

LA REPRESENTACIÓN DE LOS ACTORES DEL SISTEMA SOCIAL EN LOS TELEDIARIOS DE MÉXICO

FRANCISCO J. MARTÍNEZ GARZA*

MAGDALENA GINER**

GUILLERMINA JARAMILLO

RUT LEIJA

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey

RESUMEN

El trabajo se propuso identificar la cobertura periodística que realizaron tres telediarios mexicanos sobre los actores del sistema social, para identificar la apertura política. Para conseguir lo anterior, el estudio se enfocó en los contenidos de *El Noticiero* de Televisa, *Hechos de la Noche* de TV Azteca y *Las Diez de Milenio*, recurriéndose a la técnica de análisis de contenido.

Entre las principales conclusiones se destaca que en los noticieros de televisión se suele privilegiar la participación de los actores políticos a la vez que ignorar casi por completo a los actores sociales. Las evidencias muestran que entre los actores políticos quienes están ligados al PRI o al gabinete presidencial son quienes aparecen con mayor regularidad en los informativos de la televisión nacional; a la vez, los actores políticos identificados con la oposición del actual partido en el poder no sólo reciben poca atención, sino que también son quienes resultan más cuestionados y afectados en su imagen. El estudio alude al compromiso que tienen los medios de comunicación, para informar a una sociedad que requiere de información para participar más activamente en la vida política nacional.

* Doctor en Periodismo y Comunicación Social por la Universidad de Sevilla. Profesor Investigador del Tecnológico de Monterrey, Miembro de la Escuela Nacional de Posgrado de Educación, Humanidades y Ciencias Sociales y miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Correo electrónico: francisco@itesm.mx

** Magdalena Giner (malyga02@hotmail.com) y Rut Leija (rut.leija@gmail.com), son alumnas de la carrera de Comunicación y Medios Digitales, Guillermina Jaramillo (guillejaramillo13@hotmail.com), es alumna de la carrera de Medios de la Información. Todas asistentes de investigación en el Centro de Investigación de la Comunicación e Información (CINCO) del Tecnológico de Monterrey.

PALABRAS CLAVE

Actores sociales, equidad periodística, democracia, telediaros.

SUMMARY

This work aims to identify the media coverage made by three Mexican television news about the social stakeholders to identify the political openness. To achieve this, the study focused on the contents of Televisa's El Noticiero, Hechos de la Noche and Milenio's Las Diez de Milenio, applying a content analysis technique.

Among the key findings it is highlighted that television news generally favor the participation of political stakeholders while almost completely ignore social stakeholders. Evidence shows that those political players who are linked to the political party PRI or the presidential cabinet, are the ones that most regularly appear on the national television news, meanwhile, the political players identified with the current ruling party opposition, not only receive little attention, but also are the most questioned and affected in its image.

This study refers to the commitment that the media has, to inform a society that requires information to participate more actively in the national political life.

KEY WORDS

Social stakeholders, journalistic equity, democracy, news.

Antecedentes

Uno de los aspectos más cuestionados en la historia contemporánea de México se relaciona con el control absoluto del poder, que durante casi siete décadas mantuvieron los Presidentes de la República surgidos del Partido Revolucionario Institucional (PRI). Se trató de un período en donde la mayoría de las actividades relacionadas con la vida nacional giraban en torno al presidente en turno. En ese sentido, la distribución de los poderes políticos consagrados en la Constitución Mexicana pasaba a un segundo plano, ya que tanto el Poder Legislativo como el Poder Judicial, se sometían a los designios del Ejecutivo. La misma situación se repetía en otras esferas de la sociedad, como fue el caso de los medios de comunicación, los cuales

en más de una ocasión fueron criticados ya que lejos de ser contrapesos del poder político, como sucede en las sociedades democráticas, se comportaban como, “verdaderas comparsas del gobierno” (Peschard, 2000:88).

El sometimiento que tenían los medios de comunicación hacia el poder político se remonta hasta principios de la década de los años treinta —siglo pasado—. Para entonces, la prensa y la radio se mantenían como los aliados incondicionales de la Presidencia de la República, situación que prevaleció prácticamente igual durante cuatro décadas. Para finales de los sesenta las televisoras desplazaron a los primeros, asumiendo informalmente el papel de voceros de la Presidencia de la República, situación que ha sido reconocida incluso por parte de los mismos concesionarios. En 1991, siendo presidente de Televisa, Emilio Azcarraga, declaró: “Televisa se considera parte del sistema gubernamental y, como tal, apoyará las campañas de los candidatos del PRI” (Fernández y Paxman, 2000:323).

