y televisión. "Sin embargo, el pueblo es mayor de edad y la gente va a participar sin miedo", aseguró.

DE PAGINA 3

## El encuentro devino...

Lejos, Patricia Mercado, de Alternativa Socialdemócrata y Campesina, y Roberto Campa Cifrián, de Nueva Alianza, parecieron estar en otro debate. Este último acertó sólo a sugerir a sus adversarios un compromiso para respetar los resultados del 2 de julio e inclusive pareció sumarse a la campaña panista.

Conforme avanzó el debate, las alusiones personales entre Calderón y López Obrador se intensificaron. Al responder a las críticas recurrentes del panista sobre el endeudamiento del DF, López Obrador dijo: "Si hablamos de deuda, lo que se dice deuda fue el Fobaproa, que ellos aprobaron para rescatar a los de arriba, incluidos los panistas. Se convirtieron deudas privadas de unos cuantos en deuda pública. ¡120 mil millones de pesos!"

A propósito de los señalamientos del perredista sobre la responsabilidad de Calderón en la aprobación del Fobaproa, el panista respondió que el problema no lo había provocado su partido, y enfatizó que no firmó el documento. "Miente usted", le espetó al tabasqueño y lo retó a que le explicara a la gente lo que hubiera sucedido sin el apoyo a los ahorradores: "Todos los televidentes perderían inmediatamente sus ahorros en el banco".

Fue más allá cuando le reclamó a

Andrés Manuel López Obrador su "incongruencia" y mostró una fotografía del ex priísta Arturo Núñez. "¿Por qué usted postuló a Núñez, el coordinador de los diputados del PRI en esa época? El sí defendió, aprobó y votó el Fobaproa, y ahora es candidato a senador por el PRD por Tabasco, su estado, por cierto".

El candidato de la coalición Por el Bien de Todos acusó entonces al cuñado del panista (Diego Heriberto Zavala Gómez del Campo) quien, aseguró, obtuvo ingresos por 2 mil millones 500 mil pesos sin pagar impuestos, además de ser favorecido con contratos cuando Calderón fue secretario de Energía. Volvió al Fobaproa para señalar que se requiere combatir a fondo la corrupción, castigar con severidad a los funcionarios corruptos y también a los delincuentes *de cuello blanco*, "estos del Fobaproa, que gozan de impunidad", y acusó a panistas por "traficar influencias".

Fue el inicio de un intercambio de descalificaciones, porque Felipe Calderón la emprendió contra el dirigente perredista, Leonel Cota, por percibir salarios de 250 mil pesos al mes cuando fue gobernador de Baja California Sur, "y que no nos

vengan con el cuento de la austeridad, cuando su chofer (el de AMLO), Nicolás Mollinedo, ganaba 70 mil pesos y su hijo está en una escuela en Estados Unidos, donde gasta hasta un millón al año".

Por su parte, López Obrador ofreció entregar un expediente que demuestra que "el cuñado incómodo" tiene una empresa que recibió contratos de la Secretaría de Energía, cuando Calderón era su titular. Calderón Hinojosa insistió en que "son mentiras" y que con eso "no va a ganar".

La política exterior y la migración del país conjuntó las fuertes descalificaciones a la administración foxista por parte de López Obrador y Madrazo. "Hoy lo que requerimos es reconocer que la política exterior es una zona de desaste", definió el priísta. "El próximo presidente de México no va a ser un pelele de ningún gobierno", subrayó López Obrador en una crítica implícita al comportamiento gubernamental frente a Estados Unidos.

El tema fue también el espacio para que Calderón ironizara con la propuesta de la coalición Por el Bien de Todos que apela a que la mejor política exterior es la política interior. "No es así, no es suficiente, el mundo ha cambiado, el mundo

importa y tenemos que cambiar también nosotros; no basta simplemente meter cabeza en la arena y cerrarse."

López Obrador y Madrazo subraya el fracaso de la política migratoria, consecuencia del fracaso económico que no se han generado empleos. El primero habló de una relación de respeto mutuo y colaboración con Estados Unidos, porque la mejor relación entre una economía fuerte y una débil es la colaboración. "Tenemos que convencerlos, persuadirlos de que nada se va a resolver con muros, con razias, con la militarización de la frontera, con amenazas de mano dura."

