

*El papel de los medios en la construcción  
de los temas (issues) electorales.  
El caso de las elecciones presidenciales  
de 1994 en México*

Francisco de Jesús Aceves González<sup>1</sup>

## Introducción

Un aspecto sustancialmente característico de los procesos electorales en los países en donde existe competencia democrática es la definición de determinados temas (issues) que constituyen el elemento central en torno al cual se desarrolla el debate político de las campañas. Estos temas provenientes de diversas fuentes que incluyen elementos histórico-contextuales, fenómenos sociales, desastres naturales, y muy especialmente los temas que alimentan el discurso de los candidatos, constituyen la materia prima en la conformación de la agenda electoral.

Por otra parte, existe una ya larga y relevante tradición investigativa que sostiene con abundante verificación empírica que en la definición de tales agendas los medios de comunicación cumplen una función fundamental (Lazarsfeld Berelson y Gaudes, 1962; McCombs y Shaw, 1972; Kraus y Davis, 1978; Lang y Lang, 1979; Becker, 1982; Noelle-Newmann, 1984; Sartori, 1992; Iyengar y Kinder, 1993). Más específicamente, la hipótesis del establecimiento de agenda sugerida por Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972, 1977) se ha convertido en un valioso instrumento en el estudio del papel de los medios en la conformación de la agenda informativa en los procesos electorales. Su fecunda trayectoria que alcanza ya centenas de trabajos y su demostrada capacidad de desarrollo que ha demostrado esta corriente investigativa

1. Universidad de Guadalajara. faceves@cencar.udg.mx.

(McCombs y Shaw, 1993; McCombs y Evatt, 1995; Semetko, 1995; Ghanem, 1997).

Este trabajo es parte de un estudio más amplio que se inscribe en la perspectiva teórica de la agenda-setting (Aceves 2000a), que aborda el papel de los medios de comunicación en la construcción de la imagen pública de los candidatos presidenciales en las elecciones de 1994 en México. Se nutre —por tanto— de los hallazgos obtenidos como resultado de una exhaustiva investigación que incluyó la aplicación de encuestas a lo largo de la contienda electoral, así como del análisis de contenido de la cobertura informativa que diversos medios masivos otorgaron a las campañas políticas de los principales candidatos presidenciales.<sup>2</sup>

En el caso de México, hasta 1982 la cobertura informativa de los medios de comunicación se enfocaba a reseñar el tránsito victorioso de la gira —más que campaña— del candidato del PRI a la presidencia de la república. En 1988 las elecciones presidenciales alcanzaron, como nunca antes, un nivel de competitividad que desafiaron la hegemonía del partido oficial, al grado que sus resultados han alimentado la sospecha generalizada de que el triunfo de Salinas fue obtenido mediante un fraude descomunal. Sin embargo, el papel que los medios masivos de comunicación asumieron en dicho proceso, se caracterizó nuevamente, por un sometimiento al partido oficial, a cuyo candidato —Carlos Salinas de Gortari— otorgaron un tratamiento privilegiado, al concederle un porcentaje mayoritario (alrededor del 85%) del total de su tiempo de cobertura informativa, al mismo tiempo que realizaban una escasa cobertura y cargada de tendencias negativas hacia los candidatos de oposición —Cuauhtémoc Cárdenas y Manuel Clouthier— dirigida descaradamente hacia su descalificación.

En 1988 la crisis del sistema electoral tocó fondo. La ausencia de credibilidad en los comicios electorales planteó el tema de la “transparencia electoral” como preocupación central que llevó a la promulgación en 1990 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), legislación reglamentaria hoy vigente. En este sentido, y como consecuencia de una sustancial reforma en la legislación electoral, cuyo aspecto central consistió en trasladar la dirección del proceso electoral de la Secretaría de Gobernación hacia un Consejo Ciudadano, así como una reforma en lo relativo a la vigilancia del papel de los medios, las elecciones presidenciales de 1994 constituyeron, en sentido estricto, el primer proceso electoral ajustado a los cánones de la competencia democrática (Aceves 2000b). Asimismo,

2. El análisis incluyó a dos telenoticieros de difusión nacional —24 Horas y Telemundo— así como a tres diarios editados en la ciudad de Guadalajara —EL Informador, El Occidental y Siglo 21— de circulación local.

es en este contexto en el que hacen su aparición el establecimiento de determinados temas (issues) como el elemento central de la contienda electoral.

Es en este contexto, en que el presente trabajo intenta un acercamiento dirigido a identificar los elementos que intervinieron en la conformación de los temas centrales (issues) del proceso electoral de 1994, y determinar el papel que los medios masivos desempeñaron en la conformación y establecimiento como dichos temas electorales, así como el impacto que estos temas definidos por los medios, ejercieron sobre los temas de las plataformas políticas de campaña de los candidatos presidenciales.