En 1993 se oficializó la incorporación de una nueva cadena de televisión en México, con su llegada crecieron las expectativas entre grupos de ciudadanos y académicos, los cuales esperaban que ésta contribuyera a mejorar la calidad de la información que se ofrecía a los mexicanos. Sin embargo la nueva televisora se limitó a copiar y poner en práctica el modelo y las políticas editoriales que durante tantos años le redituaron enormes beneficios tanto económicos como políticos, primero a Telesistema Mexicano y posteriormente a Televisa.

La imparcialidad con la que actuaban las instituciones de medios fue muy cuestionada, ya que generalmente su contenido se estructuraba a la medida de los intereses de la clase gobernante. Entre otras cosas, se les criticaba la unilateralidad y la parcialidad con la que se conducían, situación ampliamente documentada en trabajos que se enfocaron en el análisis de la cobertura de los procesos electorales (Scanella, 1993; Arredondo, Fregoso y Delarbre, 1991; Aguayo y Acosta, 1997; Aceves, 2004; Acosta, Aguayo y Treviño, 2009).

Más que por decisión propia, fue la presión ejercida desde la sociedad civil y desde el extranjero lo que obligó al Estado mexicano a recapitular y a conducirse con mayor apertura política. En ese sentido, las reformas realizadas a la legislación electoral en 1989 y 1996 erradicaron muchas de las barreras que hasta entonces impedían el avance de la democracia en México.

Conforme se reducía el poder político de la clase gobernante las televisoras actuaban con mayor apertura hacia los personajes y partidos políticos de la oposición. Se implementaron estrategias de mercadotecnia orientadas a la venta de espacios, sin tomar en consideración su filiación partidista. Las ventajas que representaban las nuevas condiciones fueron debidamente aprovechadas por el candidato del PAN a la contienda electoral federal del año 2000, Vicente Fox. El candidato panista destinó una fuerte cantidad de dinero para comprar tiempo aire a las televisoras, fue así que pudo acceder a los principales canales y espacios de la programación de la televisión mexicana.

La del año 2000 fue la primera contienda electoral en donde un candidato opositor al PRI destinó la misma cantidad de dinero a las televisoras que el candidato del Revolucionario Institucional (Vega, 2003). La estrategia que asumió Vicente Fox, rápidamente fue replicada por todos los actores políticos del país, quienes a partir de entonces tenían como prioridad recurrir a la televisión para acercarse a la sociedad, situación que redituó enormes beneficios económicos, ya que al amparo de la ley de la oferta y la demanda las televisoras elevaron considerablemente su precio de tiempo aire en los anuncios políticos (Orta, 2010). Bajo esas condiciones, el proceso electoral del 2006 se convirtió en el ejercicio democrático más caro en la historia de México.

El costo que representó para los mexicanos los gastos derivados de la contienda federal del 2006, así como el protagonismo que tuvieron las televisoras, fueron tan sólo algunos de los detonantes que impulsaron la Reforma Electoral del 2007. Se trató de una reforma que impactó directamente de forma negativa en la economía de las televisoras, en principio, por la reducción del tiempo de las campañas y en segundo lugar, porque a partir de entonces el instituto electoral se reservó en exclusiva la compra del tiempo aire para promocionar a los candidatos en la televisión. En la reforma se estipuló que en adelante, nadie ajeno al Instituto Federal Electoral podrá comprar tiempo en pantalla para las futuras contiendas. Lo anterior provocó un serio conflicto entre los propietarios de los medios y los partidos políticos, ya que mientras los primeros aludían una violación a la libertad de expresión, los legisladores mantuvieron su postura en cuanto evitar que se derrochara dinero e impedir la injerencia de las televisoras en la vida política del país (Martínez, 2011).

Desde su época como Gobernador del Estado de México, el actual Presidente de la República Enrique Peña Nieto destinó grandes cantidades de dinero a promover su imagen en la televisión con la mira de alcanzar la Presidencia de la República en el 2012. En el 2005, firmó un contrato con TV Promo y Radar Servicios Especializados —empresas ligadas a Televisa—, para obtener espacio en noticieros y programas de todo tipo, sobre todo, en los de la crónica rosa, donde transcurrió su romance y posterior enlace matrimonial con Angélica Rivera (Gómez, 2009).

La relación que se estableció entre Enrique Peña Nieto y las televisoras le permitieron alcanzar una popularidad por encima de la que tuvieron sus contendientes en la campaña del 2012. Por su parte, las televisoras además de los beneficios económicos, restablecieron un vínculo muy cercano con el poder político. La situación anterior, además de representar un ejercicio antidemocrático, contribuye a fortalecer la complicidad que existe entre los poderes mediáticos y la corrupción política (Villamil, 2014).

