

Las elecciones federales de 1988 en la prensa de Guadalajara

Gilberto Fregoso Peralta*

Introducción

Todavía se escuchan esporádicamente, los ecos del debate que suscitara aquella iniciativa de ley propuesta en enero de 1977 por el entonces titular del Ejecutivo, José López Portillo, para reformar el artículo sexto constitucional y "hacer efectivo el derecho a la información". Participaron en la polémica periodistas, investigadores de lo social, propietarios de los medios de difusión (como la parte que se sentía más afectada en sus intereses), funcionarios del gobierno, diputados, senadores e intelectuales de renombre. A riesgo de simplificar demasiado, fue palpable que prevalecieron dos posiciones excluyentes entre sí: a) la de quienes defendían el *statu quo* informacional, y b) aquellos que reclamaban reformas profundas al mismo, particularmente en lo que se refiere a la supeditación de los criterios informativos a la lógica mercantil.

Tanto en la Cámara baja como en algunos medios de difusión (principalmente periódicos y revistas) y de manera destacada en foros públicos convocados por las propias autoridades, se exponían puntos de vista diversos y encontrados, se presen-

* Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, Universidad de Guadalajara.

taban propuestas, se analizaba y argumentaba en un sentido o en otro. Fue cobrando fuerza la tendencia que enarbolaba la bandera del cambio, de la preeminencia de los derechos sociales para enmarcar en ellos los individuales, hasta tornarse mayoritaria. Era más de lo que los intereses privados detrás de los medios y sus aliados (no pocos e influyentes) dentro del gobierno podían tolerar. Literalmente se estaba "desnudando" la estructura informativa prevaleciente en el país, dedicada de manera primordial y ostensible al control social y por supuesto al negocio.

Ocasionalmente alguien recuerda las palabras de Jesús Reyes Heróles cuando en España, como secretario de Gobernación, asistió a un Encuentro Hispanoamericano de Ciencias Sociales, y que referían la negativa de la iniciativa privada mexicana a vender tiempo y espacio a los partidos políticos opositores al Revolucionario Institucional; y, desde luego, a cubrir noticiosamente sus campañas. Al retornar, fue todavía más enfático. Manifestó la necesidad de lograr un equilibrio entre la libertad de expresión como garantía individual, y el derecho a la información como garantía colectiva. Consideró que la Reforma Política adquiriría sustantividad al reglamentarse ese derecho. Sus propuestas fueron ahogadas en el mar de la intolerancia y del conservadurismo más anacrónicos. Desde "arriba" se tomó la decisión de dar carpetazo al asunto, y esgrimir pretextos fútiles como el externado por Luis Farfás, veterano locutor de lo que antes era Televisa, concesionario radiofónico (parte interesada), y en ese momento líder de los diputados priístas: "...no le hayamos la cuadratura al círculo". El sigilo y el ocultamiento envolvieron el proyecto encomendado a la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia, concluido por cuarenta especialistas encabezados por Luis Javier Solana. Treinta tomos que recogían las inquietudes de quienes habían acudido al llamado de comparecer, opinar, sustentar la crítica y proponer alternativas. Era un rotundo mentís a los supuestos afanes democratizadores explicitados por López Portillo, cuando afirmó al respecto que:

El derecho a la información y la libertad de expresarlo derivan del desconcierto cuando se deforma la realidad con la exageración; se aturde con el escándalo; se azora con el sensacionalismo; se provoca con el morbo; se vende el temor como noticia; se extorsiona con el chantaje; se afama por difamar; se prestigia por desprestigiar; se calla por cobrar; se miente para argumentar y se calumnia para vivir.¹

Palabras negadas poco después por su actitud frente al periodismo de análisis, pero que no han perdido vigencia y menos hoy a la luz de lo sucedido en las elecciones para la sucesión presidencial de 1988, en las que la mayor parte de los medios "informativos" se refosilaron en su costumbre, por todos conceptos antidemocrática, de favorecer fuera de toda proporción razonable al partido del gobierno. Tiempo, espacio, ubicación privilegiada en horarios, secciones y planas; versiones apologéticas y triunfalistas a ese partido, para confundir así el servilismo con la lealtad. A la oposición la cobertura mínima (subrepresentación), el ocultamiento, la distorsión de los hechos y el disfrazamiento noticioso. Ello sintetizable en tres grandes aspectos: 1) la parcialidad informativa hacia uno de los contendientes; 2) el desequilibrio informativo, entendido como una atención muy menor al proceso electoral; 3) la evidente tendencia propagandística y no explicativa o por lo menos descriptiva.

Pero si los medios en general asumieron ese comportamiento influenciado sin duda por el tutelaje económico y político gubernamental y tal vez por la represión abierta contra los periodistas, particularmente en el sexenio 82-88, durante el cual fueron asesinados 33 de ellos, se puso de manifiesto, no obstante, que su poder de convencimiento fue endeble ante la situación de pobreza y la consecuente irritación que aquejan a la mayor parte de los mexicanos.