## Proceso electoral y temas electorales

Inmersos en el ámbito de la comunicación política, los procesos electorales se desdoblan en una variedad de discursos emanados por sus actores legítimos: políticos, periodistas y opinión pública (Wolton, 1992) que abordan un conjunto indeterminado de temas, los cuales interactúan entre sí estableciendo una dinámica contradictoria, cuyo resultado conlleva al establecimiento de los temas dominantes y la consecuente subordinación de los demás.

En el caso específico del proceso electoral de 1994, se encontraron tres tipos de temas, en correspondencia con los actores implicados:

1. Los definidos por las condiciones particulares del contexto socio-histórico en que se realizó el proceso electoral y que se encontraban presentes en el ánimo de la opinión pública.

2. Los definidos por las plataformas electorales de los partidos que constituyeron —al menos en teoría— el sustento del discurso político de los candidatos.

3. Los definidos por la instancia editorial de los medios masivos de comunicación.

En el proceso de comunicación política, cada uno de los tipos desempeña un papel específico. Los temas establecidos a nivel de contexto constituyen el “telón de fondo” sobre el que se realiza la contienda electoral. Son las preocupaciones centrales de la sociedad en su conjunto y como tales impactan la definición de los temas de campaña que se establecen en las plataformas políticas y de donde se derivan los tópicos sustantivos en el discurso de los candidatos. Finalmente, estos tópicos constituyen la materia prima mediante la cual los medios masivos realizan la cobertura informativa de las campañas políticas. La importancia del papel de los medios —habría que insistir— radica precisamente en su poder para definir los tópicos asociados al discurso de cada candidato, pero además, *a conformar mediante la atribución de determinados temas*.

*minadas características la imagen pública que sobre los candidatos perciben los futuros votantes.*

## Los temas del contexto electoral

El proceso electoral de 1994 estuvo marcado por dos grandes temas que adquirieron su mayor visibilidad a través de los medios de comunicación de masas. Por una parte, la credibilidad en la legalidad de las elecciones y por ende, en la legitimidad de sus resultados, en un contexto de efectiva competencia electoral que tenía como premisa la posibilidad de la alternancia. Por la otra, el levantamiento armado del EZLN en Chiapas que desencadenó una atmósfera de inestabilidad y violencia, aderezada por el asesinato del candidato del partido oficial en Lomas Taurinas.

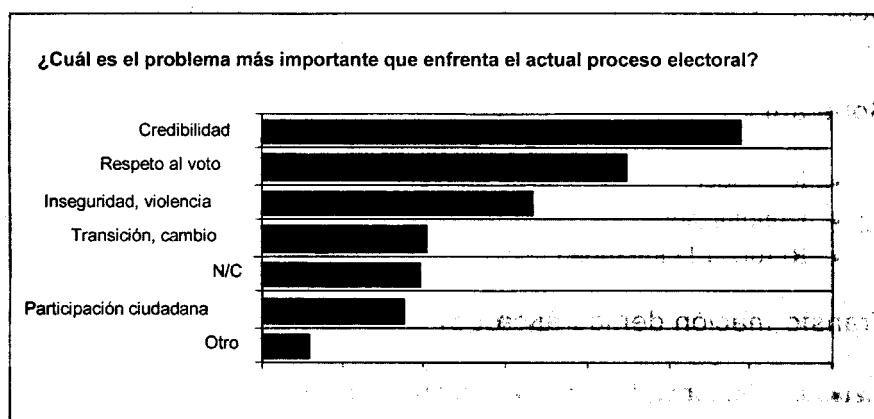
El primer tema hundía sus raíces en el fantasma del 6 de julio de 1988 y la sospecha fundada de un colosal fraude electoral. Los esfuerzos desarrollados por el Estado mexicano por construir un organismo capaz de ganar la confianza de los mexicanos fueron significativos. Desde la renovación total del padrón electoral mediante la expedición de un oneroso sistema de fotocredencialización, a las reformas del código electoral, que contemplaba entre sus rasgos principales la ciudadanización del Instituto Federal Electoral en la figura de los Consejeros Ciudadanos; la presencia de observadores en los comicios electorales; la regulación de los medios en busca de la equidad y el acceso a los diversos partidos políticos. La credibilidad sobre proceso electoral, fue el tema rector que se constituyó en el marco de referencia necesario en el que transcurrieron las campañas de los candidatos presidenciales.

