



Revista Latina de Comunicación Social  
E-ISSN: 1138-5820  
jpablos@ull.es  
Universidad de La Laguna  
España

Martínez Garza, FJ; González Macías, RA; Miranda Villanueva, OM  
Actores políticos y sociales de los telediarios: Una tarea pendiente de las televisoras  
mexicanas

Revista Latina de Comunicación Social, núm. 70, 2015, pp. 750-764  
Universidad de La Laguna  
Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81948469039>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

**Cómo citar este artículo / Referencia normalizada**

FJ Martínez Garza, RA González Macías, OM Miranda Villanueva (2015): “Actores políticos y sociales de los telediarios: Una tarea pendiente de las televisoras mexicanas”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 750 a 764.

<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1069/39es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2015-1069](https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1069)

# Actores políticos y sociales de los telediarios: Una tarea pendiente de las televisoras mexicanas

**Political and social actors in TV news programmes.  
A challenge for Mexican TV channels**

**FJ Martínez Garza** [\[CV\]](#) [\[ORCID\]](#)  Investigador. Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey (México) [francisco@itesm.mx](mailto:francisco@itesm.mx)

**RA González Macías** [\[CV\]](#) [\[ORCID\]](#)  Profesor Asistente. Tecnológico de Monterrey, Campus Puebla (México) [rgonzalezm@itesm.mx](mailto:rgonzalezm@itesm.mx)

**OM Miranda Villanueva** [\[CV\]](#) [\[ORCID\]](#)  Profesor de Cátedra. Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey (México) [oscar.miranda@itesm.mx](mailto:oscar.miranda@itesm.mx)

## Abstracts

**[ES] Introducción:** A pesar de que la televisión abierta es el principal medio de comunicación en México, su oferta informativa en el ámbito político es limitada; puesto que sus noticieros tienden a destacar la versión oficial por encima de otras fuentes de información. **Metodología:** Para demostrar lo anterior, se recurrió a un análisis de contenido en el que se midió cuáles son los personajes de la política nacional que destacan dichos programas, qué tan diversos son y con qué frecuencia son presentados. Además del tratamiento estadístico común en esta técnica, los resultados fueron sometidos al Índice Gini, que mide el grado de desigualdad en la distribución – en este caso – del tiempo otorgado a cada actor político. **Resultados:** Los resultados que se discutirán a lo largo de este texto indican que los personajes mayormente representados pertenecen al Gobierno Federal y, en menor medida, al Poder Legislativo y al Gobierno Estatal. Asimismo, y dado que es el partido gobernante, el Partido Revolucionario Institucional es el que mayor presencia tiene en comparación con los otros institutos políticos. Por tanto, no resulta inesperado que los principales temas abordados en las noticias hayan sido la economía, seguridad y política; puesto que son justamente los temas incluidos en la agenda de los actores políticos. **Conclusiones:** Esta

situación refuerza la tesis de la falta de modernización del periodismo mexicano, caracterizado por la ausencia de investigación periodística y por ceder el control de la agenda al gobierno, principalmente el federal.

**[EN] Introduction:** Broadcast television is the main medium of communication in Mexico, but its news programmes offer biased information regarding political issues, as they tend to privilege governmental sources of information to the detriment of non-official sources. **Method:** In order to prove this hypothesis, the contents of the two most-watched TV news programmes in Mexico were analysed to identify the political actors that appeared the most, the diversity of sources, and the frequency of appearance. The obtained data were subjected to the regular statistical analyses used in content analysis, while the Gini index, which is a measure of statistical dispersion, was used to establish the degree of imbalance in the representation of the different political actors in news programmes. **Results:** The findings indicate that the main sources of information included in the TV news programmes were members of Mexico's Federal Government and, to a lesser extent, the legislative power and the state governments. Furthermore, of the different political parties operating in Mexico, the Institutional Revolutionary Party (PRI), the current ruling party, is the most represented in TV news programmes. Unsurprisingly, the main issues addressed in TV news programmes were economy, security and politics, which are precisely also the main issues included in the agenda of the political actors. **Conclusions:** The empirical evidence confirms the lack of modernisation in Mexican journalism, which is characterised, among other aspects, by the absence of investigative journalism and its adherence to the agenda of the government, particularly the federal administration.