Aunque el oficialismo niegue de manera enfática el fraude electoral directo, del que además hubo un sinnúmero de pruebas, le será imposible demostrar, salvo por decreto o la ya famosa "mayoría mecánica", que no lo hubo informativo: desde

1. José López Portillo. *Tercer Informe de Gobierno al Congreso de la Unión*, 1977.

la caída del sistema cibernético manejado por... Gobernación, hasta la conducta seguida por los medios, cuyo estudio ha sido realizado por los investigadores interesados en el fenómeno.

Hoy más que nunca, es ingente legislar para que se reglamente y precise el artículo sexto constitucional que consagra el derecho de la gente a informarse, al tenor de lo que ha manifestado nuestra sociedad, esto es, una aspiración inequívoca al pluralismo, a la aceptación del disenso y a la lid política civilizada. Y más aún, si se llegara a complementar el dicho mandamiento con su reglamentación correspondiente, sería menester que se cumpliera a cabalidad, pues de buenas leyes inaplicables está llena nuestra Carta Magna. Es claro que los llamados "dinosaurios", aquéllos que ignoran o rechazan los vientos de democracia que oxigenan esperanzadoramente al país, no están nada más en el gobierno y su partido: las grandes empresas de difusión son la mejor prueba. La nueva proporción de las fuerzas políticas exige hacer efectivos los derechos ciudadanos, pues los vientos pueden tomarse vendables.

Un aspecto poco estudiado por los analistas del poder y los comunicólogos en México, lo es el de la información política en los periódicos regionales. Con motivo del plebiscito reciente para elegir primer mandatario de la República y representantes al Congreso de la Unión, emprendimos la tarea de cuantificar y evaluar la información que los tres diarios principales en nuestra urbe publicaron al respecto. *El Informador*, *El Occidental* y *Ocho Columnas* fueron los rotativos seleccionados por su presunto mayor tiraje y circulación dentro de la zona metropolitana de Guadalajara. Se tomó una muestra al azar que incluyó entre cuatro y seis números de cada uno por mes, durante el lapso de un año, comprendido desde septiembre de 1987 a agosto de 1988, en total 66 ejemplares por impreso consultado.²

2. La muestra incluyó estas fechas: Septiembre 1987 (1, 10, 15, 18, 24, 29). Octubre 1987 (5, 6, 15, 24, 28, 30). Noviembre 1987 (4, 5, 6, 14, 19, 23). Diciembre 1987 (15, 22, 23, 29, 31). Enero 1988 (6, 13, 16, 21, 30). Febrero 1988 (4, 10, 19, 24, 26). Marzo 1988 (3, 5, 12, 16, 23, 24). Abril 1988 (7, 14, 21, 22, 28, 29). Mayo 1988 (4, 11, 22, 26). Junio 1988 (1, 2, 3, 4, 9, 26). Julio 1988 (3, 9, 19, 20, 21, 29). Agosto 1988 (2, 9, 11, 17, 18).

Se midió la superficie en centímetros cuadrados, se contabilizaron las notas que dedicaron dichas gacetas a los diferentes aspirantes a propósito de la contienda por el voto, para precisar si la cobertura que se hizo respondía a los anhelos de una porción de la sociedad mexicana en términos de una atención equitativa, o si por el contrario se recurría a la parcialidad tan conocida como caduca. Asimismo se revisaron las primeras planas, encabezados a ocho columnas y editoriales que generó cada órgano noticioso con relación al tema. Fuera de la muestra mencionada, se procedió a comparar la extensión otorgada a las nominaciones de los postulantes y a los cierres de campaña de los tres con mejores perspectivas de obtener el triunfo: Cuauhtémoc Cárdenas, Manuel Clouthier y Carlos Salinas, presentados en estricto orden alfabético.

Cabe señalar que en este artículo, —por razones de espacio— expondremos únicamente los resultados cuantitativos referidos al conjunto o agregado del material bajo estudio y no de las partes, así como tampoco a los inicios y cierres de las campañas. Hay algunas alusiones de carácter cualitativo, producto del análisis de contenido realizado sobre la muestra, cuando se habla de la actitud en pro o en contra de los matutinos hacia los partidos.

El Informador: unas cuantas noticias en un mar de publicidad

Por las peculiaridades del sistema social mexicano, de la prensa nacional, y en particular de la tapatía, no era extraño esperar una preferencia marcada por el partido del gobierno, aunque tal vez no tan contundente, dentro de la superficie destinada a informar de los avatares electorales; era sin embargo conocido su afiejo acriticismo ante los problemas de México y su adocenamiento a los intereses de grupos con poder económico y político regionales, nacionales y extranjeros a los que sus propietarios están vinculados o de los que forman parte.