Felipe Calderón habló de fortalecer atención a los paisanos y a sus familias que residen en Estados Unidos, proponiendo, entre otros aspectos, la protección de las remesas. Reivindicó su orgullo michoacano y reconoció que esa es una tierra de migrantes que arriesgan su vida al cruzar la frontera, "por eso voy a ser un presidente solidario con los paisanos" reiteró.

El candidato de la Alianza por México (PRI-PVEM) aprovechó para descalificar la política foxista: "En lo migratorio, no se trata solamente de ver cómo están los paisanos allá (en Estados Unidos), sino cómo generar 9 millones de empleos en los próximos seis años para que no se vayan del país".

# La Jornada

DIRECTORA GENERAL: CARMEN LIRA SAADE  
DIRECTOR FUNDADOR: CARLOS PAYAN VELVER

JUEVES 8 DE JUNIO DE 2006  
MEXICO, DISTRITO FEDERAL • AÑO 22 • NUMERO 7826 • www.jornada.unam.mx

10 PESOS

■ En 2005 obtuvo Hildebrando SA de CV \$683.4 millones y no reportó impuestos

## Solapa Calderón a su cuñado *incómodo*

■ Margarita Zavala, esposa del aspirante panista, aparece como socia de la empresa

■ CFE, IFE, IPAB, Sedeso, Banobras e IMSS, clientes de la compañía en informática

■ Pemex dio 11 contratos a la firma cuando el michoacano era secretario de Energía

■ Se cimbra la casa de campaña *blanquiazul*; AMLO lo pagará caro, advierte su adversario

El llamado *posdebate* del no debate fue dominado ayer por las denuncias hechas el martes por Andrés Manuel López Obrador respecto de las sospechosas operaciones, con todo y evasión de impuestos, del *holding* empresarial que dirige Diego Hildebrando Zavala Gómez del Campo, hermano de Margarita Zavala, esposa del candidato panista Felipe Calderón.

Sólo el año pasado la empresa Hildebrando SA de CV obtuvo ingresos —principalmente por servicios prestados al gobierno federal— por 683 millones 447 mil 985 pesos que no causaron el correspondiente pago de impuestos, según consta en la declaración fiscal presentada por la compañía a la Secretaría de Hacienda el 3 de abril del año en curso.

Al parecer, según la documentación oficial que aparece en Internet, entre 2002 y 2005 la citada compañía del ya incómodo cuñado Zavala reportó al Servicio de Administración Tributaria (SAT) ingresos por un total de mil 595.1 millones de pesos, pero apenas pagó impuestos por 35.7 millones de pesos.

En las empresas de los hermanos Zavala aparece en el listado de accionistas la esposa del candidato Calderón, Margarita Zavala, las declaraciones reflejan operaciones financieras y contables —como la deducción anticipada de inversiones— para cerrar el ejercicio sin pagar tributo al fisco. La salud económica de la compañía tuvo una súbita mejoría a partir de 2003 y hasta 2005. Si en 1996 registró ventas por 23 millones de pesos, el año pasado al-

canzaron un monto de 992 millones. Cabe recordar que en 2003 el hoy candidato panista a la Presidencia de la República, Felipe Calderón, fue designado secretario de Energía. (Con información de ROBERTO GONZÁLEZ AMADOR Y JUAN BALBOA)

La difusión de los expedientes sobre los contratos que el gobierno federal otorgó al grupo empresarial Hildebrando SA de CV, dirigido por Diego Hildebrando Zavala Gómez del Campo, cuñado de Felipe Calderón, candidato presidencial por el Partido Acción Nacional (PAN), sacudió ayer los cimientos de

la casa de campaña del aspirante *blanquiazul*, cuya esposa, Margarita Zavala, aparece como accionista de la compañía.

Mientras el Partido de la Revolución Democrática (PRD) presentaba, en la mañana de ayer, los documentos que sustentan la denuncia, el candidato Calderón decidió pasar a una suerte de ofensiva mediática que, tal vez por falta de comunicación, su ahora incómodo cuñado, Diego Hildebrando, puso en solfa cuando reconoció que cuando Felipe Calderón fue secretario de Energía, en 2003, le otorgaron un contrato de Pemex por valor de ocho millones de pesos.