Planteamiento del problema

A pesar de los beneficios que obtuvieron las televisoras bajo el régimen de los gobiernos panistas, estos nunca pudieron compararse a los obtenidos bajo las administraciones priístas. En ese sentido, durante la contienda política del año 2012, el candidato del PRI era entre los contendientes quien podía ofrecer mejores condiciones a las televisoras.

No obstante los cuestionamientos de que fue objeto el candidato priísta por las irregularidades con las que se condujo durante su campaña, principalmente por la enorme cantidad de dinero que destinó a la promoción de su imagen desde su época como Gobernador del Estado de México (Villamil, 2009), Enrique Peña Nieto obtuvo el reconocimiento como Presidente de la República.

Con la llegada a la presidencia de la República de Enrique Peña Nieto, el PRI se convirtió nuevamente en el partido dominante del escenario nacional. Y tal y como sucedió en aquellos años cuando el mismo partido mantenía el poder hegemónico, el nuevo presidente de México se ha convertido en el eje alrededor del cual gira la vida nacional. A dos años de haber llegado a la Presidencia de Mé-

xico, los cambios más relevantes que han tenido lugar hasta ahora se han generado con base en el sometimiento del Legislativo hacia el Ejecutivo. Un estudio demostró que estos primeros 24 meses, “Los Diputados no llevaron al recinto legislativo las preocupaciones de sus representados. Se limitaron a discutir y a publicar la agenda de Enrique Peña Nieto. Se volvieron sus amanuenses (Marino y Zarkin, 2014).

La situación que prevalece en México pareciera convertirse en una clara evidencia de la reposición del modelo autoritario de poder, centrado en un solo hombre y que durante tantos años puso en práctica el PRI. Bajo esas condiciones los medios juegan un papel destacado en la consolidación de un modelo autoritario, ya que el partido en el poder les requiere para legitimar su imagen y, marcar la pauta de la agenda política que seguirá el país.

Tomando como referencia los antecedentes en los que se ha visto envuelta la situación política nacional, en el presente trabajo se busca conocer la apertura que tienen las televisoras de México, a través de la representación que se brinda a los distintos actores del sistema social. El objetivo es identificar si existen oportunidades de acceso para los distintos grupos que participan en la sociedad mexicana. Para responder al objetivo planteado, se han propuesto las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Quiénes son los actores del sistema social que aparecen con mayor frecuencia en los noticieros de televisión nacional de México?
2. ¿Qué tan equitativa es la representación que se hace en los noticieros de televisión de los diversos actores que participan de la vida pública nacional?
3. ¿Quiénes son los actores de la vida pública nacional, que reciben mayor cobertura en pantalla, en los noticieros de la televisión en México?

La respuesta que se dispense a los cuestionamientos planteados permitirá conocer no sólo la manera en la que los principales tele-diarios del país participan de la apertura informativa que se hace a través de ellos, sobre los actores del sistema social en las actividades públicas del país, sino incluso también el trato que se otorga a cada uno.

La importancia que representa la realización de un estudio como el que se reporta radica en el papel que juegan los noticieros de tele-

visión entre los mexicanos, pues no obstante el surgimiento de nuevos medios, en México los telediaros se mantienen como el recurso más utilizado para conocer sobre lo que acontece en el país y en el mundo (ENCUP, 2012).

Metodología de trabajo

Para realizar el estudio se decidió seleccionar tres noticieros de televisión que tuvieran un considerable impacto. En ese sentido, se decidió trabajar con los noticieros nocturnos de Televisa, TV Azteca y Milenio Televisión. Los mensajes se analizaron con base en la técnica del análisis de contenido, tomando como unidad de análisis las notas periodísticas en las que apareciera algún actor del sistema social (político, social o institucional). No se incluyeron los mensajes relacionados con eventos o actividades deportivas y los relacionados con la crónica rosa. Se excluyeron también, los comentarios y los editoriales realizados por el conductor durante la transmisión del informativo.

El tamaño de muestra se conformó tomando en consideración dos semanas, las cuales fueron construidas aleatoriamente, tomando como referencia los meses de julio y agosto del 2014. Finalmente, la conformación quedó de la siguiente manera: lunes 21 de julio y 4 de agosto; martes, 8 de julio y 19 de agosto; miércoles, 16 de julio y 27 de agosto; jueves 3 de julio y 7 de agosto; viernes, 4 de julio y 8 de agosto.