El Informador fue fundado en 1917 por miembros prominentes de la iniciativa privada jalisciense, la que lo ha apoyado

de manera casi invariable. Su línea editorial, salvo incidentes menores, ha sido conservadora sin estridencias ideológicas; vocero "moderado" de las instancias federal, estatal y municipal (principalmente de Guadalajara y después de Zapopan y de Tlaquepaque), del partido oficial y desde luego de los empresarios; postura que le ha valido la confianza de los anunciantes, en particular los locales, con la ganancia económica que ello implica. Para dar una imagen plural, actualmente admite dos colaboraciones semanales con un enfoque relativamente "progresista", que abordan problemas de índole diversa tanto internos como de la escena internacional. Si bien es cierto que la apertura es insignificante si la comparamos con los artículos y tratamiento noticioso acentuadamente derechista, podría ser más cerrado, como cuando no se toleraba la menor disidencia respecto a las ideas de sus dueños, conocidos magnates de la entidad.

Cabe decir, no obstante, que *El Informador* es menos afín a la política gubernamental, que los otros dos matutinos analizados; incluso se permite ser crítico en algunos aspectos que no pongan en tela de juicio el sistema de relaciones sociales vigente, lo que no ocurre hoy con sus competidores. Los nexos con el exterior se reducen, hasta donde se sabe, a la ayuda que durante la segunda guerra mundial recibió por parte del Committee for Public Information, de los Estados Unidos; y al apoyo que en la primera conflagración del orbe le proporcionó la colonia francesa de Guadalajara; sin omitir, por supuesto, el que en sus páginas se anuncien empresas transnacionales.³ Es fácil comprobar la tónica eminentemente comercial de este rotativo, pues en el período estudiado publicó un promedio de 58 páginas por edición, de las que 38.6 (nada menos que el 66.6%) eran de publicidad y propaganda explícita, sin considerar las denominadas gacetas, que no son sino inserciones pagadas disfrazadas. La firma se ha negado sistemáticamente a proporcionar cifra alguna en cuanto al tiraje; pero según la revista *Referencia*, especializada en medios publicitarios de Guadalajara, *El Informador*

3. Enrique Sánchez. "Apuntes para una historia de la prensa en Guadalajara". Borrador s/f.

tiraba en 1987, 28 mil ejemplares diarios. De ser correcto el dato y otros que se consignarán más adelante, habrá que revisar la correlación entre publicaciones y número de habitantes en nuestra urbe.⁴

Por lo que a consumo toca, tres encuestas realizadas por el Centro de Estudios de la Información y la Comunicación de la Universidad de Guadalajara, claramente sesgados hacia la clase media, mostraron que es el noticioso escrito de mayor aceptación entre los lectores con el 39.2% y 32.1% en las dos primeras, aplicadas en 1986, y 71.8% en la más reciente que data de 1988, aunque más centrada en los sectores o estratos intermedios.

El comportamiento de esta publicación en torno a las elecciones nos ayuda a definir con mejores bases su perfil político. En promedio diario, *El Informador* se presentó así:

CUADRO 1
Características de un ejemplar diario de *El Informador*

Contenido	Espacio (cm ²)	Número de páginas	Porcentaje
Publicidad y propaganda	78 107	38.60	66.60
Deportes	6 273	3.10	5.30
Proceso electoral	1 113	0.55	0.95
Otros aspectos	31 870	15.75	27.15
Total	117 363	58.00	100.00

Es notoria la desproporción del contenido mercantil con aquel que es objeto de nuestro estudio. Se podría afirmar que entre anuncios y desplegados se inserta un poco de información con cualquier tópico y muy en especial del que nos ocupa. Incluso los deportes merecieron mayor superficie, pues casi sextuplicó la asignada a la lucha cívica más importante que cada seis años se lleva a efecto en México para renovar los poderes

4. Revista *Referencia*, año 2, núm. 18, 1987.

Ejecutivo y Legislativo. Evidencia posible de desinterés o quizá de temor ante lo que estaba aconteciendo; sin descartar, desde luego, haber recibido consigna gubernamental para minimizar los hechos por el tono de verdadera contienda que en numerosos lugares el pueblo le imprimió; sin olvidar tampoco el parentesco (algunas veces negado) del entonces gobernador de Jalisco, Enrique Alvarez del Castillo, con la familia propietaria de *El Informador*.

Visto en el conjunto de los 66 ejemplares que abarcó el material, el panorama se completa:

Total muestreado:	7 745 958 cm ²	3 828 páginas	100.00%
Información electoral:	73 475 cm ²	36.3 páginas	0.95%

Es difícil aceptar que el periódico tapatío de más influencia (reconocida), considerara tan poco noticiable lo que estaba ocurriendo.