Respecto a la competencia efectiva, la presencia de candidatos opositores de indiscutible carisma y raigambre popular, constituía un escenario donde la alternancia se antojaba posible. Además, el triunfo electoral de candidatos de la oposición a la gubernatura en algunos estados (Baja California, Chihuahua), había destrozado el mito de invencible del partido oficial. En el proceso, principalmente a raíz del triunfo en el debate del candidato panista, el tema de la alternancia se hizo presente y a su amparo surgieron iniciativas —Acuerdo para la Democracia, el grupo San Angel, etc.— que ocuparon un espacio en la agenda de los medios, y que alertaban sobre un previsible “choque de trenes” y los riesgos de la ingobernabilidad.

Por su parte, la insurrección indígena puso a la orden del día, los profundos rezagos sociales de un México en el “umbral del primer mundo”. La reacción internacional y la movilización de numerosos grupos sociales obligaron al gobierno de Salinas a decretar unilateralmente el “cese al fuego” y a buscar la superación del conflicto por la vía del diálogo y la concertación. El

asesinato de Luis Donaldo Colosio en circunstancias poco claras —entre las cuales destacaba una evidente confrontación con el presidente Salinas— contribuyó al “enrarecimiento” del entorno político. La violencia y la inestabilidad era un elemento sustancial en el “telón del fondo” de la contienda electoral.

Que estos temas se encontraban relacionados en la percepción de la opinión pública con el proceso electoral, se evidencia en el hecho que los entrevistados en el sondeo de diciembre de 1993, al ser cuestionados acerca del problema más importante a que se enfrentaba el proceso electoral, estos temas —credibilidad, respeto al voto y la inseguridad y la violencia— fueron los que obtuvieron el mayor rango (*top of mind*) de menciones espontáneas.



FUENTE: Sondeo diciembre 1993

## Los temas en las plataformas electorales

Los estrategas de campañas políticas otorgan a la definición de la plataforma electoral, un valor similar al candidato y al partido político. De hecho, estos tres elementos constituyen, de acuerdo con la tradición clásica, los ejes fundamentales sobre los cuales se desarrolla la campaña (González Llaca 1981). Si bien con la irrupción del marketing político la figura del candidato se convierte en el elemento central, al cual se subordinan los otros dos, en el caso del proceso electoral que nos ocupa, la presencia del marketing fue muy limitada, e inclusive, en aquella campaña donde el marketing alcanzó una presencia significativa, que fue en la campaña de Zedillo, resultó evidente el cobijo, que el partido proporcionó a su candidato, así como el destacado papel

que en la definición de sus temas de campaña, desempeñaron las propuestas emanadas de su plataforma electoral.<sup>3</sup>

Plataformas, que tanto en el caso de Zedillo como en el de sus contendientes, se definieron en el contexto de los temas dominantes. Su formulación buscaba establecer puentes de conexión y simpatía del grueso del electorado a sus ofertas de solución a los problemas sociales. Inscritas en la concepción clásica del debate político, en el que la argumentación racional conduce a una decisión consciente, las plataformas constituyen la fuente básica donde se nutren los discursos del candidato, así como la actividad propagandística y publicitaria.

En la formulación de sus plataformas, los partidos definieron temas específicos como se aprecia a continuación.<sup>4</sup> En el caso del Partido Revolucionario Institucional, su plataforma electoral destacó como temas centrales los siguientes:

### Soberanía

- Reconocer a la soberanía como el máximo valor de la Nación
- Dominio sobre los recursos estratégicos
- Reforzar la identidad nacional

### Transformación democrática

- Establecer reglas claras y equitativas para los proceso electorales
- Instrumentar el Acuerdo para la Paz, la Democracia y la Justicia
- Realizar una auditoría externa al padrón electoral

### Economía de la certidumbre

- Impulsar un bienestar económico que atienda el bienestar social
- Promover la creación de más y mejores empleos
- Elevar la productividad y los niveles de ingreso de la población

3. En contraste con la campaña de Colosio, que sin estar sustentada en una perspectiva de marketing, privilegiaba ostensiblemente la figura del candidato sobre su partido (de hecho el logotipo desapareció en su propaganda) la figura del PRI y la acción de la maquinaria del partido fue central en la campaña de Zedillo.
4. Fuente: *El Financiero*, 17 de abril de 1994, tomado de *Este País*, julio 1994, p. 41 y 42.