Para realizar el análisis de la información, se clasificó a los actores sociales tomando en consideración las siguientes categorías: *a)* Actores Políticos; *b)* Actores Sociales, y *c)* Actores Institucionales. Las categorías se conformaron con base en los siguientes indicadores:

a) Actores Políticos: todas las personas que participan directamente en actividades que tienen lugar en cualquiera de los tres niveles de gobierno (nacional, estatal y municipal). Se incluyó también a los miembros de los partidos políticos y de los sindicatos.

b) Actores Sociales: académicos, expertos en el tema, miembros que participan de organismos y agrupaciones no gubernamentales, empresarios y religiosos.

c) Actores Institucionales: empresas, organizaciones e instituciones públicas y privadas que formaban parte de las noticias y en donde no se consideraba ni se aludía en específico a ninguna persona.

Conformadas las dos semanas por analizar, los noticieros se grabaron en formato DVD, y posteriormente se codificaron, construyéndose con la información una base de datos de Excel, la cual se procesó y analizó en el sistema estadístico SPSS.

Resultados

Debido a que la propuesta del trabajo se propuso identificar los actores del sistema social que aparecen en los noticieros de televisión, se enfocó la atención en el contenido de los telediarios nocturnos de las 10:30 de la noche de Canal 2 de Televisa y Canal 13 de TV Azteca, así como también el noticiero *Las Diez de Milenio*, de las 10 de la noche del Grupo Milenio televisión. Las noticias incluidas fueron aquellas en donde explícitamente se hacía alusión a algún actor político, social e institucional.

Tomando en consideración los parámetros que se trazaron, se conformó una base de datos consistente en 234 noticias, la mayoría de las cuales se dieron a conocer en *El Noticiero* de Televisa (42%); seguido del telediario de *Las Diez de Milenio* (30%). *Hechos de la Noche* fue de los tres el que con menor frecuencia presentó a algún tipo de actor del sistema social (28%).

La presencia de los actores del sistema social

Los noticieros de televisión destinan en promedio poco más de la tercera parte de su tiempo a presentar información relacionada con algún actor del sistema social, sobresaliendo entre éstos los ligados al ámbito político, es decir, personajes que forman parte de cualquiera de los tres tipos de gobierno, algún partido o una institución política. Mientras que los actores sociales prácticamente han sido relegados de este tipo de espacios informativos.

Aún y cuando en términos generales existe una cobertura muy limitada de los actores sociales, hay una notable diferencia en la frecuencia y en el tiempo que se les concede a cada uno de éstos en los diferentes noticieros. En los telediarios de Televisa y Milenio Televisión la conformación de la información es más o menos similar, en cuanto que destinan mucho espacio a los actores políticos y muy

poco a los actores sociales. Mientras que en *Hechos* de TV Azteca la situación es más o menos similar, con la diferencia de que en este espacio se les concede mayor atención que en los otros a los actores sociales.

La poca atención que se presta a los actores sociales en los noticieros de televisión, es una política editorial muy consistente, así lo demuestra el análisis estadístico de la Chi Cuadrada, mismo que fue utilizado para medir la correlación de las variables y el cual refleja una significancia alta ($\chi^2 = 0.015$, gl. 4. $p < 0.5$ *Coef.* = .224).

La presencia de los actores sociales ocurre en 13 de las 30 ediciones de los noticieros analizados, esto es, aparecen en menos de la mitad de éstos. Entre los pocos actores sociales que figuran en estos espacios sobresalen las personas del ámbito académico o expertos en algún tema (62%), empresarios (18%) y ciudadanos vinculados con algún movimiento social (21%). Por lo general, a este tipo de actores se le relaciona con temas vinculados a la economía (36%) y la inseguridad pública (27%). Además, en la mayoría de los mensajes su presencia es cuestionada (72%), y en muchos casos su imagen se ve afectada (58%).

Tabla 1 Participación que tienen en los noticieros de televisión los diversos tipos de actores

Noticiero analizado						
Actor	Televisa	TV Azteca	Milenio TV	N Total	% N Total	% Tiempo
Político	69%	47%	70%	147	63%	67%
Social	5%	11%	1%	13	6%	7%
Institucional	26%	42%	29%	74	31%	26%
Total	100% (n= 99)	100% (n= 66)	100% (n= 69)	100% (n=234)	100% (n= 234)	100% (n= 234)

Fuente: *elaboración propia*.

Los actores institucionales también tienen muy poca presencia en los noticieros de televisión, sobre todo en los de Televisa y en Milenio Televisión. Y los pocos que aparecen, casi en su totalidad están relacionados con instituciones gubernamentales. Esta última situación se encuentra presente en todos los telediaris.

Finalmente, los actores políticos son de entre todas las categorías quienes más frecuentemente aparecen en los telediarios analizados. Se trata en la mayoría de los casos (48%), de personas que directamente forman parte del Gobierno federal. La tendencia que existe por representar en mayor medida a los actores políticos dentro de los informativos de televisión, es común en todos los casos (Tabla 2).

