

en la
comunicación
14
incurSIONES

Número 14, Año 4, Mayo - Julio 1999

| Número del mes | [Anteriores](#) | [Contribuciones](#) | [Sobre la Revista](#) | [Sitios de Interés](#) | [Directorio](#) | [Ediciones Especiales](#) |

¿IMPARCIALIDAD MEDIÁTICA EN LOS PROCESOS ELECTORALES? LA PRENSA LOCAL EN LAS ELECCIONES PARA GOBERNADOR DEL ESTADO DE VERACRUZ EN 1998: EL CASO DE "EL MUNDO DE CÓRDOBA"

Por: **Alvaro R. De Gasperín Sampieri**

Profesor del Departamento de Comunicación | ITESM- Campus Central de Veracruz

Resumen de la Investigación:

La presente investigación, resultado de un taller de seguimiento de medios, trata de aportar elementos de análisis y resultados de ellos sobre el papel que los medios masivos juegan en los procesos electorales. Dado que en la provincia mexicana se presenta una preocupante "orfandad" de investigaciones sobre estos tópicos, se consideró importante hacer un seguimiento sobre la cobertura que un diario regional veracruzano hizo de las campañas políticas a gobernador en 1998.

Mucho se ha discutido -y se seguirá haciendo- sobre la importancia que los medios están teniendo en los procesos de transición política en nuestro país, y a las afirmaciones generalmente superficiales sobre que los medios "están modificándose para responder a una sociedad diferente", las investigaciones, como la que se presenta ahora, manifiestan que en muchos casos esos cambios son en apariencia, porque - por lo menos en el caso que nos ocupa- la imparcialidad en la cobertura de las campañas políticas sigue siendo una constante en los procesos electorales, situación que aunque no es determinante para resolver una elección, sí influye en la toma de decisiones de los electores y en las "imágenes" que se construyen de los candidatos, así como de los temas que el público discute.

Así, objetividad, equidad, imparcialidad, son palabras que teóricamente integran un ideal en cuanto a la información que es consumida cotidianamente, pero aun quedan muchas costumbres que dejar atrás, muchos vicios que superar y una cultura y actitud que cambiar. El caso de la autocensura y la unilateralidad en los tratamientos políticos dentro de los mensajes son los mejores testigos de esta realidad.

Introducción

La práctica de la observación científica hacia los medios informativos en nuestro país se ha convertido en uno de los eventos más importantes en la cual se han involucrado organismos sociales y académicos. Y no es para menos; como lo señalan Aguayo y Acosta (1997) de las nuevas realidades en la formación de una cultura democrática "una de ellas es la información que se ha convertido en uno de los temas más discutidos de la transición...la lucha por la democracia es antigua y se ha librado en un sinnúmero de frentes. En ella se han empeñado ciudadanas y ciudadanos, partidos políticos y organizaciones sociales y no gubernamentales. El de la información es uno de los más peleados por su carácter estratégico: la democracia necesita que los partidos políticos, los candidatos y los ciudadanos puedan expresar sus programas e ideas con entera libertad, lo que requiere de medios que alberguen la pluralidad de opiniones, al mismo tiempo que informen objetiva y verazmente de los acontecimientos".

Es bajo esta consigna que, como resultado del Taller de seguimiento y análisis de medios en el que participan alumnos de la carrera de Licenciado en Ciencias de la Comunicación del ITESM Campus Central de Veracruz, presentamos esta investigación sobre la cobertura en prensa de las campañas a Gobernador por el Estado de Veracruz de 1998, concretamente, del diario El Mundo de Córdoba.

Creemos que tanto el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos que reconoce "que todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión" y el artículo séptimo constitucional, presentan las bases que permiten monitorear para tener una mayor vigilancia social sobre el papel que juegan los medios en momentos de especial relevancia para la vida política y social de México" (Orozco, 1997). Pensamos también que este tipo de prácticas académicas permiten al estudiante formarse bajo el perfil que la Misión del Sistema Tecnológico de Monterrey propone hacia el 2005 y que señalan, entre otros atributos, a estudiantes y futuros egresados como líderes con una conciencia clara de las necesidades del país y sus regiones, comprometidos a actuar como agentes de cambio y con pensamiento crítico, características todas ellas englobadas en la misión general que como sistema universitario tiene el ITESM y que propone formar personas comprometidas con el desarrollo de su comunidad para mejorarla en lo social, en lo económico y en lo político y que sean competitivas internacionalmente (ITESM, 1998).

Finalmente consideramos (y queremos) junto con Orozco (1997) que la multiplicación de este tipo de prácticas de investigación científicas desde las Ciencias Sociales se fortalezcan en el futuro y constituyan una fuente de conocimiento para incidir en la formulación de políticas de comunicación en México y en la transformación de los medios informativos.

Hacia una investigación descentralizada

El panorama de los medios en México comenzó a cambiar en los años ochenta, pero en la primera mitad de los noventa experimentó una nueva libertad. Por un lado, desde el gobierno dejó de existir (sin desaparecer del todo) la intransigente censura que se había conocido en épocas anteriores. No se trataba de una concesión gratuita del poder político: una sociedad más exigente y menos dispuesta a creerle a medios saturados de mensajes oficiales, así como el interés de algunas empresas de comunicación que buscaban competir entre sí y que para ello fueron creándose una parcial pero nueva independencia, fueron factores de cambio en la comunicación. La unilateralidad de los medios, que en México tradicionalmente, con débiles excepciones, sólo daban cabida a una voz –lo voz del gobierno- se modificó, con gran rapidez.

Raúl Trejo Delarbre

Una gran parte de las investigaciones que se realizan sobre la prensa se concentran en su historia y evolución, su régimen jurídico o en sus múltiples lazos con el poder (Sánchez Ruiz, 1994), pero pocas veces se le da la importancia que en sí mismo tiene su contenido.

En nuestro país, la gran mayoría de los estudios serios de análisis de contenido siguen el mismo patrón que la mayoría de las actividades importantes y trascendentes: el centralismo. Lamentablemente el trabajo, los planteamientos y los apoyos económicos para investigación casi siempre terminan en los mismos centros: Guadalajara, Monterrey y el Distrito Federal.

En general es poca la importancia que, tanto investigadores, instituciones académicas o empresas que patrocinan este tipo de trabajos, brindan a la prensa local o a los medios impresos "pequeños", todo aquello que no tenga el sello de Nacional pasa, por lo general, a un segundo término; sin embargo ya ha sido demostrado con

casos como el del semanario "Zeta" de Tijuana o de "El Tiempo" de San Cristóbal de las Casas por citar sólo dos de ellos, que muchos medios de los considerados pequeños, en su mayoría de la provincia y con tirajes nada espectaculares han desempeñado una labor social y de influencia política en la toma de decisiones más grande que aquellos de "gran trascendencia".