### Keywords

[ES] Televisión mexicana, agenda setting, periodismo político

[EN] Mexican television, agenda setting, political journalism

### Contents

[ES] 1. Introducción. 2. Marco Teórico. 3. Metodología. 4. Resultados. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía.

[EN] 1. Introduction. 2. Theoretical framework. 3. Methods. 4. Results. 5. Conclusions. 6. References.

Traducción de **CA Martínez-Arcos** (Doctor en Comunicación por la Universidad de Londres)

## 1. Introducción

Los telediarios se mantienen como el instrumento más utilizado por los mexicanos, para conocer e informarse sobre los sucesos que tienen lugar en su región, en el país o en el mundo (INEGI, 2012). Diariamente, millones de personas sintonizan alguno de los telediarios nocturnos que se transmiten en cualquiera de las dos únicas cadenas de televisión de señal abierta de alcance nacional que existen en México: Televisa y TV Azteca.

Las opciones a las que puede aspirar la mayoría de los habitantes del país para elegir un noticiero de televisión se limita a las propuestas que parten de Televisa o TV Azteca, ya que aun y cuando quisiera buscarse alternativas en las televisoras regionales, la oferta es limitada, ya que la mayoría (94%) de los canales de la televisión que existen en México están concesionados a una u otra

empresa. A nivel nacional Televisa controla el 56% de este mercado, mientras que TV Azteca cuenta con el 38% (CFT y CIDE, 2011).

La concentración tan alta que existe dentro del sector de la televisión mexicana, obedece entre otras cosas a la política proteccionista que desde siempre le han dispensado a la industria de la televisión en este país, situación que prevalece aun y cuando desde los noventa, el Gobierno mexicano adoptó una política neoliberal en sectores similares, como la telefonía, las telecomunicaciones y la cinematografía (Lozano, 2003), el único cambio que se ha gestado desde entonces a la fecha en el ámbito de la televisión, tiene que ver precisamente con la privatización de la estatal IMEVISION, convirtiéndose en TV Azteca.

La concentración de la industria de los medios de comunicación audiovisual en tan solo dos instituciones, ha sido una de las críticas más recurrentes que se le han hecho al sistema político mexicano, sobre todo, por la incidencia que durante mucho tiempo han tenido las televisoras en la vida democrática del país. En México, no obstante la confianza que sus habitantes han depositado en los informativos de televisión, la concentración que existe de este mercado podría estar obrando en su contra, sobre todo, al participarles de una visión sesgada de la realidad, como lo han señalado previamente algunos autores, quienes consideran que bajo las condiciones señaladas, los medios no pueden contribuir al fortalecimiento de la democracia (Trejo Delarbre, 2010).

La concentración bajo la que se desenvuelve el mercado de la televisión mexicana, es un factor que de una u otra forma impacta en el contenido informativos al que accede la mayoría de los habitantes del país y las políticas editoriales que finalmente asuman, repercutirá en la visión que tengan los televidentes de este país sobre la realidad nacional.

La parcialidad en el manejo de la información es uno de los aspectos más cuestionados, ya que contraviene el principio de la diversidad, desde donde se pretende describir la realidad en su complejidad (CNTV, 2008). Desde esta mirada, es de esperarse que un informativo que se conduzca con parámetros de calidad es aquel que facilita a su público la oportunidad de acceder a los diversos temas, voces, fuentes, etc.