Tabla 2 **Ámbito en el cual participan los actores políticos**

Noticiero de televisión							
Ámbito del actor	Televisa		TV Azteca		Milenio		N
	N	Min.	N	Min.	N	Min.	%
Federal	47.1%	41.0%	45.2%	48.4%	50.0%	37.2%	48%
Legisladores	13.2%	23.8%	9.7%	8.9%	10.4%	9.7%	11%
Estatat	14.7%	9.8%	32.3%	31.4%	25.0%	29.8%	22%
Municipal	16.2%	19.3%	6.5%	6.0%	2.1%	11.0%	9%
Agrupación Política	8.8%	6.0%	6.5%	5.2%	10.4%	11.2%	9%
Otro	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	1.2%	1%
Total	100% (n= 68)	100% (n= 123 Min.)	100% (n= 31)	100% (n= 50 Min.)	100% (n= 48)	100% (n= 115 Min.)	100% (n=147)

Fuente: *elaboración propia.*

Sin embargo, aun cuando los resultados muestran una marcada consistencia en ofrecer mayor oportunidad de acceso a los actores políticos en los espacios informativos, los datos no son estadísticamente significativos.

Una cobertura atípica

En México, los noticieros de televisión brindan una mayor oportunidad de acceso en pantalla a los actores relacionados con el ámbito político, pero aun así, dentro de este segmento la probabilidad de aparecer en este tipo de contenidos depende mucho de su origen partidista. En ese sentido, los actores políticos ligados al PRI, PAN y PRD, son quienes más frecuentemente participan en las informaciones que se transmiten a través de los telediarios. La posibilidad

de aparecer se incrementa si pertenecen al PRI, en lugar de formar parte de Acción Nacional (PAN) o el Partido de la Revolución Democrática (PRD).

En promedio, los actores políticos vinculados al PRI, ocupan casi las dos terceras partes (73%) del tiempo total que destinaron los informativos de televisión a la presentación de los actores políticos. Los miembros del PAN y del PRD participaron con menor frecuencia en estos mismos espacios (15%) y quienes forman parte de un partido distinto a los tres mencionados, prácticamente son excluidos, de manera que no tienen posibilidad de acceso.

Por consiguiente, tomando en consideración los resultados señalados, la tendencia informativa que distingue a los noticieros de televisión muestra lo siguiente: *El Noticiero* de Televisa, suele privilegiar sobre todo a los actores ligados al PRI. El mismo telediario es también el único que no incluyó a ningún otro actor que no fuera del PRI, PAN o PRD. En *Hechos* de TV Azteca, se otorgó poca atención a los actores políticos del PRD. Y en *Las Diez de Milenio* se ignoró sistemáticamente a los actores políticos del PAN (Tabla 3). No obstante, estos últimos resultados no presentan consistencia estadística, de acuerdo con la Chi Cuadrada ($\chi^2 = 0.395$), de manera que se tienen que tomar con las reserva correspondiente.

Tabla 3 Espacio que destinan los noticieros de televisión a los actores según su origen político

Origen político del actor	Televisa	Azteca	Milenio	% Total	Tiempo %
PRI	77%	71%	70%	73%	68
PAN	12%	21%	10%	13%	15
PRD	12%	4%	18%	12%	15
Otro Partido	0%	4%	3%	2%	2
Total	100%	100%	100%	100%	100%
	(n= 51)	(n= 28)	(n= 40)	(n= 119)	(229:30 Min.)

Fuente: *elaboración propia*.

$$\chi^2 = (6, N=119) = 0.395, p = <0.5$$

$$Coef. = .224$$

En lo que corresponde a la presentación de las noticias, los recursos tecnológicos de la televisión son mayores que los que disponen tanto la prensa como la radio, de manera que con su apoyo es posible resaltar la importancia que se otorga a un tema o a un determinado actor del sistema social. En ese sentido, es una práctica común que los telediaros mexicanos apoyen sus mensajes con vídeo y declaraciones directas de los propios protagonistas del evento noticioso. Esta situación ocurre más frecuentemente cuando se alude a actores políticos ligados al PRI que a cualquier otro. En promedio, este tipo de recursos se aplica en poco más de dos terceras partes de los mensajes en donde aparecen los actores políticos relacionados con el PRI. La proporción es ligeramente mayor en *El Noticiero* de Televisa y en *Hechos* de TV Azteca, ya que en éstos los actores políticos ligados al PAN pocas veces reciben este tipo de apoyos. En lo que corresponde al telediario *Las Diez de Milenio*, la situación es similar, solo que a diferencia de lo que sucede en los noticieros de Televisa y TV Azteca, en éste el uso de los recursos a los que se alude se dispensa en segundo lugar para los actores políticos ligados del PRD.