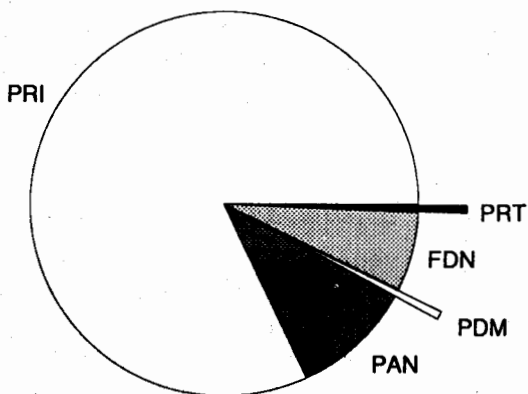
PRI: carro completo en su mínima expresión

Dentro de lo exigido de la cobertura informativa de carácter político electoral, el partido del gobierno fue favorecido con casi el total... de lo poco. Por su parte, el Partido de Acción Nacional no recibió el cobijo de otras épocas, y el fenómeno cardenista pasó casi desapercibido. Ni qué decir de la burla que para cualquier sistema político pluripartidista significaría desprestigiar de tal manera a los organismos minoritarios como en el caso del Demócrata Mexicano y el Revolucionario de los Trabajadores (véase gráfica 1).

Las cifras anteriores contrastan con las que denotan la fuerza electoral de los diferentes partidos que disputaron en los comicios federales de 1988, concretamente en Jalisco (véase gráfica 2).

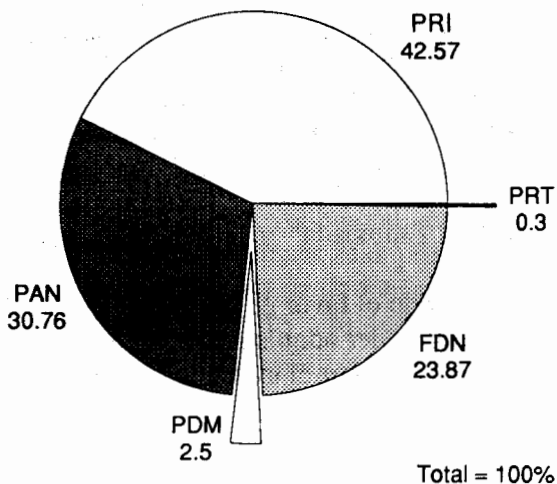
En cuanto al caudal de votos emitidos, el PRI obtuvo (oficialmente) el porcentaje más alto; sin embargo, frente a la oposición en su conjunto, esta agrupación quedó en condiciones de minoría, circunstancia no suficiente para que *El Informador* ma-

GRAFICA 1
Superficie asignada por *El Informador* a cada partido
(porcentaje)



PRI:	82.0 %	(60 429 cm ²)	PRT:	.7 %	(512 cm ²)
PAN:	10.0 %	(7 348 cm ²)	Total:	100.0 %	(73 475 cm ²)
FDN:*	6.6 %	(4 849 cm ²)			
PDM:	.7 %	(517 cm ²)			* (incluye PMS). Así será en adelante

GRAFICA 2
Resultado de las elecciones federales en Jalisco



Fuente: Comisión Federal Electoral.

nejara proporciones más apegadas a la realidad, así como el derecho de las minorías dentro de un sistema de partidos. En una entidad federativa en la que el PAN acaparó casi un tercio de la votación y ganó (oficialmente) en ocho de los veinte distritos electorales, y donde el FDN logró aproximadamente una cuarta parte de los sufragios, su presencia en este impreso fue reducida al máximo.

El Occidental: la "objetividad" de don Mario

Por su parte, *El Occidental*, más joven que el anterior, pero ya con bastantes años a cuestas, pues fue fundado en 1942, ha observado cambios diversos en su orientación editorial. Nació, según algunos testimonios, por iniciativa empresarial para competir con *El Informador*.⁵ Desde su primer número se definió con un rechazo abierto a la política cardenista, y una profesión de fe en la cruzada de "unidad nacional" que preconizaba Manuel Avila Camacho. Con ese origen y marco de ideas, no es de extrañar que fuera apoyado por el alto clero local, conocido de sobra por su conservadurismo extremo.

Para 1948 este órgano informativo fue adquirido por el, en esa época, zar de la prensa en México, José García Valseca, quien lo incorporó a su cadena periodística, la más grande de la República, como el eslabón número quince.⁶ La tónica editorial se movió todavía más hacia la derecha, al grado de convertirse en portavoz de grupos decididamente reaccionarios; caja de resonancia de la política exterior norteamericana, con el beneplácito de "La Embajada" y la bendición del arzobispado local.