Tomando en consideración la importancia que representa para el pueblo mexicano acceder a información en la cual permea la diversidad informativa, en el presente trabajo nos proponemos analizar la cobertura periodística que se realiza en los dos noticieros nacionales de la televisión abierta de los actores del sistema social.

El resultado que arroje la propuesta, constituye un tema que contribuye a proporcionar evidencias en México, sobre un tema relevante para un país que vive una democracia incipiente. El estudio se enfoca en los dos informativos de mayor peso en la conformación de la cultura democrática de los mexicanos. Para responder al planteamiento se construyeron las siguientes preguntas de investigación:

- a) ¿En qué medida se destacan en los noticieros de televisión a los actores del sistema social de diversos sitios del país?
- b) ¿Qué tanta diversidad existe entre el tipo de actores del sistema social que aparecen en los noticieros de televisión?
- c) ¿Existe en los noticieros de televisión alguna tendencia por favorecer la presencia de ciertos actores?

Aun y cuando los noticieros de televisión que han sido incluidos en el estudio forman parte de las dos cadenas de televisión del país, los resultados deberán considerarse en su real dimensión. No puede por lo tanto extrapolarse los mismos a la totalidad de los telediarios que existen en el país.

## 2. Discusión teórica

Aunque se considera que los espacios informativos se han convertido en ‘una ventana a través de la cual las personas pueden tener la oportunidad de ver el mundo’, lo cierto es que ésta no es lo suficientemente grande, de manera que se limita a ofrecer ciertos aspectos del entorno. Por más esfuerzo que realicen, los medios de comunicación no tienen la capacidad de informar acerca de todo lo que acontece diariamente. De manera que se limitan a presentar sólo ciertos sucesos que ellos consideran importantes. Ante la imposibilidad de abarcar la totalidad de la información que cotidianamente se genera, cada empresa periodística determina los temas a los que decidirá prestarle atención y destinarle recursos para su cobertura.

La *agenda* de contenidos se conforma con base en el conjunto de temas que cada medio incluye o excluye de su oferta informativa. Sin embargo, al prestar atención solamente a ciertos eventos o sucesos, la prensa les otorga un cierto nivel de importancia – real o percibida - que los hace destacar del resto de lo que diariamente acontece. El valorar cierta información por encima de otra, incide para que –idealmente– el público recuerde dichos temas y, posteriormente, los discuta y haga algo con ellos (McCombs, 1993, 1997 y 2004).

La organización de la agenda informativa no es un hecho fortuito, sino más bien producto de la línea editorial de cada medio, desde dónde puede conocerse su ideología política. En otros términos, la línea editorial es un sistema de valores, creencias y significados que determinan la manera de percibir la realidad por parte de las instituciones periodísticas. Es precisamente esta forma de ver el mundo lo que determina cuáles temas serán difundidos y cuáles ignorados. Pero no solamente dicta los temas de interés, también el enfoque o la forma de abordarlos (Patterson & Donsbach, 1996; Benson, 1999; Hallin y Mancini, 2004; McNair, 2007; Çarkoğlu y Yavuz, 2011).

Además de la línea editorial, en la construcción de la agenda intervienen una serie de condicionantes los cuales tienen que ver desde las rutinas de trabajo a las que recurren los periodistas para organizarse y facilitarse su labor diaria, hasta las situaciones relacionadas con las políticas editoriales y las relaciones de los medios con algunos factores externos (Shoemaker y Reese, 1996).

Las rutinas periodísticas son resultado de un acuerdo entre los actores involucrados en el proceso de producción de noticias, situación que se presenta de manera más implícita que explícita, ya que surge como resultado de la internalización de una serie de prácticas cotidianas; las cuales finalmente se convierten en el marco de referencia que guía a los reporteros en el campo (Tuchman, 1978; Schlesinger 1978; Schudson, 1989; Wahl-Jorgensen, 2007; McNair, 2007; Miller y Kurpius, 2010).