"El Mundo de Córdoba" es un diario regional caracterizado por ser líder en la comunidad hasta donde su cobertura tiene alcance (Ver ANEXOS 1, 2 y 3). Básicamente maneja información de poblaciones y lugares circunvecinos de la región Córdoba-Orizaba-Fortín. Su historia e importancia data desde 1960, año de su fundación, y ha sido retomado como materia de investigación en varias ocasiones al ser uno de los órganos de información más importantes de la zona centro del estado de Veracruz.

Ante el gran caudal de cambios políticos, sociales, económicos e incluso culturales que se están viviendo en el México de los 90's, difícilmente algún medio de comunicación puede considerarse ajeno a los mismos, porque es precisamente en los medios donde se está construyendo el vínculo principal entre los ciudadanos, los partidos y el gobierno (Verón, 1997).

Así, durante los procesos electorales para la gubernatura del estado de Veracruz en 1998, "El Mundo de Córdoba" tuvo un papel indiscutiblemente importante en la pugna electoral, como todos aquellos medios "pequeños".

El 1º de agosto de 1998, el día anterior a que la gente asistiera a las urnas, apareció en primera plana de la emisión del diario en cuestión, el siguiente encabezado:

ALIANZA CIVICA VERACRUZANA

Reconocen imparcialidad de El Mundo en la cobertura de campañas políticas y es a partir de ello que se desarrolla esta investigación, tomando como punto de partida algunos aspectos relevantes:

1º La importancia de la veracidad, la objetividad, la equidad y la parcialidad en el tratamiento mediático

de los procesos electorales

2º El papel que juegan los medios en dichos procesos electorales

3º El binomio disociable comunicación-política

4º El énfasis de la escasa investigación o monitoreo de medios

5º La poca investigación o monitoreo descentralizados

Los medios que plantean la agenda

México es un país que está en constante cambio, en la medida en que estamos convencidos de que el proceso de globalización que envuelve aceleradamente a nuestro país, implica el desarrollo de capacidades competitivas que en decenios anteriores no eran precisas para sobrevivir en los mercados, es necesario que los directores y decisores de nuestros periódicos dejen de confiarse en los recursos tradicionales para asegurar la rentabilidad financiera (Sánchez Ruiz, 1994), y hablar de recursos tradicionales implica tener en consideración que la prensa en México da a conocer datos irreales en cuanto a sus tirajes a cambio de mejores ventas en su publicidad, o que aunque no se ejerce un control directo por parte del Estado, la prensa tiende a responder, por diversas razones, a los intereses y proyectos del aparato gubernamental (Lozano, 1997).

Los procesos electorales y las formas de gobierno en el país han cambiado; por un tiempo histórico, la política en México, tuvo espacios con reglas y cauces [...] ahora, cuando los partidos siguen empeñados en hacer transparentes las elecciones, ocurre que el espacio principal en donde se dirimen las preferencias ciudadanas es, antes que el momento circunstancial de las urnas, la presencia permanente de los medios de comunicación de masas (Trejo Delarbre, 1997).

Pero en esta búsqueda de presencia en medios, podemos encontrar un sinnúmero de anomalías dentro de los mensajes que éstos emiten. Raúl Trejo Delarbre (1997) presenta una opinión que ilustra, por mucho, la realidad:

La política, concebida como construcción nacional de puentes para dirimir las diferencias, es confrontación de proyectos, debate con salidas más allá del gusto por el discurso, intercambio creativo. Esa es, al menos, política civilizada. Lo que hemos tenido en circunstancias críticas como las que ha salpicado el escenario mexicano entre 1994 y 1996, ha sido en muchas ocasiones la situación de la política por un tráfico de intereses tan perverso que se confunde con asuntos de nota roja.

Esa impolítica, entonces, con el interesado o despistado aval de los medios, se ha vuelto espectáculo. Quienes la han contemplado (e incluso aplaudido con fascinación morbosa) a menudo no han reparado en los desenlaces posibles de esa feria de gestos y hechos lamentables, ni han advertido que en su pasmo o entusiasmo, más que espectadores se vuelven coartada para dicha impolítica. Quienes pretenden influir en ese espectáculo, apelan a las fibras emotivas, no a las racionales, de una sociedad a la que se pretende integrada por extasiados contempladores de la descomposición de la política.

Pocos mensajes, notas incompletas, información sin comprobar, especulación, dramatismo, simplificación de información importante, mayor importancia a la forma y una gran lista de etcéteras completarían el panorama de la comunicación y la política en México. Esto se origina, en gran parte, por el gobierno, que ejerciendo el "paternalismo" y pretextando censura tomó el poder de la información con el objeto de instaurar un sólido consenso ideológico que propició la existencia y reproducción de los intereses del capital nacional e imperial, el sector hegemónico se encontró inevitablemente forzado a desarrollar "la lucha por el monopolio de los órganos de la opinión pública: periódicos, partidos, etc., de manera que una sola fuerza modelara la opinión y de este modo la voluntad política nacional: dispersando los desacuerdos en fragmentos individuales y desorganizados (Esteinou, 1990).

México no es un caso aislado, observamos, con diversos grados y variantes, que en el modo de producción capitalista, el sector dirigente mantiene como constante histórica el control social de la estructura y dinámica del sistema de producción, distribución, e inculcación cultural. Y aunque finalmente México se haya visto envuelto en un Tratado de Libre Comercio que lo impulsó a un confrontamiento con alta tecnología y sistemas de información constatamos que, si bien el aspecto técnico de los medios de difusión colectiva afecta la calidad de sus productos culturales, su contenido y su signo ideológico no dependen, fundamentalmente, de la existencia y renovación tecnológica de éstos, sino de la forma en que son empleados y manejados por la minoría hegemónica que administra y dirige al sistema total a favor de su beneficio particular: "su valor de uso consiste principalmente en su aporte a la producción y reproducción del sistema" (Esteinou, 1990). Y quizá podamos definir al sistema como un alto índice de burocratización, corrupción y mal uso del poder, hechos que repercutieron en la información manejada en la prensa durante mucho tiempo.

Podrían enumerarse múltiples eventos relacionados con los cambios electorales, pero básicamente es a partir de la creación del Instituto Federal Electoral como un organismo independiente del gobierno, en 1993, cuando los procesos electorales fueron tomando un rumbo más democrático. El tratamiento en los medios a partir de entonces también cambió, la censura del gobierno se vio mermada ante la demanda de auténtica libertad de expresión y el monitoreo que diversos sectores sociales hicieron de los medios.

Se da también un surgimiento de medios que se autocalifican de "objetivos", que pretenden informar de manera clara y directa de los sucesos y que toman a la equidad como una bandera. El tratamiento de la equidad ha sido un tema de amplia discusión en los últimos años, la equidad es un atributo tan valorado que el Consejero General del Instituto Federal Electoral le dedicó explícitamente dos de sus Lineamientos: solicitó a los medios "procurar alcanzar equidad en los tiempos de transmisión de las informaciones correspondientes a cada partido político y sus candidatos" (Aguayo y Acosta, 1997), aunque esta aseveración fue planteada básicamente para medios electrónicos, repercute directamente a los medios impresos como grandes difusores de la información electoral.