Así fue ganando el favor de los anunciantes y de cierto tipo de lectores con poder adquisitivo alto, hasta convertirse en competencia verdadera por el mercado, que se consolidó cuan-

5. Enrique Sánchez, obra citada.

6. *Ibid.*

do en 1955 comenzó a publicar asuntos locales y regionales en una sección específica y permanente.⁷

Por problemas financieros y también políticos, en 1972 la cadena de García Valseca pasó a ser propiedad de SOMEX, con lo que en un tiempo breve cambió la orientación ideológica de este grupo editorial, a tono con el enfoque que imprimía a su gestión como Presidente de la República, Luis Echeverría. Cuatro años más tarde, el gobierno decidió la venta del consorcio, adquirido así por el multimillonario mexicano de ascendencia española, Mario Vázquez Raña, conocido mueblero ligado al Comité Olímpico Internacional, dirigente de la Organización Deportiva Panamericana, por si fuera poco, del Comité Olímpico Mexicano, y actual propietario de la agencia noticiosa United Press International (UPI), entre otros muchos negocios.* El grupo García Valseca se convirtió en la Organización Editorial Mexicana (OEM), con más de medio centenar de publicaciones en su haber y una de las empresas en su género más grandes de América Latina.

Vázquez Raña ha señalado un rumbo abiertamente pro gobiernista, más notorio durante el proceso electoral, y de vínculo estrecho con la iniciativa privada afín a la política estatal, particularmente en los aspectos ideológicos y económicos. En este marco se rige *El Occidental*, que reportó un tiraje cercano a los 85 mil ejemplares por día en 1987.⁸ Sin embargo, la revista *Referencia* afirma que en ese año *El Occidental* tenía una producción de apenas 35 mil unidades diarias.

En la muestra analizada, esta gaceta imprimió un 41.6% de publicidad y/o propaganda explícita, sin considerar las llamadas gacetillas. Aunque no alcanza las proporciones tan inquietantes de *El Informador*, en cuanto a la venta de espacio, sin duda que el porcentaje es muy alto, lo que implica que sea un vehículo idóneo, como de la cifra se colige, para el gobier-

7. *Ibid.*

* Aunque propietario de la UPI, Vázquez Raña no la opera directamente en la actualidad.

8. *Medios Publicitarios Mexicanos* (Directorio de Medios Impresos), agosto de 1987.

no (partido incluido) y los empresarios, a fin de difundir sus ideas y ofertas políticas y comerciales. Respecto a su aceptación entre el público, las ya referidas encuestas lo ubicaron en un segundo lugar, pues en las dos primeras, las de 1986, sus índices fueron del 29.4% y 19.2% respectivamente; mientras que en la tercera, la de 1988, alcanzó el 24.6%. La actitud asumida por el matutino ante la lucha electoral de 1988, permite corroborar de manera fundamentada su opción política. En el promedio diario, *El Occidental* presentó las características siguientes:

CUADRO 2
Características de un ejemplar diario de *El Occidental*

Contenido	Espacio (cm ²)	Número de páginas	Porcentaje
Publicidad y propaganda	42 089	20.8	41.6
Deportes	10 522	5.2	10.4
Proceso electoral	3 642	1.8	3.6
Otros aspectos	44 922	22.2	44.4
Total	101 175	50.0	100.0

Aunque el monto de la cobertura dada a las elecciones no deja de ser bajo, supera en más de tres veces el que manejó *El Informador*. Menos publicidad sí, pero no por ello poca; más interés por los deportes; pero el sentido general no es muy diferente al trazado por su afejo competidor. Desusadamente prolizas en propuestas e incidentes, las campañas no merecieron la atención debida para informar con profesionalismo.

En el conjunto de los 66 ejemplares muestreados, se confirma lo expuesto renglones arriba:

Total impreso	6 677 550 cm ²	3 300 páginas	100.0%
Información electoral	241 021 cm ²	119.1 páginas	3.6%

Lo ostensible: una competencia apática protagonizada por los dos periódicos de mayor circulación e influencia entre los lectores de la prensa en Guadalajara.

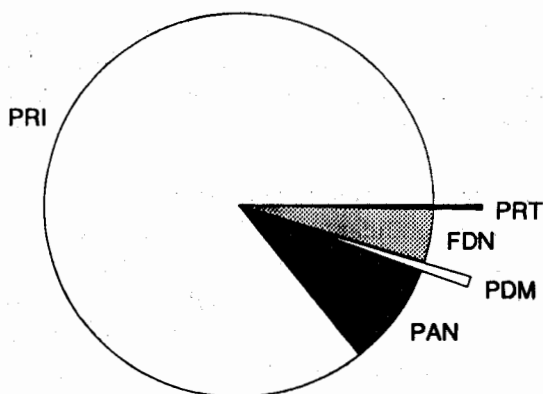
El voto de El Occidental

Tampoco la preferencia de este diario deja lugar a dudas; el alineamiento con el gobierno y su partido es prácticamente total (ver gráfica 3).

Toma de posición tan flagrante, hace nugatoria cualquier expectativa de imparcialidad así sea relativa, de respeto a la opinión pública; evidencia además el primitivismo ético que permea al periodismo más convencional y fuera de época que se hace en México.