## Desarrollo regional equilibrado

- Integración de las diversas regiones con los mercados nacionales e internacionales
- Impulsar acciones que mejoren la calidad de vida en las zonas urbanas
- Mejorar los niveles de bienestar social en el campo

## Reforma social

- Combatir la pobreza y fomentar el progreso de los que menos tienen
- Ampliar los programas de seguridad social, salud, nutrición y vivienda
- Extender la cobertura del Programa Nacional de Seguridad

## Educación para el desarrollo y la competencia

- Apoyar una educación nacionalista y federalizada
- Impulsar programas de capacitación para el trabajo
- Vincular la investigación científica y el desarrollo tecnológico con los sectores productivos

## Nuevo equilibrio en la vida de la república

- Reconocer a cada entidad su capacidad política y ampliar sus recursos fiscales para renovar el federalismo
- Fortalecer el Poder Legislativo y mejorar la impartición de la justicia
- Mejorar la seguridad pública en un marco de respeto a los derechos humanos

Por su parte el Partido Acción Nacional estableció como principales los siguientes temas:

## Estado de Derecho

- Reformar los tres poderes de la Unión para limitar las facultades del Poder Ejecutivo Federal
- Control de la deuda pública y fiscalización efectiva de la administración
- Promover juicio de amparo en materia electoral
- Reforzar y garantizar la imparcialidad de las autoridades electoral

## 34 El papel de los medios en la construcción de los temas electorales

- Garantizar la libertad y el secreto del voto y establecer severas penas a las conductas que atenten contra esas condiciones del sufragio
- Profunda reforma en las corporaciones policíacas y de seguridad

### Sistema informativo-educativo

- Establecer una nueva estructura subsidiaria en la educación
- Vincular la educación con la producción
- Difundir y promover las costumbres y tradiciones mexicanas

### Economía humana moderna

- Fortalecer las finanzas del sector público reduciendo el gasto y estableciendo un sistema fiscal, justo, eficiente y estable
- Poner en marcha un plan nacional para abatir la pobreza con especial énfasis en zonas indígenas y rurales
- Corregir la balanza de pagos, dar seguridad jurídica a la inversión extranjera y procurar incentivos a las exportaciones

### Vida digna

- Crear condiciones necesarios para que todas las familias mexicanas gocen de una vivienda digna
- Establecer una política oficial encaminada a mejorar la salud

### Relaciones con Estados Unidos

- Nueva relación con Estados Unidos basada en: a) respeto entre las dos naciones; b) asociación comercial; c) reconocimiento de los desniveles económicos; d) coordinación en la solución de los conflictos, y e) defensa vigorosa de los mexicanos migrantes

Finalmente la plataforma electoral del Partido de la Revolución Democrática destacaba como fundamentales cuatro temas:

### Reforma política

- Reformar al Estado replanteando la estructura actual de los poderes y reducir la excesiva autoridad conferida al Poder Ejecutivo

- Autonomía e imparcialidad de los órganos electorales y un padrón planamente confiable
- Eliminar el uso indebido de recursos públicos a favor de partidos o candidatos y poner límites a los gastos de campaña
- Democratizar el Distrito Federal y convertirlo en estado
- Establecer un régimen de autonomía regional para los pueblos indios

### Crecimiento económico con equidad

- Impulsar la recuperación sobre la base de políticas que aumenten el empleo y los salarios
- Fomentar la inversión productiva pública y privada, nacional y extranjera
- Aumentar el gasto social en educación, ciencia y tecnología
- Revocar las reformas regresivas del artículo 27 y garantizar respeto a la propiedad ejidal
- Mantener dominio de la nación sobre sus recursos energéticos

### El nuevo pacto social

- Restituir el salario mínimo para que garantice alimentación, salud y vivienda dignas
- Creación del seguro de desempleo. Ajustar los ingresos de pensionados y jubilados
- Incrementar y mejorar el sistema de seguridad social e integrar un sistema único de salud
- Apoyar la economía campesina con asistencia técnica
- Impulsar una educación pública, universal, gratuita y de excelencia con participación pública, privada y social
- Fomentar un sistema televisivo y radiofónico que difunda libremente la información y promueva la cultura

### Política exterior independiente

- Observar escrupulosamente los principios constitucionales de la política exterior mexicana y con base en ellos propugnar por un nuevo orden internacional

## Temas de campaña y discurso informativo

En la cobertura informativa de las campañas políticas de los candidatos presidenciales los medios utilizaron en la construcción de su discurso informativo elementos provenientes tanto de los temas de la plataforma electoral, como de las características y atributos de los partidos contendientes, pero principalmente de sus candidatos, todos ellos enmarcados en el contexto de los temas dominantes.

En efecto, al amparo de estos temas dominantes —credibilidad electoral y Chiapas— establecidos y consagrados por los medios masivos de comunicación como la agenda temática de relevancia social, se realizó la cobertura informativa sobre el desarrollo de las campañas de los candidatos presidenciales. La construcción del discurso noticioso abordaba invariablemente la incidencia del discurso del candidato con los temas dominantes. En este sentido, la conformación de la imagen que los medios realizaron sobre los diversos candidatos tuvo como uno de sus soportes principales, los tópicos específicos que vinculaban el discurso del candidato con los temas establecidos. El otro soporte, que interviene en la construcción del discurso informativo y contribuye a la conformación de la imagen de los candidatos, está constituido por los atributos que los medios adjudicaban a los candidatos. Atributos emanados principalmente de la caracterización que los medios configuraban tanto del partido como de la historia personal del candidato. Empero, es importante dejar sentado de entrada, que ambos aspectos —tópicos específicos y atributos— eran producto de la construcción noticiosa del medio informativo. Es decir, el medio, en el proceso de la producción de la noticia, “seleccionaba” del discurso del candidato aquellos tópicos que deseaba destacar. Asimismo, envuelto en el material informativo, el medio adjudicaba aquellos atributos, que a su juicio caracterizaban a cada uno de los candidatos. Mediante ambos componentes, los medios masivos, a través de su discurso informativo, confeccionaron a cada candidato una imagen determinada.