Los medios tienen dos grandes tareas durante los procesos electorales: la difusión de plataformas políticas de las diferentes opciones partidistas y la tarea de vigilancia y denuncia sobre el desarrollo de los comicios para alcanzar un escenario democrático (Cantú, 1997), sin embargo, podemos detectar otras constantes en lo que sucede normalmente. De hecho, para muchos medios masivos de comunicación, el presentarse ante la opinión pública como abiertos y plurales a todas las corrientes políticas es toda una estrategia de mercado (sea o no verídica su información). En este caso, la credibilidad vende: "la información veraz es mercancía que la sociedad mexicana está exigiendo cada vez más y a la cual los medios no pueden cerrarse" (Petrich, 1997).

Todo esto es un proceso de cambio, los medios no se han podido desligar plenamente de su apoyo primordial al partido en el poder y de los vicios sintomáticos del ejercicio periodístico no profesional: el sensacionalismo, la injuria, la tergiversación, entre otros, de los que han sido presa todos los partidos políticos, incluso el mismo Partido Revolucionario Institucional (PRI), y el problema no únicamente radica en los espacios que los medios ceden a uno u otro partido sino en la forma de alcanzar la objetividad o imparcialidad periodísticas en su tratamiento y que quizás se agregue como un elemento más de influencia en el electorado (Sosa, 1997).

...como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los medios incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar a lo que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los medios masivos a los acontecimientos, a los problemas, a las personas (Shaw, 1979, 96).

Es importante considerar a estos medios como parte de la vida cotidiana de una sociedad, finalmente, su función dentro de ella seguramente influirá en las opiniones que se tengan sobre los temas que ellos mismos establecen como importantes.

Esta propuesta se basa en una nueva concepción de la investigación en comunicación, ya no es la observación y estimación de los cambios de actitud y de opinión, sino la reconstrucción del proceso con que el individuo modifica su propia representación de la realidad social (Noelle Neumann, 1983).

En los cambios que se dan desde hace algún tiempo, modificarán en primer lugar los efectos, que ya no corresponden a las actitudes, valores y comportamientos del destinatario, sino que es un efecto cognoscitivo, sobre los sistemas de conocimientos que el individuo asume y estructura establemente a causa de su consumo de comunicación de masas. En segundo lugar cambia el marco temporal: ya no efectos puntuales, derivados de la exposición a cada mensaje, sino efectos acumulativos, sedimentados en el tiempo (Wolf, 1992).

Se observa que la situación comunicativa propia de las campañas (electorales, informativas, etc.) tiende a enfatizar el efecto de estabilidad y de refuerzo y a desanimar en cambio la visibilidad de otros tipos de influencias. En otros estudios plantea también la redefinición del problema, en particular, el hecho de que la eficacia de los medios —incluso en la situación de campaña— consiste a menudo en su capacidad de modificar la imagen de lo que es o no es importante, de los temas o problemas principales en el contexto de la batalla electoral (Wolf, 1983).

Los medios masivos por tanto ejercen la influencia que poseen, por cuanto son algo más que un simple canal a través del que es presentada a los electores la política de los partidos. Al filtrar, estructurar y enfatizar determinadas actividades públicas, el contenido de los medios no se limita a transmitir lo que los portavoces proclaman y lo que los candidatos afirman [...]. No sólo durante la campaña, sino también durante los períodos intermedios, los medios ofrecen perspectivas, modelan las imágenes de los candidatos y de los partidos, ayudan a promocionar los temas sobre los que versará la campaña y definen la específica atmósfera y área de importancia y reactividad que caracteriza a cada competición electoral (Lang-Lang, 1962, 689).

Mucho de lo que la gente sabe sobre la vida política ha sido aprendido de segunda o tercera mano, a través de los medios. Estos estructuran un contexto político muy real pero que nosotros podemos conocer sólo "de lejos" [...]. Además de esto, los medios estructuran también una realidad más amplia, no local, a la que es difícil sustraerse [...]. Hay algo invasor respecto a lo que los medios presentan, algo que hace su influencia acumulativa (Lang-Lang, 1962, 694).

...como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los medios incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar a lo que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los medios masivos a los acontecimientos, a los problemas, a las personas (Shaw, 1979, 96).

Básicamente este es el planteamiento de la teoría de la Agenda Setting (estableciendo la agenda) y bajo la luz del cual establecemos la importancia de esta investigación. La imparcialidad de un medio tan importante para una comunidad como el Mundo de Córdoba en cuestiones políticas, nos llevaría a procesos más democráticos y confiables. El establecimiento de una agenda, por parte de "El Mundo" no podría determinar el voto de todos sus lectores, lo importante de esto es que generaría ciertos atributos que pasarían a formar parte de actitudes y opiniones con respecto a determinados partidos, y que a su vez, repercutirían en un comportamiento, en una acción —en este caso, un voto— (McCombs, 1998). La hipótesis de la agenda setting no sostiene que los medios procuran persuadir [...]. Los medios, al describir y precisar la realidad externa, presentan al público una lista de todo aquello en torno a lo que tener una opinión y discutir [...] (Wolf, 1992).

Las sociedades modernas o las más desarrolladas, están dejando cada vez más a los medios la responsabilidad de decidir sobre aquello que afecta la vida social y la política también, por supuesto (Sánchez, 97), mas no podemos perder de vista que en todo este tratamiento sobre la Agenda y los procesos electorales hay un entorno, hay una situación bajo la cual ambas situaciones interactúan: parece ser que en cuanto a los asuntos electorales de México, los temas de la agenda de los medios —con todo y sus inclinaciones partidistas— contrastan, en ocasiones, con los temas, vivencias y preferencias políticas de los ciudadanos comunes (Sosa, 1997). Al respecto comenta Delia Crovi: Es notorio que el hombre de la calle, el que forma parte de la "gran masa", se siente mucho más cerca de lo que ofrece la publicidad, el entretenimiento, los temas de interés general (chismes de artistas, consejos prácticos, divulgación de temas científicos o artísticos, etcétera) que de aquellos otros que atañen a los destinos de su país y que a diario forman la agenda de los medios.

Tampoco podemos perder de vista que los medios proporcionan algo más que un cierto número de noticias, proporcionan también las categorías en las que los destinatarios pueden fácilmente colocarlas de forma significativa (Shaw, 1979, 96).

Uno de los aspectos más discutidos en el terreno de la información política es justamente el de la objetividad, la cual rechaza la editorialización, la adjetivación y la emisión de [...] En tiempos electorales es muy importante que la información respectiva refleje fielmente los hechos, evitando calificaciones (Alva, 1997).