Si bien es cierto que en números absolutos los partidos políticos vieron aumentar su cobertura con respecto a *El Informador*, sobre todo el PRI, en los relativos el único beneficiado fue precisamente éste. Cabe señalar que la extensión concedida al PAN y al FDN contiene lo mismo información que propagan-

GRAFICA 3
Superficie otorgada por *El Occidental* a cada partido
(porcentajes)



PRI:	85.5 %	(206 073 cm ²)
PAN:	7.6 %	(18 318 cm ²)
FDN:	5.9 %	(14 220 cm ²)
PDM:	0.7 %	(1 687 cm ²)
PRT:	0.3 %	(723 cm ²)
Total:	100 %	(241 021 cm ²)

da adversa. Tanto el Demócrata Mexicano como el Revolucionario de los Trabajadores pasaron inadvertidos, no fueron "noticia" para un rotativo que en sus páginas dice promover la democracia.

Ocho Columnas: *los nuevos priístas*

De los matutinos consultados, el de historia más reciente es el editado por la Universidad Autónoma de Guadalajara, cuya filiación ultraderechista fuera prolijamente documentada por el recordado periodista Manuel Buendía. Se caracteriza por su proclividad manifiesta a la difusión ideológica más que propiamente informativa; salió a la luz pública en mayo de 1978 y desde ese momento ha sido vocero del grupo anticomunista que fundó y opera dicha institución. Su presentación denota ser producido en maquinaria tecnológicamente avanzada, lo que no deja de contrastar con los causas que prohija. Durante el sexenio lopezportillista, *Ocho Columnas* criticó la acción gubernamental, particularmente en materia de las relaciones exteriores, crecimiento del sector público y la "nacionalización" de la banca. Sin embargo, con la administración de De la Madrid el trato ha sido de respaldo entusiasta y de casi plena coincidencia en las ópticas, sobre todo en cuanto al manejo de la economía se refiere.

La distribución en ciertos lugares de la ciudad claramente demarcados, parece indicar que se dirige, en general, a un público de alto poder adquisitivo. Su tiraje también es motivo de controversia, pues de acuerdo con *Medios Publicitarios Mexicanos*, en su Directorio de Medios Impresos, ya citado, se editaban 80 mil ejemplares al día, mientras que para la revista *Referencia* se publicaban apenas ocho mil unidades.

A pesar de esta duda importante, algunos especialistas están de acuerdo en suponer que es ya el tercer noticiario escrito en influencia dentro de Guadalajara (de producción local). Aunado a su objetivo obvio de propaganda antimarxista, el carácter comercial no puede dejar de tomarse en cuenta, aun

cuando en su competencia por el mercado se enfrenta a empresas periodísticas de mayor experiencia y solidez.

Con relación al consumo, las encuestas mencionadas muestran que sus lectores son en número muy reducido comparados con los de *El Informador* y *El Occidental*. Las dos aplicadas en 1986 concuerdan en atribuir sólo un 1% de preferencia en el gusto del público entrevistado; la de dos años después mostró a un 1.8% que dijo leerlo. El perfil ideológico y político de *Ocho Columnas* es de detección sencilla (obvia), lo que no desmerece el interés por conocer su actitud a lo largo de la lid por el sufragio. En el lapso estudiado, esta publicación presentó las peculiaridades expuestas a continuación:

CUADRO 3
Características de un ejemplar diario de *Ocho Columnas*

Contenido	Espacio cm ²	Número de páginas	Porcentaje
Publicidad y propaganda	29 746	14.7	34.5
Deportes	8 296	4.1	9.5
Proceso electoral	2 630	1.3	3.1
Otros aspectos	45 731	22.6	52.9
Total	86 403	42.7	100.0

Considerable menor superficie publicitaria y número de páginas por ejemplar; más deportivo que *El Informador* y menos que *El Occidental*; con ese mismo tenor, más cobertura de las elecciones que el primero y menos que el segundo. En la perspectiva de las 66 ediciones que abarcó la muestra analizada, se refrendan los datos anteriores, muy en especial el desinterés compartido con sus colegas, respecto al acontecimiento cívico-político de mayor envergadura nacional:

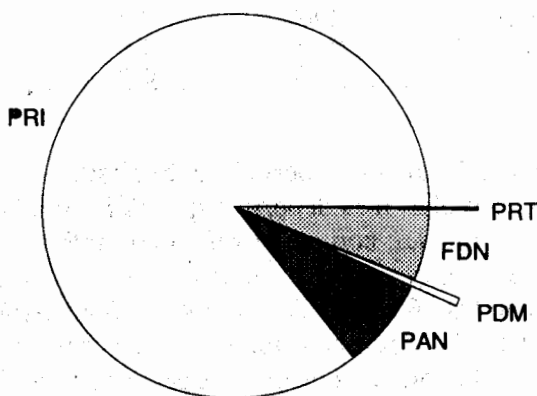
Total impreso	5 702 223 cm ²	2 818 páginas	100.0%
Información electoral	178 304 cm ²	88.1 páginas	3.1%

PRI: el cobijo de la derecha

Los guarismos son prueba irrefutable de la simpatía que por el PRI tienen los grupos más recalcitrantes de la derecha en el país; lo que mueve de inmediato a preguntarse: ¿adoptó la reacción los postulados del movimiento revolucionario de 1910?, ¿el PRI se recorrió a la diestra más extrema?