### Los temas de la plataforma electoral en el discurso informativo de los medios

En la construcción de la imagen de los candidatos, se intersectan el discurso político derivado de la plataforma de campaña y el discurso informativo que los medios elaboran sobre el discurso del propio candidato. Un análisis comparativo entre ambos, permite apreciar la forma en que los temas de la

plataforma política del candidato se convirtieron a su vez, en temas de la cobertura informativa de sus campañas.

De acuerdo a los temas que los medios establecieron como dominantes: la credibilidad electoral y el cambio, un análisis específica de cada candidato, proporciona valiosos indicadores de la presencia ó no-presencia de los temas de plataforma en el discurso informativo.

En el caso de la credibilidad electoral, el tema se encuentra relacionado con temas específicos de la plataforma de campaña de los candidatos. Así, en el caso de Zedillo se relaciona con el tema “Transformación democrática”; en el caso de Diego se incluye en el tema de “Estado de derecho”; y en el caso de Cárdenas se encuentra contemplado en el tema de la “Reforma política”. Respecto al discurso informativo, el tema de la credibilidad electoral, se expresó mediante tópicos relacionados con la “legalidad”, el “fraude” y la “resistencia” o “conflicto postelectoral”.

En este punto, se aprecian notables diferencias en el tratamiento informativo que los medios otorgaron a los discursos de cada candidato. Así mientras que en el tema de la credibilidad electoral en el discurso zedillista se expresaba a través de los tópicos de limpieza y legalidad, reconocimiento de la legitimidad de los órganos electorales y confianza absoluta en sus procedimientos. En el caso del discurso del candidato panista se expresaba en su reclamo en la observancia de las leyes, su advertencia hacia las prácticas fraudulentas, su desconfianza ante el aparato electoral y su llamamiento a evitar la violencia postelectoral. Pero todavía la diferencia es más radical en el caso del discurso del Cárdenas, en el que el tema de la credibilidad se expresa en los tópicos de su exigencia por realizar una reforma electoral, su reiterada desconfianza hacia los órganos electorales, su advertencia anticipada de fraude, la vinculación entre la legalidad electoral y el conflicto armado de Chiapas, su convocatoria a la resistencia ciudadana, en fin su velada amenaza de violencia postelectoral.

#### Temas de campaña y discurso informativo: tópico credibilidad electoral Ernesto Zedillo

Plataforma	Legalidad	Fraude	Conflictos
Transformación democrática	<ul style="list-style-type: none"> <li>- limpieda y legalidad</li> <li>- legitimidad de los órganos electorales</li> <li>- confianza absoluta en las instancias electorales</li> </ul>		

## Diego Fernández de Cevallos

Plataforma	Legalidad	Fraude	Conflictos
Estado de derecho	- reclamo por la legalidad	- advertencia hacia prácticas fraudulentas	- llamado a conjurar la violencia postelectoral

## Cuauhtémoc Cárdenas

Plataforma	Legalidad	Fraude	Conflictos
Reforma política	- reformar la ley electoral - garantizar la limpieza en las elecciones	- desconfianza hacia las instituciones que vigilan el proceso - denuncia anticipada de fraude electoral	- amenaza de conflictos si no hay transparencia - vinculación del fraude con la violencia postelectoral - convocatoria a la resistencia ciudadana - vinculación entre la demanda por la limpieza electoral y el conflicto armado de Chiapas

Esta diferencia se hace más ostensible aún en el caso del tema “cambio”. Tema establecido por los medios y cuya expresión en el discurso informativo de los candidatos se relacionaba con los tópicos de “reforma” (política y/o social) y Chiapas.

Aquí, la distancia entre el tratamiento informativo otorgado a los temas de campaña del candidato oficial respecto a sus opositores se vuelve abismal. A pesar de las características específicas con que cada medio realizó la cobertura de las campañas políticas, como se analizó en apartados anteriores, donde se estableció un tratamiento diferenciado del diario *Siglo 21* y el telenoticiero *Telemundo* respecto a los demás, el resultado que arroja una visión global de la cobertura, presenta una diferencia radical en lo relativo a la presencia de los temas de campaña en el discurso informativo de los medios.