La cobertura informativa de El Mundo, en las campañas electorales de 1998 en el estado de Veracruz, evidentemente no podrían determinar el voto ciudadano, sin embargo, dada su cobertura e importancia en el medio social, debieron repercutir de manera importante en los temas sobre los que se discutía durante la duración de las mismas. Este análisis pretende presentar, de manera exhaustiva, el manejo de notas informativas², artículos³, fotografías y caricaturas, sus temáticas y sus espacios utilizados para tener un marco de referencia sobre el cual certificar la afirmación dada por "Alianza Cívica Veracruzana" de que El Mundo fue un medio imparcial en la contienda electoral, y digamos, autoelogiada por el mismo diario en nota de primera plana.

En la búsqueda de la veracidad Según el diccionario, se entiende por imparcialidad: "que no sacrifica a condiciones personales; que no sólo se verifica en parte; que no favorece a una persona, partido u opinión en detrimento de los demás; que no sigue el partido de otro"; es decir, que el diario en cuestión se concretó a presentar información objetivamente sin dar preferencia a ningún partido en especial en el manejo de sus notas, de su información, de sus espacios, etc.

Para comprobar la veracidad de lo informado en la nota aparecida el 1º de agosto —ALIANZA CIVICA VERACRUZANA Reconocen imparcialidad de El Mundo en la cobertura de campañas políticas— se realizó un censo que abarca las ediciones de El Mundo de Córdoba del 4 de Mayo al 31 de Julio de 1998 (fechas en las que inician y terminan formalmente las campañas electorales) analizando algunos puntos en específico, basados en el modelo planteado por Aguayo y Acosta (1997) (Ver Anexo 4). Se siguió la metodología sugerida con algunos cambios adaptados a la situación particular del caso para que, bajo la luz de un análisis cuidadoso se pudiera corroborar la información proporcionada por el medio. Dada la complejidad de la información que puede encontrarse en un caso similar, más que una unidad de análisis se establecieron diversos criterios para establecer puntos comparativos entre la presencia de los distintos partidos en pugna en las páginas de "El Mundo de Córdoba".

En los comicios electorales de 1998 fueron cuatro los candidatos (presentados alfabéticamente según el partido) que contendieron por el gobierno del estado:

- _ Luis Pazos de la Torre por el Partido Acción Nacional (PAN)
- _ Miguel Alemán Velasco por el Partido Revolucionario Institucional (PRI)
- _ Arturo Herviz Reyes por el Partido de la Revolución Democrática (PRD)
- _ Ignacio Morales Lechuga por la coalición Partido Verde Ecologista Mexicano (PVEM) y Partido del Trabajo (PT)

Fueron analizados los siguientes puntos:

- _ Las notas publicadas en primera plana que hicieran referencia a alguno de los partidos
- _ El número de páginas en que aparecía información sobre alguno de los partidos
- _ El número de notas informativas por cada partido
- _ El número de fotografías a color
- _ El número de fotografías en blanco y negro
- _ El número de artículos de autor identificado
- _ El número de artículos de autor no identificado
- _ El número de adjetivos calificativos positivos favoreciendo a algún partido
- _ El número de adjetivos calificativos negativos empobreciendo la imagen de algún partido
- _ El número de citas positivas para un partido
- _ El número de citas negativas para un partido
- _ El número de caricaturas positivas o favorecedoras
- _ El número de caricaturas negativas
- _ Se contabilizó el espacio que se destinó para cada partido

Todos estos criterios bajo dos conteos distintos: en función del candidato por la gubernatura del estado, y en función de otros miembros del partido.

El análisis de las publicaciones de "El Mundo de Córdoba" durante las campañas electorales bajo la metodología presentada arrojó los siguientes resultados:

En total fueron analizados 89 ejemplares de "El Mundo de Córdoba" que comprende exactamente al inicio y cierre de campañas &endash;del 4 de mayo al 31 de julio.

Sólo en uno de los ejemplares no aparece ningún espacio dedicado al tratamiento de las campañas electorales y corresponde al día 31 de julio.

El candidato del PRI apareció 28 ocasiones en primera plana, mientras que el del PAN 19, el de la alianza PVEM y PT 14 y el del PRD 10. Otros miembros del PRI o notas concernientes a dicho partido aparecieron 20 ocasiones, 9 del PAN, 7 del PVEM/PT y 14 del PRD. Cabe destacar que la primera plana es la parte más importante de cualquier periódico, es el punto visual más grande que se tiene de él y por tanto, la información que aparece ahí es considerada como la más trascendente y significativa en los criterios de selección noticiosa que realizan los editores de los diarios.

En suma, en el tratamiento que se le dio a las campañas electorales en la primera plana el PRI obtuvo el 39.66%, el PAN el 23.14%, el PRD 19.83%, y el PVEM/PT 17.35%.

Se puede hablar de que en total aparecen 981 elementos en relación a las campañas. Dichos elementos consisten en notas informativas, artículos con o sin autor identificado, fotografías en color o en blanco y negro y caricaturas.

De esos 981 elementos,

415 aparecen favorablemente para el PRI (42.30%)

203 aparecen favorablemente para el PAN (20.69%)

175 aparecen favorablemente para el PRD (17.83%)

179 aparecen favorablemente para el PVEM/PT (18.46%)

Considerando todos los aspectos analizados se midió el espacio que ocupó cada partido incluyendo caricaturas, fotografías y por supuesto, cualquier tipo de nota. Los resultados arrojan que la información concerniente al PRI sumó 41.5 planas en total &endash;es decir, un poco más de media plana diaria en promedio. Para el PAN, 20.4 planas en total, casi la mitad del espacio correspondiente al PRI. Para el PRD fueron utilizadas 18.8 planas y para el PVEM/PT 15.25 planas.

La información que apareció se distribuyó de la siguiente forma en relación al número de páginas que fueron ocupadas por cada partido a lo largo del período investigado.

Partido	PRI	PAN	PRD	PVEM/PT
No.páginas	90	61	56	55

Es decir, la información que concernía al PRI apareció en 90 páginas a lo largo de 89 ejemplares, casi a razón de una diaria. Por el contrario, el PVEM/PT que es el más bajo, únicamente tuvo presencia en 55 páginas durante 89 ejemplares. Considerando que cada página utilizada correspondiera a un día, entonces no tuvo presencia en el medio durante poco más de un mes.

En concreto, las notas informativas presentadas por "El Mundo de Córdoba" en relación a los comicios electorales fueron distribuidas de la siguiente forma:

De 314 notas que hablaron sobre los candidatos a la gubernatura del estado 112 fueron dispuestas a tratar información sobre el candidato priísta, 72 con el panista, 64 con el perredista y 66 con la alianza entre el PVEM y PT.

Por otra parte, al hablar del partido en general (sin contar al candidato), hubo 41 notas sobre el PRI, 22 sobre el PAN, 28 sobre el PRD y 21 acerca del PVEM/PT.