Ni siquiera la corriente neopanista representada en DHIAC (Desarrollo Humano Integral), de filiación ultra también, fue capaz de lograr el favor de *Ocho Columnas*, pues nada más se le otorgó al PAN una extensión menor, por cierto sin denuesos. El FDN, por su parte, fue generalmente presentado como una amenaza a la paz social y a la libertad, en tanto ser "comunista". Sinarquistas y trotskistas jugaron, otra vez, el papel de convidados de piedra:

GRAFICA 4
Superficie asignada por *Ocho Columnas* a cada partido



PRI:	85.7 %	(152 806 cm ²)
PAN:	8.6 %	(15 334 cm ²)
FDN:	4.4 %	(7 845 cm ²)
PDM:	.9 %	(1 605 cm ²)
PRT:	.4 %	(713 cm ²)
Total:	100 %	(178 303 cm ²)

Tal vez en otra época hubiera sido sorprendente que *Ocho Columnas* cohonestara de manera tan categórica al PRI, en detrimento del partido conservador por tradición como es el de Acción Nacional (dicho sin connotaciones peyorativas); pero en la actualidad no parece llamar la atención de ciertos analistas. Así, este rotativo fue el que más superficie concedió, en números relativos, al Revolucionario Institucional.

Cifras finales en el conjunto de los tres matutinos

La superficie total muestreada en ellos ascendió a 20 126 135 cm², impresa en 9 946 páginas.

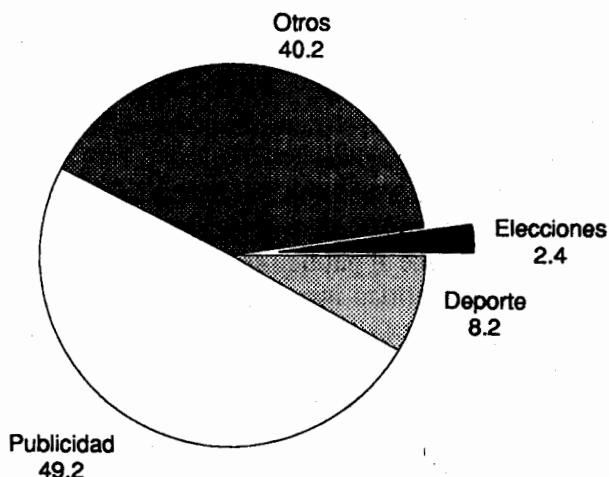
Un número exigüo, apenas 244, se destinaron a informar sobre el proceso electoral (2.4%). ¿Por qué? ¿Será tal vez esgrimible la coartada de que al público se le da lo que pide? ¿Habría alguna consigna de política informativa emanada de Gobernación? ¿Acaso no se querría "politizar" demasiado un espacio social golpeado por la crisis económica? Como quiera que se desee especular, la que está fuera de duda es la elocuencia de los datos.

Así, los deportes se difundieron en 814 planas, un nada despreciable 8.2% de todo el material. La publicidad ocupó 4 893, esto es, el 49.2%, casi la mitad del conjunto muestral. De nuevo un viejo argumento: de vender anuncios viven los periódicos en sistemas sociales como el nuestro. Así es, pero, ¿qué diferencia de fondo podría haber entonces en esta prensa unidimensional? Quizá que uno tenga mejores y más patrocinadores que otro, lo que es a todas luces lamentable.

El desinterés palpable de la prensa tapatúa de mayor aceptación en la opinión pública, fue capitalizado por el partido del gobierno, pues con sus 207 planas obtuvo el 85% de lo asignado a cubrir las elecciones, aunque sólo se tratara del 2.08% de la superficie impresa. Como quien dice, el poder empresarial repartió migajas noticiosas a los partidos... y a los lectores.

El PAN se "llevó" 20.3 páginas, para informar de sus planeamientos y actividades en *El Informador* y *Ocho Columnas*;

GRAFICA 5
Porcentaje de espacio dedicado por los tres diarios a cubrir diferentes aspectos



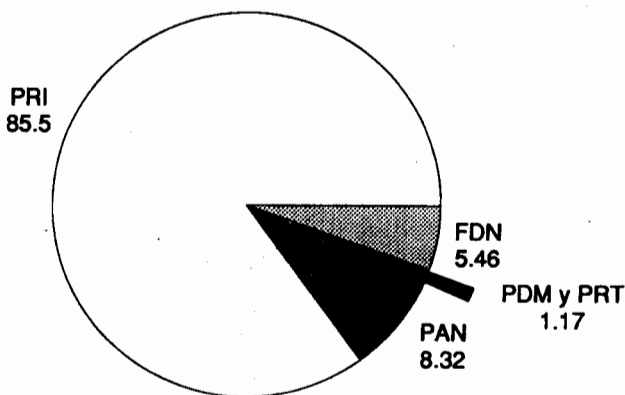
para desacreditársele, en *El Occidental*. Poco más del 6% de lo dedicado a los comicios y un 0.20% de la muestra.