La importancia de la noticia también se refleja en el encuadre que se hace de la información. En lo que corresponde a este aspecto, en el contenido de la información periodística que se presenta a través de los telediaros nacionales destaca una tendencia que consiste en vincular negativamente a los actores relacionados con el PAN. Lo anterior se aprecia en los resultados del análisis, sin embargo, estadísticamente no existe ninguna significancia que la sustente, de manera que no se puede aseverar o afirmar que existe una predisposición a lesionar a los integrantes del PAN.

Los actores políticos relacionados con el PRI no sólo son quienes reciben mayor atención por parte de los informativos de la televisión en México y con quienes más frecuentemente se recurre al uso del vídeo y del sonido directo, sino que éstos son también quienes menos cuestionamientos reciben. Esta última situación es evidente, en comparación con los interrogantes que reciben actores políticos vinculados con otros partidos, sobre todo los panistas. También los actores políticos ligados al PRI son quienes más frecuentemente se ven favorecidos y a quienes menos se les daña su imagen, en comparación con el encuadre que se hace de actores políticos del PAN o del PRD, a quienes frecuentemente se les cuestiona o daña su imagen.

Los actores más destacados en los telediarios mexicanos

Los actores que más frecuentemente aparecen en pantalla y a quienes desde el punto de vista periodístico mejor se les trata en los noticieros de televisión en México, son aquellos ligados al PRI. La frecuencia y la manera en la que son presentados parecieran corresponder a una política editorial, sobre todo, por el tiempo que les dedican y por el tratamiento periodístico que reciben en la mayoría de las ocasiones. El actual presidente de México, Enrique Peña Nieto, es por encima de cualquier otro personaje quien más tención recibe de parte de los noticieros de televisión. Él es quien más frecuentemente aparece en pantalla y más tiempo recibe de parte de estos espacios (Tabla 4).

La atención que recibe el Presidente Enrique Peña Nieto es totalmente justificable desde el punto de vista periodístico, debido a la envergadura que ostenta. El Presidente de México aparece diariamente al menos una ocasión en cada uno de los tres noticieros que se incluyeron en el estudio y, 97% de las notas en las que se alude a su persona están apoyadas por vídeo y discursos presentados por él mismo. Lo que es más, en ninguno de los mensajes se le cuestiona ni se le critica y en la mayoría de éstos (93%), el contenido suele serle favorable.

Lo anterior llama la atención ya que el proceder de los noticieros se contrapone con las constantes críticas que ha recibido, sobre todo durante el último año de gobierno, lo cual se refleja en los bajos índices de aceptación que han reportado los estudios de opinión pública.

Tabla 4 Actores políticos que más frecuentemente aparecen en los noticieros de la televisión mexicana

Actor Político	El Noticiero		Hechos		Diez de Milenio	
	Notas	Tiempo	Notas	Tiempo	Notas	Tiempo
Enrique Peña Nieto (PRI)	11	31%	10	42.4%	9	11.00%
Miguel A. Osorio Chong (PRI)	7	7%	1	1.4%	5	5.50%
Miguel A. Mancera (PRD)	5	8%	0	0.0%	5	19%

Actor Político	El Noticiero		Hechos		Diez de Milenio	
	Notas	Tiempo	Notas	Tiempo	Notas	Tiempo
Luis Videgaray (PRI)	4	2%	1	5.5%	2	12%
Eruviel Ávila (PRI)	3	5%	3	11.9%	1	3.30%
Rafael Moreno Valle (PAN)	0	0%	3	10.4%	1	1%
Benito Neme (PRI)	3	3%	0	0.0%	1	2.30%
Carlos Romero D. (PRI)	0	0%	0	0.0%	3	11.60%
Jorge Luis Preciado (PAN)	3	8%	0	0.0%	0	0%
Fernando Yunes Márquez (PAN)	2	11%	0	0.0%	0	0%

Fuente: *elaboración propia*.

Además del Presidente Enrique Peña Nieto, en la lista de los diez actores políticos que más frecuentemente aparecen en los telediarios, sobresalen seis que están ligados al PRI, dos de los cuales fungen como Secretarios de Estado en la actual administración federal: Miguel Ángel Osorio, Secretario de Gobernación y Luis Videgaray, Secretario de Hacienda. El resto de los actores priístas son: Eruviel Ávila, Gobernador del Estado de México; Benito Neme, político mexicano, coordinador de la campaña de Enrique Peña Nieto y Director de Caminos y Puentes Federales; y el líder petrolero, Carlos Romero D.