Pese a los reiterados intentos de *La Jornada* por entrevistar a Diego Hildebrando, éste nunca quiso declarar, pero sí lo hizo ante otros medios impresos y, sobre todo, electrónicos. Fue el pasado 20 de abril cuando este diario informó en exclusiva que el cuñado del candidato Calderón había firmado contratos con el Instituto Federal Electoral, particularmente para la operación del Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP).

En una de las múltiples entrevistas que ayer miércoles dispuso el panista Calderón, llegó a decir, tras afirmar que “no tengo cuñados incómodos”, que las denuncias de su rival perredista, López Obrador, “le costarán carísimo en términos electorales y quizá legales”. (Con información de CLAUDIA HERRERA, ROBERTO GONZÁLEZ, JUAN BALBOA Y ALONSO URRUTIA)



Felipe Calderón y Andrés Manuel López Obrador, en el centro de la lucha electoral ■ José Carlos González y María Meléndez

### opinión

El debate del 666

GUSTAVO IRUEGAS

15

### opinión

El debate y los avances de la democracia

SOLEDAD LOAEZA

16

# POLITICA

VIERNES • 9 • JUNIO • 2006

3

Elecciones 2006



■ Fueron otorgados en el periodo en que Felipe Calderón fue secretario de Energía

## Acepta Zavala que sus empresas obtuvieron contratos de Pemex

■ Están documentados en Compranet ■ Fueron 10 para Meta Data y uno para Hildebrando SA

ROBERTO GONZÁLEZ AMADOR,  
ROBERTO GARDUÑO Y FABIO LA MARTÍNEZ

Diego Hildebrando Zavala Gómez del Campo reconoció ayer que sus empresas obtuvieron contratos de Petróleos Mexicanos (Pemex) en el periodo en que su cuñado, Felipe Calderón Hinojosa, actual candidato presidencial del Partido Acción Nacional (PAN), fue titular de la Secretaría de Energía, cargo que ocupó de septiembre de 2003 a mayo de 2004.

Los contratos con Pemex, cuya existencia había sido negada insistentemente por Zavala Gómez del Campo y por la empresa petrolera estatal, están documentados en el servicio de adquisiciones Compranet, dependiente de la Secretaría de la Función Pública (SFP).

Diego Zavala, según la información de Compranet, obtuvo 11 contratos para dos de sus empresas: 10 de ellos para Meta Data SA de CV, que adquirió en octubre de 2003, un mes después de que su cuñado ingresó al gabinete legal del presidente Vicente Fox, y otro más en enero de 2004, en favor de Hildebrando SA de CV, la compañía que fundó con sus hermanos en agosto de 1986.

Meta Data SA de CV obtuvo de



Diego Zavala ■ Guillermo Sologuren

Petróleos Mexicanos 10 contratos, todos por adjudicación directa —es decir, sin licitación— y concretados el mismo día, el 7 de noviembre de 2003, de acuerdo con la información de Compranet. Lo que Meta Data, la empresa del cuñado de Felipe Calderón, vendió a Pemex, según la misma fuente, fueron licencias de uso de programas de cómputo y cursos para operarios.

Diego Zavala declaró ayer, en conferencia de prensa, que su empresa Hildebrando SA de CV adquirió, en octubre de 2003, la

compañía Meta Data SA de CV.

A pregunta expresa reconoció que, cuando ya era su propietario, Meta Data SA de CV obtuvo contratos de Petróleos Mexicanos. Sin embargo, aseguró que fueron "sólo cinco" y que consistieron en "renovaciones" de servicios que la compañía ya prestaba a Pemex, aun antes de que fuera su propietario.

Los documentos en poder de este diario, aportados por el Partido de la Revolución Democrática, establecen la siguiente secuencia: Diego Hildebrando Zavala compró Meta Data SA de CV en octubre de 2003, un mes antes, su cuñado, Felipe Calderón Hinojosa, había sido nombrado secretario de Energía, y en noviembre de ese mismo año, es decir, cuando tenía un mes como propietario de Meta Data, recibió 10 contratos de parte de la empresa Petróleos Mexicanos.