En total aparecieron 426 notas informativas con respecto a los procesos electorales, de las cuales, el 36% le correspondieron al PRI, el 22% al PAN y al PRD y un 20% al PVEM/PT.

En cuanto a la presencia gráfica, encontramos un total de 211 fotografías publicadas en blanco y negro y 41 a color. La distribución de las mismas corresponde de la siguiente forma:

108 en blanco y negro y 15 a color para el PRI

39 en blanco y negro y 12 a color para el PAN

25 en blanco y negro y 5 a color para el PRD

39 en blanco y negro y 9 a color para el PVEM/PT

Los artículos de autor identificado presentan una tendencia similar a la información presentada hasta el momento, en donde &endash;tanto de candidatos como de otros miembros del partido- de 99 artículos en total, 53 son cedidos al PRI. Menos del 50% del total es el tratamiento con autoría que se le dio a los otros tres partidos juntos.

En general, los resultados obtenidos son los siguientes:

Candidatos	Notas publicadas en primera plana	Número de páginas	Número de notas informativas	Número de fotografías a color	Número de fotografías en blanco y negro	Número de artículos de autor identificado	Número de artículos de autor no identificado	Número de adjetivos calificativos positivos	Número de adjetivos calificativos negativos	Número de citas positivas	Número de citas negativas	Número de caricaturas positivas	Número de caricaturas negativas
PRI	28	90	112	15	108	34	4	26	7	30	29	0	1
PRD	19	61	72	12	39	14	1	12	4	18	10	0	1
PAN	10	56	64	5	25	10	1	5	2	9	11	0	0
PVEM/PT	14	55	66	9	39	9	5	6	0	7	7	0	2
TOTAL	71		314	41	211	67	11	49	13	64	57	0	4

Candidatos	Notas publicadas en primera plana	Número de páginas	Número de notas informativas	Número de fotografías a color	Número de fotografías en blanco y negro	Número de artículos de autor identificado	Número de artículos de autor no identificado	Número de adjetivos calificativos positivos	Número de adjetivos calificativos negativos	Número de citas positivas	Número de citas negativas	Número de caricaturas positivas	Número de caricaturas negativas
PRI	20	41	41	3	28	19	1	10	1	12	14	2	3
PAN	9	28	22	2	9	4	0	7	5	2	9	0	2
PRD	14	28	28	0	12	4	1	5	0	4	2	1	0
PVEM/PT	7	21	21	0	4	5	0	6	0	2	0	0	0
TOTAL	50		112	5	53	32	2	28	6	20	25	3	5

Podemos apreciar que hay una diferencia importante entre las citas positivas que se le dan al PRI contra los demás partidos. De la misma forma, cuando aparecen adjetivos calificativos expresos en apoyo al candidato o a otros miembros del partido, favorece al Partido Revolucionario Institucional sobre los demás contendientes.

En el caso de las caricaturas, fueron sumamente escasas las ocasiones en que aparecieron, y es el único elemento en que parece tomar una propensión adversa al PRI, aunque en todo el espacio de tiempo analizado únicamente aparece una en sentido negativo para el candidato.

Sólo en 4 de todos los ejemplares analizados no aparecen notas informativas sobre el PRI, y uno de esos 4 no aparece nada de ningún partido.

Análisis de resultados

Desconocemos los criterios bajo los cuales Alianza Cívica Veracruzana realizó un monitoreo y la metodología del mismo para sustentar la afirmación de que "El Mundo de Córdoba" fue uno de los medios impresos más imparciales de la entidad durante los procesos electorales de 1997, sin embargo, los resultados obtenidos por esta investigación, basados en una metodología altamente confiable, presentan una parcialidad a favor del Partido Revolucionario Institucional y su candidato Miguel Alemán Velasco.

Las gráficas y tablas de los resultados de conteo nos pueden dar una información bastante objetiva de la situación. En gran parte de las veces, la inclinación a favor del PRI en cuanto a la disposición de espacios, al tratamiento noticioso y el número de notas publicadas es perceptible.

Es de destacarse la poca aparición de adjetivos calificativos tanto a favor como en desagravio de algún partido, lo cual nos presenta una cierta presencia de objetividad en cuanto al trato de las notas informativas que tiene el medio analizado. Sin embargo, haber plasmado en primera plana que se reconocía la imparcialidad de el mismo medio en la cobertura de campañas políticas no respondía concretamente a la realidad que podemos apreciar después de este análisis.

Es de destacarse la diferencia tan grande que se puede apreciar en el número de fotografías publicadas en el periodo de tiempo estudiado que favorece de una forma sorprendente al PRI, en donde más que una diferencia numérica existe una presentación distinta &endash;en este caso favorable- ante el lector, considerando que la mayoría de las veces, éste se dedica a hojear, leer encabezados o ver la parte gráfica que presentan los medios impresos y no le brindan mucha importancia al contenido del mismo.

Finalmente y como ya se había planteado con anterioridad, esto no nos podría acercar a un posible aseguramiento de que la población del centro del estado de Veracruz se vio directamente influenciada por la información contenida en "El Mundo de Córdoba" durante las elecciones para emitir un voto determinado, pero si

podríamos considerar la presencia de esta información en los temas que la misma prensa establece como situaciones a discutir o comentar por parte del público. Como lo establece la teoría de la Agenda Setting, la continua aparición en la que tanto el espacio como el tratamiento noticioso favorecen a un partido determinado podría presentar al público una lista de todo aquello en torno a lo que tener una opinión y discutir, y no sólo eso, sino que los medios proporcionan algo más que un cierto número de noticias, proporcionan también las categorías en las que los destinatarios pueden fácilmente colocarlas de forma significativa, y en este sentido, durante un período de casi tres meses, la aparición del PRI, en contraste con la información de los otros tres partidos y la forma de tratamiento de esa presencia mediática – como en el caso de las fotografías- podrían haber influido en el propio establecimiento de la agenda en la audiencia, en la información que pudo adquirir el público o la desinformación de otros partidos y candidatos, y por último, en el planteamiento personal de cada miembro del audiencia al tomar la decisión en el ejercicio del sufragio.

Definitivamente los medios no son quienes determinan un proceso electoral, no pueden decidir a quien lanzar al poder por medio de sus estrategias pero tienen una gran capacidad de influencia sobre sus públicos receptores. La gente le adjudica valor a lo que los medios le dicen, muchas opiniones son tomadas como verdades absolutas, es imposible romper los lazos implícitos que existen entre la comunicación y la política, y finalmente los medios son una vía de intercambio constante entre un público votante y un candidato. Y es aquí donde podemos destacar que pese a que la unilateralidad de los medios, que en México tradicionalmente, con débiles excepciones, sólo daban cabida a una voz – lo voz del gobierno- se modificó, con gran rapidez (Trejo Delarbre, 1997) los lazos entre los medios de comunicación y el partido gobernante, los candidatos de este partido en el poder y la autocensura que muchos de los informantes adoptan por múltiples y diversos motivos se sigue haciendo presente en nuestros canales de comunicación.