El "inexistente" en unos casos, y denostado en otros, fenómeno cardenista, hubo de conformarse con 13.4 planas, para un 5.5% de lo difundido sobre el tema y un dramático 0.13% del total general.

PDM y PRT reunieron entre ambos tres páginas, para adjudicarse el 1.2% de lo publicado acerca de la lid y un anonadante 0.03% de todo el espacio muestreado.

¿Suficiente para atender las necesidades informativas de una urbe como Guadalajara? La respuesta es, no.

GRAFICA 6
Porcentaje promedio de superficie asignada a cada partido en el conjunto de las tres gacetas



Total: 100%

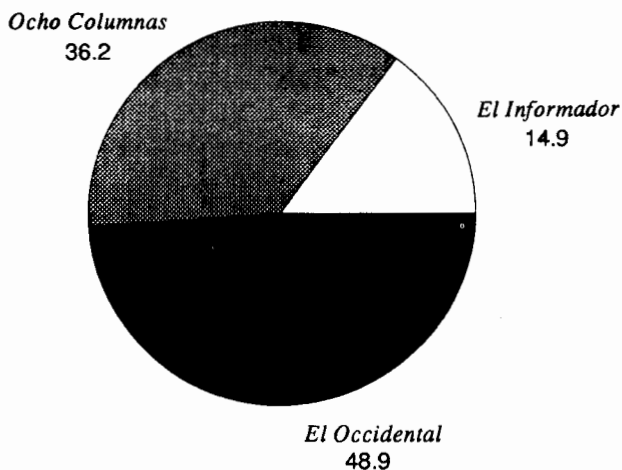
Algunos hallazgos

- 1) La prensa escrita de nuestra urbe, por lo menos los rotativos de mayor circulación y presunta influencia, dieron una cobertura menor al proceso cívico político más importante del país.
- 2) En este aspecto sobresale *El Informador* cuya actitud, cercana a la indiferencia, se manifestó en apenas un 0.95% de contenido noticioso de carácter electoral.
- 3) No obstante que *El Occidental* y *Ocho Columnas* dedicaron porcentajes superiores, no fueron significativos.
- 4) Dentro de esa evidente limitación, se hizo ostensible la preferencia por el partido del gobierno.
- 5) En esta tónica, fue *El Occidental* el que más favoreció al PRI, pues aunque en números relativos estuvo abajo (dos décimas) de *Ocho Columnas* respecto al total de espacio que le confi-

rió a dicho partido, las cifras absolutas y el entusiasmo apologético fueron superiores.

- 6) Llama la atención el apego del periódico *Ocho Columnas* al organismo político oficial, en particular por el hecho de que hasta principios de 1983, menudeaba en la crítica contra el gobierno, a varios de cuyos funcionarios acusaba de "socializantes".
- 7) Destaca también la publicación de elogios exagerados al candidato priísta, a más de su cuota de espacio y de atención, muy por encima de la otorgada a los demás contendientes, ello en *El Occidental* y *Ocho Columnas*.
- 8) Asimismo resalta el "trato sucio" a la oposición, sea por medio de reducirle su presencia informativa (en momentos hasta la mínima expresión), o de proceder a descalificarla en su capacidad potencial de gobernar, y en ocasiones a distorsionar los sucesos en que se vio involucrada.
- 9) En tal sentido, el ocultamiento jugó un papel fácilmente detectable pues días memorables en las campañas opositoras, no se publicaron.
- 10) Hubo una tendencia notoria, sobre todo en *El Occidental* y *Ocho Columnas* no a informar, sino a hacer propaganda por la causa del PRI.
- 11) El diario relativamente menos gobiernista resultó ser el *El Informador*, que reprodujo e hizo propios los argumentos críticos de la iniciativa privada al sector público.
- 12) El llamado frecuente, en los tres impresos, para que el electorado "preservara" y con su voto respaldara la supuesta democracia imperante en México, se contradijo en la práctica, merced al virtual *apartheid* informativo en que se mantuvo a la oposición.
- 13) El tono eminentemente comercial, por sobre cualquier otra consideración (la ética incluida), de la prensa tapatía sometida a estudio.
- 14) Su conservadurismo a toda prueba, en tanto defensa a ultranza del orden social prevaleciente.

GRAFICA 7
Porcentaje de información electoral que aportó cada periódico



GRAFICA 8
Aporte de cada órgano a informar sobre el PRI (porcentajes)