Los 10 contratos fueron adjudicados de manera directa y, según la información de Compranet, no corresponden a renovaciones. La suma de los 10 contratos es un millón 30 mil 976 pesos.

Ayer por la noche, en conferencia de prensa, Diego Zavala fue interrogado sobre los contratos que Meta Data recibió de Pemex cuando el secretario de Energía era

Felipe Calderón. Respondió que los contratos existen, son cinco y que corresponden a renovaciones. "Fueron renovados con base en el artículo 41 de la Ley de Adquisiciones", añadió en la conferencia, en la que estuvo acompañado por su hermano, Juan Ignacio Zavala, vocero de Calderón Hinojosa.

Por otra parte, aseguró que todos los trabajos que recibe de

entidades gubernamentales los obtienen sus empresas mediante licitación. En la información derivada de Compranet se asienta que los 10 contratos que recibió Meta Data fueron por "adjudicación".

Diego Zavala convocó a la conferencia de prensa para declarar como falsa la afirmación de Andrés Manuel López Obrador, en el sentido de que recibió trato preferencial del gobierno, de haber elevado el volumen de su negocio con la llegada de Calderón al gabinete, en septiembre de 2003, y de no haber pagado impuestos. Ante la insistencia de los reporteros de que mostrara los documentos que sustentaran sus afirmaciones ofreció, primero, colocarlos desde la noche de ayer en la página [www.hildebrando.com.mx](http://www.hildebrando.com.mx). Después dijo que lo haría "en el transcurso del fin de semana".

A PAGINA 6

## El fisco, engañado

La Secretaría de la Función Pública (SFP) dio a conocer en el *Diario Oficial de la Federación* (DOF) del 5 de enero de 2006 la inhabilitación, por un plazo de tres meses, de la empresa Meta Data, propiedad de Diego Zavala. Tal decisión obedeció a que ésta proporcionó información falsa sobre el pago de impuestos.

En la comunicación oficial se ordena a todas las dependencias y organismos del gobierno federal y entidades federales no establecer contratos con Meta Data. Esa determinación fue enviada a oficiales mayores de dependencias, Procuraduría General de la República y equivalentes de las entidades de la administración pública federal y de los gobiernos de las entidades federativas.

Con fundamento en los artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 1, 26 y 37 fracciones XII y XXVII, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 1, 2, 8 y 9 primer párrafo de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, de aplicación supletoria; 1 fracción IV, 59, 60 fracción IV, y 61 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, y 67 fracción I numeral 5 del Reglamento Interior de la Secretaría de la Función Pública, publicado en el *Diario Oficial de la Federación* en fecha de 27 de mayo de 2005, y en cumplimiento de lo ordenado en el resolutivo quinto de la resolución número OIC-AR-PS-

RES-062-2005, de fecha 8 de diciembre del presente año, dictada en el expediente PS 0056/2004, mediante el cual se resolvió el procedimiento de sanción administrativa incoada al proveedor Meta Data SA de CV.

Esta autoridad administrativa hace de su conocimiento que a partir del día siguiente al que se publique la presente circular en el *Diario Oficial*, deberán abstenerse de recibir propuestas o celebrar contrato alguno sobre materias de adquisiciones, arrendamientos y servicios del sector público con dicha sociedad, de manera directa o por interposición persona, por el plazo de tres meses.

En virtud de lo señalado, en el párrafo anterior, los contratos adjudicados y los que actualmente se tengan formalizados con la mencionada infractora, no quedarán comprendidos en la aplicación de la presente circular.

Las entidades federales y los municipios interesados deberán cumplir con lo señalado en esta circular, cuando las adquisiciones, arrendamientos y servicios del sector público que contratan se relacionen con cargo total o parcial a fondos federales, conforme a los convenios que celebren con el Ejecutivo federal.

La inhabilitación que se impone se encuentra sujeta a lo dispuesto en el penúltimo párrafo del artículo 60 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público."

ROBERTO GARDUÑO

CONFIRMADO

MAGU