La imparcialidad de "El Mundo de Córdoba" en cuanto al tratamiento de las campañas electorales por la gubernatura del estado de Veracruz no es un tema que se desvíe de un lineamiento de objetividad y equidad en la información dado que éste no existe, es un caso de los tantos que podemos apreciar en nuestro entorno y que el público receptor no se cuestiona. Los medios de comunicación y sus afirmaciones son aceptados sin mayor profundidad, no existe una reflexión ni un criterio que rompa con el establecimiento de una cultura crítica de los mismos. Una afirmación como la presentada en la primera plana el 1o de agosto de 1998 podría ubicarnos en una realidad que no es tan atinada.

Este análisis ofrece una revisión exhaustiva basada en una metodología clara y bien fundamentada que nos aleja de grandes márgenes de error, en donde basados en métodos de medición comprobados es posible validar los datos presentados, con los que de igual forma, se hacen las siguientes afirmaciones. A nivel noticioso el PRI obtuvo un tratamiento muy por encima de su oponente más próximo, y aunque en conjunto, la oposición obtiene una mayor cantidad de notas, hay un beneficiado puesto que hablamos de una contienda equilibrada en donde las posibilidades de triunfo ya no se inclinan hacia un candidato y/o partido predecible.

En el caso de los artículos ocurre una situación similar, las opiniones que aparecieron en el medio por parte de sus colaboradores mostraron una clara tendencia a presentar escritos favorables al PRI, tanto firmados como no firmados. El caso de la adjetivación y las caricaturas no es representativo dada su escasa aparición pero aun en lo poco que tuvo presencia puede observarse la misma tendencia.

A un nivel gráfico la preferencia puede visualizarse como disparada en cuanto a la parcialidad a favor del Revolucionario Institucional.

Y finalmente, dentro de la suma en general del conjunto de elementos brindados a cada partido y el espacio que estos ocuparon durante el periodo analizado podemos encontrar datos suficientes como para contradecir la nota presentada por el mismo diario, "El Mundo de Córdoba" no fue imparcial en la contienda electoral.

Conclusiones

La evolución de los medios mexicanos que se dan con los cambios políticos actuales es un proceso largo y lento que cada vez adquiere una forma más definida. No sería posible hablar de cambios radicales, no sería viable presentar resultados justo ahora, aunque muchos de los sistemas informativos lo hacen.

Objetividad, equidad, imparcialidad, son palabras que teóricamente integran un ideal en cuanto a la información que es consumida cotidianamente, pero aun quedan muchas costumbres que dejar atrás, muchos vicios que superar y una cultura y actitud que cambiar. El caso de la autocensura y la unilateralidad en los tratamientos políticos dentro de los mensajes son los mejores testigos de esta realidad.

Existen planteamientos en los medios que no corresponden directamente a la realidad, este ha sido el caso de estudio y hay un respuesta precisa: parcialidad. Sin embargo hay múltiples facetas que integrar de esta situación: la motivación que un medio tiene para presentar cierta preferencia, el impacto en el público receptor, los factores que influyen en la relación que hay entre el medio y el partido o candidato favorecido, entre otros.

No hay aun suficiente investigación mediática como para ofrecer al público las opciones críticas que no se escuchan. La sociedad no tiene elementos suficientes como para reaccionar ante una mala información o una información irreal. No se tiene aun una cultura lo suficientemente equitativa como para considerar a todos los contendientes de un proceso electoral como posibles candidatos electos ni existe la plena libertad de expresar todo lo que se tiene, ya sea por represiones auténticas o por frenos impuestos por parte de la misma empresa. Esta investigación sólo ha desembocado en un caso mínimo de la gran cantidad que existen a lo largo de un país en una etapa de cambio como lo es México, sin embargo, es una contribución científicamente respaldada a mermar esas irregularidades a las que adjudicándoles el sentido de verdad absoluta, el público receptor consume. En México, nadie que exprese opiniones críticas puede aspirar a la impunidad total, Manuel Buendía (1997).

Bibliografía

Lozano, José Carlos. 1997. Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas. México: Alahambra.

Sánchez Ruiz, Enrique. 1994. Anuario de Investigación de la Comunicación. México: CONEICC

Trejo Delarbre, Raul. 1997. Volver a los medios. De la crítica a la ética. México: Cal y Arena.

Esteinou Madrid, Javier. 1990. Economía, Política y medios de comunicación. México: Trillas.

Wolf, Mauro. 1992. La investigación de la comunicación de masas. México: Paidós

Noelle Newman, 1983. En Wolf, Mauro. 1992. La investigación de la comunicación de masas. México: Paidós.

Lang-Lang, 1962. En Wolf, Mauro. 1992. La investigación de la comunicación de masas. México: Paidós.

Shaw, 1979. En Wolf, Mauro. 1992. La investigación de la comunicación de masas. México: Paidós.

Shaw, 1987. En Lozano, José Carlos. 1997. Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas. México: Alahambra.

McCombs, 1976. En Wolf, Mauro. 1992. La investigación de la comunicación de masas. México: Paidós.

McCombs, Maxwell E., 1998. Conferencia impartida en el XVI Simposium Internacional de Comunicación. México: ITESM Campus Monterrey.

Cantú, Jesús (1997) citado por Martínez, Verónica (1997) en Medios de comunicación, ética periodística y procesos electorales. Revista Mexicana de Comunicación, Agosto – Septiembre 1997.

Sánchez de Armas, Miguel Angel (1997). El lugar de la Comunicación en las sociedades democráticas. Revista Mexicana de Comunicación, Agosto – Septiembre 1997.

Alva de la Selva, Alma Rosa (1997). La pista de los comicios federales en la TV. Revista Mexicana de Comunicación, Agosto & Septiembre 1997.

Petrich, Blanche (1997). Ponencia presentada en el Seminario "El Sentido Social de la Comunicación Política III", publicada en Este país, mayo de 1997. Citado por Lobato, María Petra (1997) en Medios de Comunicación y poder público hoy. Revista Mexicana de Comunicación, Octubre & Diciembre 1997.

Orozco, Guillermo (1997). Monitorear los medios. Revista Mexicana de Comunicación, Octubre & Diciembre 1997.

Buendía, Manuel (1997). Pinceladas del oficio informativo. Revista Mexicana de Comunicación, Abril & Mayo 1997.

Verón, Eliseo (1997) citado por Sosa Plata, Gabriel (1997) en Legislación, procesos electorales y medios electrónicos en México. Revista Mexicana de Comunicación, Abril & Mayo 1997.

Sosa Plata, Gabriel (1997). Legislación, procesos electorales y medios electrónicos en México. Revista Mexicana de Comunicación, Abril & Mayo 1997.

Crovi Druetta, Delia (1997). Los medios de comunicación en construcción de los escenarios políticos, citado por Sosa Plata, Gabriel (1997) en Legislación, procesos electorales y medios electrónicos en México. Revista Mexicana de Comunicación, Abril & Mayo 1997.