En la práctica, resulta difícil hablar de una sola agenda, más bien existen diferentes agendas, de ahí que en el proceso de la producción de las noticias intervengan diversos actores con diferentes intereses, cada uno de los cuales está preocupado por imponer los temas que le importan (McNair, 2007). McCombs (1997) distingue la agenda noticiosa (controlada por el medio); la pública (los temas que le interesan a la sociedad) y la de gobierno (definida por las autoridades). González

(2013), sostiene que en el ejercicio periodístico mexicano –específicamente el que se practica fuera de la capital del país– conviven tres tipos de agenda: Primeramente, la pública que está integrada por todos los eventos y sucesos que acontecen diariamente y que no controla la prensa. En segundo lugar está la del medio de comunicación, construida a partir de los temas que responden a su línea editorial y compromisos comerciales. Finalmente se encuentra la del propio periodista, quien también –y en la medida de lo posible– cubre los temas que particularmente le interesan.

Con base en lo antes expuesto, surge el concepto de *agenda setting* o *establecimiento de agenda*, el cual se refiere a la capacidad que los medios de comunicación tienen para dirigir la atención del público hacia ciertos temas o personajes, en detrimento de otros. Sin embargo, esta capacidad no sólo se limita a su inclusión o exclusión, ya que además implica la manera en la que éstos son presentados. Es decir, el argumento central de la *agenda setting* estriba en que –en su labor cotidiana– la prensa determina a cuáles sucesos y eventos del día se les dará seguimiento y cuál será el tratamiento que recibirán. En concreto, esto significa qué cubrir y cómo hacerlo (McCombs, 1993, 1997 y 2004; Valenzuela y McCombs, 2007; Boydston, Glazier y Phillips, 2013).

Por lo que respecta al cómo se presenta la información, es importante subrayar que en su afán por presentar únicamente los datos más importantes de un hecho, los periodistas utilizan un criterio de selección de información. Es decir, cada reportero –con base en sus rutinas y la línea editorial de su medio– decide el ángulo con el que presentará la noticia y los aspectos que incluirá. A este proceso se le denomina *framing* o *encuadre*, mismo que se refiere a que –a través de su staff– cada organización noticiosa ‘enmarca’ o delimita lo que se va a informar sobre determinado tema. Al hacerlo, se enfatizan ciertos atributos en detrimento de otros. En ese sentido, los encuadres tienen una función selectiva, puesto que son patrones de interpretación usados para clasificar la información y procesarla correctamente (Valkenburg, Semetko y De Vreese, 1999; Dimitrova y Strömbäck, 2005; Schuck y De Vreese, 2006; Lecheler y De Vreese, 2013).

No obstante, el destacar ciertos aspectos de la realidad y omitir otros implica también un juicio de valor, el cual es denominado *valencia*. En ese sentido, la valencia de un encuadre está vinculada con las nociones de ‘bueno’ o ‘malo’, mismas que están directamente asociadas con valores ‘positivos’ o ‘negativos’. De esta manera, una noticia no sólo no incluirá toda la información al respecto del tema, sino que –además– la que incluya estará enmarcada en términos favorables o desfavorables (Schuck y De Vreese, 2006).

El término *framing* no se limita exclusivamente a la manera en que una noticia es presentada, también está asociado con la forma en la que los receptores decodifican dicho mensaje. En otras palabras, al encuadrar la información bajo ciertos parámetros, igualmente se estaría delimitando la interpretación de la misma. De tal suerte de que el proceso del *framing* impacta tanto al mensaje como a su receptor (Valkenburg, Semetko y De Vreese, 1999; Dimitrova y Strömbäck, 2005; De Vreese, Boomgaarden y Semetko, 2011).