En el caso de Zedillo se aprecia —en la muestra analizada— una presencia casi total (la única excepción es la “soberanía”) de los temas de su plataforma política en los tópicos relacionados con el cambio. Pero además, los tópicos del discurso informativo revelan, en su extensa mayoría, una evidente carga positiva. En contraste, en el caso de los candidatos de oposición, las escasas veces que aparecen sus temas de campaña, invariablemente manifiestan una clara tendencia negativa (expresada en el cuadro mediante cursivas).

Temas de campaña y discurso informativo: tópico "cambio"  
Ernesto Zedillo<sup>5</sup>

Plataforma	Reforma política y social	Chiapas
Soberanía		
Transformación democrática	<ul style="list-style-type: none"> <li>-democracia, paz y unidad</li> <li>-vigencia del estado democrático</li> <li>-cambio pacífico</li> <li>-reforma al interior del PRI</li> <li>-crítica a la oposición</li> <li>-origen antidemocrático*</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-convocatoria a la paz y unidad</li> </ul>
Economía de la certidumbre	<ul style="list-style-type: none"> <li>-modernización económica</li> <li>-mejores condiciones de vida "Bienestar para la familia".</li> <li>-economía en expansión... y generación de empleos".</li> <li>-crear 10 millones de empleos</li> <li>-empleos estables, productivos y bien remunerados</li> <li>-salarios mas elevados</li> <li>-gobierno como causante de la desestabilización</li> </ul>	
Desarrollo regional equilibrado	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Programa de Desarrollo Rural Integral</li> <li>-desarrollo descentralizado</li> <li>-crítica al centralismo nuevo federalismo y la descentralización</li> </ul>	
Reforma social	<ul style="list-style-type: none"> <li>-el combate a la corrupción, la reforma al sistema judicial</li> <li>-lucha contra la pobreza, derechos laborales</li> <li>-acabar con la migración</li> </ul>	
Educación para el desarrollo y la competencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>-impulsar la capacitación del personal productivo y la educación</li> <li>-Cruzada Nacional por la Educación</li> <li>-educación, becas y salud</li> </ul>	
Nuevo equilibrio en la vida de la república	<ul style="list-style-type: none"> <li>-reforma integral en nuestro sistema de justicia</li> <li>-nuevo federalismo y la descentralización</li> <li>-trato mas justo del gobierno federal en relación a los estados</li> <li>-Plan de 10 puntos de Seguridad y Justicia</li> </ul>	

Así, en el discurso informativo de Zedillo se abordan tópicos como la vigencia del estado democrático, la reforma al interior del PRI relacionados con su tema de campaña "Transformación democrática"; mejorar las condiciones de vida, creación de 10 millones de nuevos empleos, salarios mas elevados, relacionados con su tema de "Economía con certidumbre"; nuevo federalismo y descentralización relacionado con "Desarrollo regional equili-

5. Las cursivas expresan una tendencia negativa en el tratamiento informativo.

brado”; combate a la corrupción, reforma al sistema judicial, acabar con la migración, relacionados con el tema “Reforma social”; impulso a la capacitación del personal productivo y una gran Cruzada Nacional por la Educación, con el tema “Educación para el desarrollo y la competencia; tratamiento más justo del gobierno federal hacia los estados, con el tema ”Nuevo equilibrio en la vida de la república”. Además de la amplia difusión que recibieron sus “Programas de 10 puntos” referidos a diversos temas como educación, seguridad, desarrollo rural, aparato de justicia, salud, etc. Respecto al caso de Chiapas, el discurso informativo enfatiza su convocatoria a la pacificación y la concordia.

En contraste, en los candidatos de oposición sus temas de campaña son escasamente recogidos en el discurso informativo. Y en las contadas ocasiones en que aparecen, invariablemente —casi— se enfatizan sus aspectos negativos. Empero, en el tratamiento otorgado a los opositores —Diego y Cárdenas— se observan algunas diferencias.

En el caso del candidato panista, de sus cuatro temas de campaña, solamente el referido al “Estado de derecho” fue introducido por los medios, en el discurso informativo referido a su campaña

Temas de campaña y tópicos del discurso informativo. Cambio  
Diego Fernández de Cevallos<sup>6</sup>

Plataforma	Reforma política y social	Chiapas
Estado de derecho	<ul style="list-style-type: none"> <li>-construcción de un sociedad democrática</li> <li>-confrontación con el candidato del PRD</li> <li>-la crítica al sistema</li> <li>-la impartición de la justicia para todos igual</li> <li>-inseguridad pública y el crecimiento de la criminalidad</li> <li>-sufragio efectivo, división de poderes y federalismo</li> <li>-justa distribución de los recursos entre los Estados</li> <li>-la concertación*</li> </ul>	-rechazo al zapatismo
Sistema informativo-educativo	-censura a la educación gratuita y popular	
Economía humana	-la proclividad empresaria-bajos salarios con Diego moderna	
Vida digna		
Relaciones con Estados Unidos	-la sumisión al extranjero (hipotecar la soberanía)	