Delgado, Mauricio (1995). Entrevista sobre el periódico "El Mundo". Trabajó como jefe de información en el periódico "El Mundo", actualmente es jefe de información del periódico "Voz de Xalapa". Córdoba, Ver. México.

Guzmán, Manuel (1995). Entrevista sobre la vida de los periódicos "El Mundo". Desde hace 20 años labora en la Sociedad Arroniz y actualmente ocupa el puesto de subdirector en "El Mundo de Córdoba". Córdoba, Ver. México.

Ruiz, Joel (1995). Entrevista sobre el periódico "El Mundo". Lic. En Ciencias de la Comunicación, trabajó tres años como periodista en el periódico "El Mundo", actualmente estudia un posgrado y colabora en diversos medios como la radio. Córdoba, Ver. México.

Martínez, Mónica (1995). Entrevista sobre el periódico "El Mundo". Lic. En Ciencias de la Comunicación, trabajó como periodista en el periódico "El Mundo", actualmente es jefe de información de una dependencia del gobierno estatal. Córdoba, Ver. México.

Rotter, Heredia y De Gasperín (1995). Imágenes de Reuter en las noticias del periódico "El Mundo" de Córdoba. Maestría en educación con especialidad en comunicación, cultura y globalización. ITESM, Campus Central de Veracruz. México.

Principios, misión, organización y estatuto general. Sistema Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (1998).

Pequeño Larousse Ilustrado.

Censo Nacional (1996). INEGI.

<http://www.ideasoftware.com.mx/gob>

Anexo 1

El Mundo de Córdoba

El Mundo es un periódico regional que nació con la inquietud del Sr. Othón Arróniz para producir un diario en la ciudad de Córdoba que tuviera identidad con su población. Existían boletines de carácter noticioso & como "La Verdad", "La Razón", "Algo", "El Gallito", entre los más destacados- pero no circulaba un periódico encargado de registrar la información cotidiana con las características propias del periodismo impreso, aunque podría estimarse como un ejemplo cercano a la existencia de un bisemanario llamado "El Informador".

Con base en lo anterior surge un 23 de febrero de 1960 "El Mundo" con un total de cuatro páginas en formato tabloide; con su contenido & en ese entonces- bajo la influencia extranjera, sobre todo de Francia e Inglaterra, gracias a los diversos viajes y experiencias de su fundador.

Así, crece su circulación a otras poblaciones cercanas como "El Mundo de Orizaba", seguido de "El Mundo de Tehuacán" & el 8 de diciembre de 1981- mientras que en 1988 surgen "El Diario de Tuxpam" y "El Norte" de Poza Rica en Veracruz. Ya para 1991, "El Mundo de Cancún" y el "Cancun News" (en su versión e inglés) eran toda una realidad, sin embargo, estos dos últimos actualmente han dejado de existir.

No obstante, en ese mismo tiempo, hubo otros diarios con vida efímera. En 1988 también circuló el Diario Veracruzano en Xalapa, "El Mundo de la Cuenca" por dos años y "El Mundo de Martínez de la Torre" con tan solo un año, todos en el mismo estado de Veracruz.

Cabe mencionar que en Córdoba & la matriz- se realizan los periódicos de la región Córdoba, Orizaba y Tehuacán, misma que centraliza la toma de decisiones de todos los diarios y operativos correspondientes a la Sociedad Editora Arróniz; corporativo que agrupa las empresas de la familia Arróniz, después de la muerte de su fundador en 1992. Entre éstas se encuentran la "Imprenta Trueba", de donde surgieron los primeros periódicos, el "Salón Krystal" que funciona como espacio para eventos sociales, además de contar con oficinas en el centro de la ciudad para publicidad y relaciones públicas con los periódicos; y la constructora bajo el nombre de "Grupo Metro" por destacar las empresas más importantes.

Actualmente "El Mundo de Córdoba" consta de 5 secciones básicas; Sociales, Deportes, Primera Sección, Policiaca, Local y Deportes, en estas tres últimas se inserta la información internacional, nacional y regional, dependiendo de la cantidad de información que se maneja en el día y la cantidad de publicidad. Por eso es movable. Conviene destacar que las secciones "vendibles" del periódico son la de Sociales y la Policiaca. Según el subdirector en Córdoba, el Sr. Manuel Guzmán (1995), la orientación del periódico ha variado en el tiempo; pues de surgir con una tendencia izquierdista "a favor de las mejores causas de la gente", - argumenta el entrevistado-, ha pasado a tener una orientación más "en vanguardia" y acorde a los cambios que demanda el periodismo de hoy.

Se caracteriza por ser un periódico & en formato estándar- líder en su comunidad y en la región frente a su homólogo "El Sol del Centro" perteneciente a la Organización Editorial Mexicana. Básicamente maneja información de poblaciones y lugares circunvecinos de la región, que el segundo difícilmente realiza entre sus actividades reporteriles.

Para cubrir información de tipo nacional e internacional "El Mundo de Córdoba" cuenta con algunos corresponsales y enviados especiales & cuando los acontecimientos lo requieren-; además del flujo informativo proveniente de agencias noticiosas.

Entre su personal, la mitad de los reporteros son egresados de las diversas escuelas de comunicación de la entidad y la otra parte es formada en la propia empresa desde sus inicios. En ambos casos, "El Mundo" se ha distinguido por formar recursos humanos, cuya carrera en el periódico es un antecedente valioso y profesional para los periodistas & aún en otros medios del periodismo-; según lo mencionan algunos ex reporteros de esta empresa periodística como Ruiz (1995), Martínez (1995) y Delgado (1995).

"El Mundo de Córdoba" es el periódico con más antigüedad y que circula en la región centro del Estado de Veracruz y su ciudad sede funciona como núcleo de atracción comercial y económico. Representa junto con El Sol del Centro, el espectro periodístico "más serio y formal" & por así decirlo- para el público lector de la ciudad. Además tiene a favor que su tiraje es mucho mayor (de 27 mil en su época más alta a 15 mil ejemplares aproximadamente, con la actual situación económica) e ideológicamente ha mantenido un postura abierta y semi plural a diferentes corrientes, dando mucho énfasis a la problemática general de su zona de influencia.

Anexo 2

Cobertura

La cobertura que tiene "El Mundo de Córdoba" es una zona bastante amplia. Esta puede apreciarse gráficamente en el ANEXO, sin embargo, basados en información oficial podemos estructurar un panorama más claro de la posible área de influencia que tiene el medio: La cobertura de "El Mundo de Córdoba" comprende 12 municipios principalmente con una población conjunta de 455000 hab. aproximadamente.

Se presenta una tabla con los municipios en cuestión, su población total en 1990, su distribución por sexo y sus índices de crecimiento.