La información que se ha presentado en los noticieros de televisión, relacionada con el Secretario de Gobernación Miguel Ángel Osorio Chong, en la mayoría de los casos le es favorable hacia su imagen. En ninguna de las notas se le cuestiona, tampoco se le afecta y en casi 90% de ellas se incluye vídeo y audio de sus discursos. En el caso del Secretario de Hacienda, el tratamiento informativo, aunque en términos generales suele beneficiarle,

sí existen cuestionamientos. Aun así, haciendo un balance de la información en la que aparece, puede concluirse que al igual que sucede con el Secretario de Gobernación, Miguel Ángel Osorio Chong, los telediaros suelen favorecerle, ya que no obstante los problemas de la economía mexicana, se le cuestiona poco y nunca se afecta su imagen.

Por el contrario, el Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Miguel Ángel Mancera, uno de los pocos actores políticos ajenos al PRI que aparecen en los informativos de televisión, es tratado de una manera muy diferente a como se hace con los actores políticos previamente señalados. En Televisa se le otorga un tratamiento periodístico positivo, pero en el noticiero de Milenio Televisión, se le cuestiona y buena parte de los contenidos con los cuales se le relaciona pudieran lesionar su imagen. Finalmente, en *Hechos* de TV Azteca, Miguel Ángel Mancera, Jefe de Gobierno de la ciudad más importante del país, no apareció.

Los resultados sugieren que más allá de los actores ligados al poder público o al PRI, el resto de los actores políticos son tratados de manera distinta en cada uno de los telediaros. En ese sentido, los panistas Jorge Luis Preciado y Fernando Yunes, aparecen solamente en *El Noticiero* de Televisa, en el cual invariablemente son cuestionados y en donde la información que se transmite sobre ambos en nada les beneficia y sí les pudiera lesionar su imagen ante la opinión pública nacional. La misma situación se repite con el Gobernador del Estado de Puebla, el panista Rafael Moreno Valle, el cual nunca apareció en los noticieros de Televisa, pero sí tuvo un trato preferente en los otros dos noticieros de televisión analizados.

Conclusiones

Para concluir, es importante remarcar que en México, los noticieros de televisión se mantienen como el principal referente de lo que sucede en el ámbito público y aún y cuando los informativos no están obligados a presentar equidad en el manejo de los actores vinculados al espacio público, existe un compromiso moral por corresponder al público la confianza que ha depositado en ellos. Sin embargo, las políticas editoriales que han adoptado están lejos de ofrecer un panorama plural de los actores del ámbito social.

Las evidencias refieren que los telediaros suelen presentar al público una visión muy limitada en lo que corresponde a los actores del ámbito público, y que no obstante los cambios que se han generado en el país, ellos mantienen la postura de replicar la voz oficial. En principio, los actores sociales no tienen cabida en este tipo de espacios, ya que todo indica que se han olvidado de integrar la visión de los ese sector, situación que es lamentable ya que privan a la ciudadanía de una opinión alternativa sobre los distintos acontecimientos. Los actores sociales son quienes se manifiestan en favor de la ecología, luchan por los derechos humanos, por la equidad de género, en contra de políticas públicas injustas, etc.

Los actores institucionales, en su inmensa mayoría tienen que ver con empresas de gobierno, situación que para fines prácticos suele imitar las posturas que de ahí surgen.

Quienes aparecen con mayor frecuencia en las pantallas de los telediaros son los actores políticos, sobre todo los que están ligados al partido en el poder. Lo anterior es un aspecto ampliamente estudiado desde la sociología de la producción de mensajes (Shoemaker y Reese, 1994) y empíricamente comprobado en trabajos como los realizados por Sigal (1973) y Gans (1989). Con base en sus estudios se ha concluido que los periodistas suelen incorporar ciertas prácticas para facilitarse la recopilación de la información. Sin embargo, en el caso de México, la puesta en práctica de este tipo de modelos periodísticos lesiona los intereses del público, puesto que le impide tener una visión más amplia de los acontecimientos de la vida pública.

Además, los resultados indican que los noticieros de televisión parecieran estar más interesados en promover las acciones del gobierno en turno que en ofrecer a sus espectadores una visión plural. Tal parece que para acceder a la pantalla de televisión se precisa ser actor político, ligado al PRI y mejor aún si se está directamente ligado al Gobierno Federal.

Las políticas editoriales que han puesto en práctica los noticieros de televisión han sido cuestionadas sobre todo por las implicaciones que trae consigo la representación de un país que es visto desde un solo ángulo. La historia contemporánea de México ha testificado el apoyo que se han brindado entre sí la clase política y las televisoras para alcanzar sus metas y objetivos, de manera que el hecho de con-

centrar la atención en un limitado grupo de actores ligados a un solo partido político, hace recordar la etapa en la que se manió la vida de toda una nación a los designios de una sola persona.