6. Las cursivas expresan una tendencia negativa en el tratamiento informativo.

No obstante, aunque se enfatizaron aspectos positivos como su demanda por la construcción de una sociedad democrática, la impartición de la justicia, el sufragio efectivo, la división de los poderes, etc., también se abordaron aspectos negativos como su confrontación belicosa con el candidato perredista y las sombras de su pasado como concertacionador. De los otros temas de campaña, su aparición en los medios estuvo vinculada a sus aspectos negativos. Así, en lo relacionado al “Sistema informativo-educativo” se destacó su censura al carácter gratuito y popular de la educación pública; en relación al tema “Economía humana moderna” se enfatizó su proclividad empresarial y se destacaron pronunciamientos de líderes empresariales que pronosticaban un descenso en los salarios si el panista resultaba triunfador; respecto al tema de “Relaciones con Estados Unidos” la información mediática mencionó que el panista tendría la disposición de hipotecar la soberanía. Finalmente, en el tema de Chiapas, se enfatizó su rechazo al zapatismo y su negativa a dialogar con “encapuchados”.

En el caso de Cárdenas se advierte una acentuación en el énfasis negativo de sus temas de campaña.

#### Temas de campaña y tópicos del discurso informativo. Cambio Cuahtémoc Cárdenas<sup>7</sup>

Plataforma	Reforma política y social	Chiapas
Reforma política	<ul style="list-style-type: none"> <li>-lucha por la democracia</li> <li>-el pueblo exige justicia y democracia</li> <li>-amenaza de desestabilización*</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-vinculación del candidato con el EZLN</li> </ul>
Crecimiento económico con equidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>-crítica a la apertura comercial como un acto contrario a la soberanía nacional-contrarreforma del art. 27</li> <li>-denuncia contra los grupos económicos</li> <li>-combate a la corrupción-recuperación del empleo</li> <li>-inestabilidad-Fuga de capitales</li> </ul>	
El nuevo pacto social	<ul style="list-style-type: none"> <li>-abrir nuevas oportunidades de trabajo, de educación</li> <li>-terminar con la discriminación de las mujeres</li> <li>-imponer honradez en toda la administración pública</li> <li>-crítica a la creación de la Coordinación de Seguridad Pública</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-justicia social.</li> <li>Chiapas es un aval moral al discurso cardenista</li> </ul>
Política exterior independiente		

En efecto, aunque en relación con su tema de campaña “Reforma política”, el discurso informativo destaca la exigencia popular de la lucha por la democracia, el tópico de la desestabilización y su advertencia sobre conflictos

7. Las cursivas expresan una tendencia negativa en el tratamiento informativo.

postelectorales se mantuvo como telón de fondo a lo largo de la contienda. En relación al tema “Crecimiento económico con equidad”, los medios destacaron tópicos de un fuerte tono opositor. El énfasis radica en su carácter criticista, negativo. Así se destaca su crítica al TLC como un acto atentatorio a la soberanía nacional, su propuesta de contrarreforma al artículo 27, su denuncia contra grupos empresariales, todo ello junto su compromiso de combatir la corrupción y recuperar el salario. Pero también se destacan voces empresariales que advierten sobre la inestabilidad económica y la fuga de capitales que provocaría el eventual triunfo del candidato perredista. En relación con el tema de “Nuevo pacto social” se menciona la apertura de oportunidades de trabajo y educación, su propuesta para terminar con la discriminación hacia las mujeres, su decisión de imponer (sic) la honradez en la administración pública, al tiempo que se destaca su crítica hacia la creación de una Coordinación de Seguridad Pública. En este último caso, la sensibilidad de la población respecto al tema de la seguridad, contrastaba con la crítica —sin ofrecer alternativa— hacia una posible solución. Es decir, se acentuaba el carácter contestatario del discurso cardenista. El tema de “Política exterior independiente” no recibió menciones en la muestra analizada. Finalmente, con relación al tema de Chiapas, los medios establecieron una vinculación entre el candidato con el EZLN, llegando a decir, que el levantamiento armado constituía un “aval moral” del discurso de Cárdenas.

Del análisis precedente se puede concluir que si bien la construcción de la imagen del candidato por los medios masivos se realiza mediante la intersección de los discursos de campaña (definidos por el candidato) y el discurso informativo (definido por el medio), la interacción entre ambos adquiere características particulares en cada candidato. Es decir, que el discurso resultante no presenta un patrón homogéneo en todos los casos, sino que la forma en que se intersectaron los discursos de campaña e informativos, en la contienda presidencial de 1994, presenta profundas diferencias y desigualdades.