Municipio	Amatlán de los Reyes	Atoyac	Córdoba	Coscomatepec	Cuitláhuac	Fortín	Huatusco	Naranjal	Omealca	Paso del Macho	Tezonapa	Yanga	TOTAL
Población	33,669	22,173	150,454	33,750	21,897	36,882	38,302	3,297	21,532	23,104	52,356	16,701	454,117

Anexo 3

Zona de influencia de Grupo Arróniz

Anexo 4

Breve guía para incursionar en el análisis de contenido de noticias sobre elecciones.

PRENSA

Uno de los aspectos más importantes de un diario es su primera plana, en donde se disponen las noticias más relevantes según los criterios de la empresa editora. Cuando una noticia sobre elecciones aparece en esa sección del diario o en la primera página de otras de sus secciones, es que se le considera significativa.

Otra página de atención en un diario es la página número 3.

La extensión de una nota informativa es otro punto a considerar para conocer la importancia que se le da al hecho. Ya que un periódico dispone de un espacio limitado, el editor responsable distribuirá ese espacio según la importancia que se da a cada noticia. Para medir el espacio hay que dividirlo en una plana, media plana, un cuarto de plana, un octavo, un dieciseisavo, y un treinta y dozavo, así como un sesenta y cuatroavo de plana. Se determinan las medidas doblando una plana a la mitad para tener una media plana, ésta se divide a la mitad para conseguir un cuarto y, así sucesivamente, hasta llegar a un sesenta y cuatroavo de plana. Se compara la nota informativa completa con esas medidas y se determina la extensión de la nota analizada. Para facilitar el cálculo del espacio dedicado a cada noticia, incluimos la siguiente tabla de equivalencias:

TAMAÑO EN FRACCIONES	Una plana	Tres cuartos de plana	Media plana	Un tercio de plana	Un cuarto de plana	Un octavo de plana	Un dieciseisavo de plana	Un treinta y doceavo de plana	Un sesenta y cuatroavo de plana
TAMAÑO EN DECIMALES	1.000	0.750	0.500	0.333	0.250	0.125	0.062	0.031	0.016

Un diario tiene varios tipos de recursos noticiosos, derivados de los géneros que se practican en el periodismo; los relevantes para esta guía son:

- a. La nota informativa (reportaje, entrevista, etcétera)
- b. Las fotografías que ilustran las notas
- c. El género de opinión (editoriales, artículos de opinión, columnas y caricaturas).

La nota y la fotografía informan al lector de sucesos y acontecimientos que cada medio considera noticia, y las significamos como unidades independientes. En este sentido, las fotografías a color son más importantes que las fotografías en blanco y negro. Los textos de opinión interpretan las noticias y ubican a éstas en un marco más amplio que busca dar sentido a informaciones aisladas. En los artículos de opinión son válidos los comentarios que hacen explícitos juicios de valor.

Una nota informativa la redacta un reportero o un miembro de la redacción del diario, y usualmente se consigna su nombre. En algunas ocasiones, no se identifica al autor por diversas razones (porque se trata de un miembro de la redacción o la nota es pequeño; a veces, incluso, porque es política del medio que las noticias informativas no se firmen, como en el caso del Diario de Yucatán).

En algunos periódicos una nota sin firma permite identificar las "gacetillas"; es decir, las inserciones pagadas que aparecen como notas de información. No enterar al lector de que se trata de una noticia informativa pagada es una violación a la ética periodística. Ciertos diarios identifican las gacetillas empleando letras cursivas en el encabezado de las mismas, pero la mayoría se abstienen de señalarlas (lo que muestra el grado de ética de la prensa).

Es indispensable identificar al actor político que trata la nota. El actor político es aquel personaje que desarrolla alguna acción que consigna el medio y que éste considera digna de convertirla en noticia: un discurso, una actividad proselitista, una conferencia de prensa, un mitin, etcétera. Puede ser un candidato a algún puesto de elección (presidencia, gubernatura, senaduría, diputación o asamblea, en el caso del Distrito Federal) o un dirigente de partido. Se pueden incluir funcionarios federales relacionados con el proceso electoral, funcionarios electorales o cualquier otro actor social que participe en la elección.

Para facilitar el análisis, según esta guía solo consideramos a los partidos y candidatos a algún puesto de elección popular. Es importante considerar esta variable porque es el eje que nos permite establecer a qué actor o actores se les atribuyen el resto de las características descritas en esta guía. Los casos en que a un actor sólo se le mencione, critique o elogio no se consideran para los fines de esta guía.

Los periódicos informan de las actividades de los actores políticos mencionados. Si se trata de un caso que sigue los cánones del periodismo, éste realiza su labor de manera que permite el lector estar informado objetivamente de lo sucedido. Los periodistas que cubren el hecho destacan los aspectos que consideran relevantes y utilizan para ello adjetivos que califican la acción que describen; esta práctica no es censurable salvo que haya un patrón reiterado de apoyo o condena.

Por otro lado, los editoriales, artículos de opinión, columnas y caricaturas son recursos periodísticos que también expresan juicios y opiniones acerca de los partidos y candidatos; si se desea analizar este tipo de notas deben separarse con claridad los resultados que se obtengan con las notas informativas y con las de opinión.

Los actores políticos en campaña se relacionan con sectores sociales, y es posible precisar si éstos reaccionan con simpatía o rechazo. Esas actitudes pueden o no recuperarlas los periódicos para construir una nota informativa. En acciones proselitistas es posible identificar si existe apoyo, elogio, autoelogio, crítica o mención hacia un actor político; este aspecto también nos da pautas para evaluar al medio informativo.

Estos aspectos relacionados respecto de la prensa nos proporcionan una noción clara del tipo de cobertura que puede practicar un medio informativo. Con los ejercicios que se proponen podemos evaluar la objetividad de cada periódico. Si queremos analizar la oportunidad y veracidad hace falta comparar la cobertura informativa del diario en cuestión con lo que pasó en el hecho que se reseña (si se tuvo oportunidad de asistir a las actividades proselitistas), o bien con lo que publicaron otros medios informativos. La presencia o ausencia de una información es otro elemento a considerar

Fuente: Aguayo Quezada, Sergio y Miguel Acosta. (1997) Urnas y pantallas. La batalla por la información. Océano, México.

Anexo 6

Equidad: justicia natural.

- 2 Su propósito único es dar a conocer los hechos de interés colectivo. No se dan opiniones, se informa del hecho y nada más. El periodista no califica lo que informa. No dice si le parece justo o injusto, conveniente o no, se concreta a relatar lo sucedido y permite así, que cada receptor de su mensaje saque sus propias conclusiones.
- 3 El periodista expone sus opiniones y juicios sobre las noticias más importantes o los temas de interés general, aunque no necesariamente de actualidad inmediata. Es el género que utiliza el periodista para expresar sus ideas, opiniones, juicios o puntos de vista sobre noticias o temas de interés público permanente.



[Regreso al índice de esta edición](#)