La manera en la que se presenta la información en los telediaros analizados pareciera revivir la participación que tuvieron los medios de comunicación durante la mayor parte del siglo anterior. La tendencia apunta a que nuevamente éstos se han puesto al servicio de los grupos relacionados con el sistema oficial. Lo anterior es una posibilidad y las condiciones están dadas, pues ha sido precisamente el partido que actualmente se encuentra en el poder el que mayores beneficios les ha acarreado durante su existencia.

Las evidencias indican que el actual presidente de México, Enrique Peña Nieto, ha depositado mucho de su capital político en el manejo de los medios de comunicación, principalmente en los noticieros de televisión. Se puede justificar su permanente presencia en este tipo de espacios, pero no es correcto, participar a la ciudadanía con una perspectiva estrecha como pareciera ser la que han adoptado.

Tomando en consideración la política editorial tan reducida con base en la cual se informan los mexicanos, ¿cómo esperar ciudadanos más activos y críticos? ¿Cómo podrán éstos tomar mejores decisiones y conducirse al amparo de una información sesgada, en donde su elección depende más de un acto de fe que de las evidencias con las cuales poder maniobrar y decidir con la certeza que brinda el conocimiento?

Los noticieros de televisión nacionales reflejan una visión muy limitada, carente de diversidad y con una clara tendencia por limitar, ocultar o desaparecer la visión alternativa a la que presentan los actores políticos ligados al aparato oficial.

REFERENCIAS

- Aceves González, F. de J. (2004). "Monitoreo de medios y democratización en América Latina. La participación ciudadana en la vigilancia de la función informativa de los medios de comunicación de masas". *Comunicación y Sociedad*, (1), 91-108.
- Acosta Valverde, M., Aguayo Quezada, S., y Treviño Rangel, J. (2009). *Democracia: medios de comunicación y elecciones en México*. México: Fundar, Centro de Análisis e Investigación, A.C.

- Aguayo Quezada, S., y Acosta M. (1997). *Urnas y pantallas. La batalla por la información*. México: Océano de México.
- Arredondo, P., Fregoso, G., y Delarbre, R. (1991). *Así se calló el sistema: comunicación y elecciones en 1988*. México: Universidad de Guadalajara.
- Fernández, C., y Paxman, A. (2000). *El Tigre. Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México: Grijalbo.
- Gans, H. (1979). *Deciding, what's news*. New York: Random House.
- Gómez, E. (2009). "Dispara la elección gasto de Peña Nieto". *El Norte*, 4 de julio. Recuperado el 29 de febrero de 2015 de www.infolatina.com.mx.
- Sigal, Leon V. (1973): *Reporters and officials: the organisation and politics of newsmaking*, Lexington, MA: Lexington Books.
- Marino, J., y Zarkin, J. (2014). "Eficacia y democracia: la reconcentración del poder en México". *Animal Político*. Recuperado el 25 de febrero de 2015 de www.animalpolitico.com/blogueros-salir-de-dudas/2014/09/04/eficacia-y-democracia-la-reconcentracion-del-poder-en-mexico/.
- Martínez Garza, F. J. (2011). "La televisión responde: La legislación electoral vs. información política". En Muñiz, C. (Coord.), *Comunicación política y ciudadanía. Aportaciones actuales al estudio de la comunicación política*. México: Editorial Fontamara, 175-187.
- Orta, J. (2010). "La participación de televisa y TV Azteca en la construcción, promoción de la imagen y percepción ciudadana, de candidatos y gobernantes mexicanos con financiamiento público". *Actas del II Congreso Internacional Latino de Comunicación Social*. Laguna, Tenerife: Universidad de la Laguna. Recuperado el 25 de febrero de 2015 de www.revistalatinacs.org/10SLCS/actas_2010/orta.pdf.
- Peschard, J. (2000). "Los medios de comunicación en la construcción de la política democrática en México". *América Latina Hoy*, 25, 87-94.
- Secanella, P. M. (1983). *El periodismo político en México*. Barcelona: Mitre.
- Shoemaker, P. J., y Reese, S. (1994). *La mediatización del mensaje. Teorías de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México: Diana.

- Vega Montiel, A. (2003). "Los escenarios de la Comunicación Política Mexicana". *Razón y Palabra*, 35. Recuperado el 26 de febrero de 2015 de razonypalabra.org.mx/anteriores/n35/avega.html.
- Villamil, J. (2014). "En competencia por la autopromoción". *Revista Proceso*, 1941. Recuperado el 12 de febrero de 2015 de biblioteca.mty.itesm.mx/mty/bds/salta_bd.php?col_id=infolatina.
- _____ (2009, 21 de junio). La gran inversión. *Revista Proceso*, 1703. Recuperado el 12 de febrero de 2015 de www.infolatina.com.mx