Mientras que en el caso de Zedillo se observa una cierta —y en algunos medios, evidente— correspondencia entre sus temas de campaña y los tópicos difundidos por el discurso informativo, en el caso de los candidatos de oposición, la norma es la discrepancia entre ambos discursos. En éstos, los temas de campaña resultan —casi— invariablemente excluidos en el discurso informativo de los medios.

Esto conduce a establecer como conclusión que en la conformación de la imagen pública de los candidatos, el discurso informativo registra una preeminencia por encima del discurso definido por los temas de campaña. Es decir, la preeminencia de la información mediática sobre todas las demás.

Ciertamente que es a partir del discurso del candidato como el medio construye la imagen del mismo, pero y aquí reside el aspecto más importante, *no se trata del discurso del candidato sino del discurso del candidato construido*

por el medio. Esto le da al medio una capacidad de maniobra impresionante. No solamente por la libertad que le confiere su decisión de inclusión-exclusión de temas, personajes o acontecimientos, sino porque mediante los géneros periodísticos, los medios definen las preguntas a los candidatos y difunden determinadas opiniones sobre ellos. Es decir, que en un momento dado, el medio no solamente decide qué destacar del discurso del candidato, sino que inclusive está en posibilidad de destacar aquellos aspectos *que el mismo medio introduce en el discurso del candidato*.

## Bibliografía

- Aceves González, Francisco (2000a). *Los medios de comunicación y el electorado tapatio en las elecciones presidenciales de 1994. La construcción de la imagen pública de los candidatos presidenciales y su impacto en la percepción de los usuarios*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, Universidad de Guadalajara/CIESAS de Occidente.
- Aceves González, Francisco de Jesús (2000b). "La investigación académica sobre el papel de los medios de comunicación en los procesos electorales en México" en *Comunicación y Sociedad* Num. 37, Universidad de Guadalajara, enero-junio.
- Becker, Lee (1982). "The Mass Media and Citizen Assessment of Issue Importance" in *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 3, Charles Whitney and Ellen Wartella (eds.), SAGE Publications, Beverly Hills/London/New Delhi.
- González Llaca, Edmundo (1981). *Teoría y práctica de la propaganda*. Ed. Grijalbo, México.
- Ghanem, Salma "Filling in the Tapestry: The Second Level of Agenda Setting" in *Communication And Democracy. Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*. McCombs, Shaw y Weaver (eds.), 1997, mimeo.
- Iyengar S. y D.r. Kinder (1993). *Television y opinión pública. Información es poder*, Gernika, México
- Kraus, S. y D. Davis (1978). *The Effects Of Mass Communication On Political Behavior*. The Pennsylvania State University Press, University Park and London. Existe traducción al español: *Comunicación Masiva. Sus efectos en el comportamiento político*, Trillas, México, 1991.
- Lang, Kurt y Gladys (1979). "Los mass-media y las elecciones" en *Sociología de la comunicación*, Miquel de Moragas (ed.), Gustavo Gili, Barcelona.

- Título original “The Mass-Media and Voting”, en *American Voting Behavior*, The Free Press, Glencoe, 1955.
- Lazarsfeld, P., B. Berelson y H. Gaudet (1962). *El pueblo elige. Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña presidencial*, Editorial Paidós, Buenos Aires. Título original *The People 's Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*, (1a ed. 1944), Columbia University Press, New York.
- Macomb's, M. y D. Shaw (1972). “The Agenda-setting Function of Mass Media” in *Public Opinion Quarterly* 36, Summer.
- McCombs, M. y D. Shaw (1977). “Agenda-Setting and the Political Process” in *The Emergence Of American Political Issues: The Agenda-setting Function Of The Press*, West Publishing Co, St. Paul, Minn.
- McCombs, M. y D. Shaw (1993). “The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas” in *Journal of Communication*, vol.43, Nº2, Spring.
- McCombs y Dixie Evatt (1995). “Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la *agenda setting*” en *Comunicación y Sociedad* Vol. VIII, Num. 1, Universidad de Navarra, España
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1984). *The Spiral Of Silence. Public Opinion- Our Social Skin*, The University of Chicago Press, Chicago and London.
- Semetko, Holli (1995). “Investigación sobre tendencias de la agenda-setting en los noventa” en *Comunicación Política*, Muñoz-Alonso y Rospír (eds.) Editorial Universitas, España.
- Wolton, Dominique (1992). “La comunicación política: construcción de un modelo” en *El nuevo espacio público*, Ferry, Wolton et al, Gedisa, España.