Por lo tanto, al resaltar determinados temas y atributos de los mismos por parte de la prensa, se fomenta un cierto nivel de consenso entre el público (McCombs, 1993 y 1997). Es decir, se marca una tendencia –unas veces evidente, otras no tanto– para que las temáticas manejadas por los medios coincidan con lo que los receptores consideran importante. “Los medios noticiosos promueven el consenso social, [pero] no un consenso en términos de opiniones sobre si el presidente está haciendo un trabajo bueno o malo, sino un consenso acerca de los criterios usados para establecer dicho juicio” (McCombs, 1993: 64).

El concepto de *agenda setting* enfatiza la idea de que los medios determinan ‘en qué pensar’ y también ‘cómo pensar’ (McCombs, 1993, 1997 y 2004). Sin embargo, es importante resaltar que el consenso sobre los temas y criterios para evaluarlos no implica necesariamente un consenso de opinión. La razón es que el nivel de conocimiento sobre algo no se traduce automáticamente en una opinión favorable o desfavorable al respecto. Y es que “[la] persuasión, entendida como un cambio de actitudes y conductas, no es un proceso directo ni automático” (Valenzuela y McCombs, 2007: 5).

Establecer una correlación directa y única entre la agenda mediática y las opiniones de la audiencia es una tarea que ha dividido opiniones (Lecheler y De Vreese, 2012). A pesar de la multitud de estudios, los resultados no han sido del todo consistentes: Mientras que existen investigaciones (principalmente experimentos) cuyos hallazgos apuntan a una clara relación entre contenidos noticiosos y opiniones sobre ciertos temas (por ejemplo Valkenburg, Semetko y De Vreese, 1999; Dimitrova y Strömbäck, 2005; Schuck y De Vreese, 2006; Valenzuela y McCombs, 2007; De Vreese, Boomgaarden y Semetko, 2011), existen otros estudios que cuestionan dicho argumento o cuyos resultados no coinciden con lo anterior (por ejemplo Behr e Iyengar, 1985; Martelli y Cappello, 2005; Lecheler y De Vreese, 2012).

El enfoque de *agenda setting* ha sido utilizado frecuentemente para estudiar la cobertura mediática en México. Por ejemplo, Valenzuela y McCombs (2007) se enfocaron en la correlación entre la cobertura noticiosa de *Televisa* y *TV Azteca* e intención de voto/resultados de la elección presidencial de 2006. En otro estudio, Martínez, Menchaca y García (2008) analizaron el contenido de algunos noticieros televisivos estadounidenses acerca de las elecciones presidenciales en México de 1988, 1994, 2000 y 2006. Meyer (2010) estudió los diferentes enfoques con los que la prensa de Hidalgo, Tlaxcala y Puebla cubrió la crisis económica durante el 2009 y 2010; además los vinculó con la percepción que los habitantes de esa región tenía al respecto. Nuevamente centrado en las elecciones, pero esta vez en Nuevo León en 2009, Martínez (2011) realizó un análisis de contenido de la cobertura que los noticieros de la televisión local le dieron a la contienda electoral, contrastándola con la opinión de los ciudadanos a través de una encuesta. Finalmente, Martínez (2012) también realizó una encuesta cuyos resultados comparó con la cobertura de la prensa escrita de Monterrey durante las elecciones presidenciales del 2012.

### 3. Metodología de trabajo

En la realización del trabajo se recurrió a la técnica del análisis de contenido, tomando como unidad de análisis las noticias en las que aparecieron actores relacionados con el ámbito político y el social. Se descartaron los mensajes relacionados con eventos o actividades deportivas, crónica rosa, lo mismo que comentarios y editoriales que se realizaron durante la transmisión.

La muestra se conformó tomando en consideración las noticias que se transmitieron en los dos telediarios nocturnos de mayor audiencia en el mercado de la televisión abierta de México: El Noticiero de *Televisa*, que conduce Joaquín López Dóriga y *Hechos de la Noche*, que conduce Javier Alatorre.

La muestra abarcó un período de dos semanas, para lo cual se implementó un muestreo basado en la conformación de semanas construidas aleatoriamente, para ello se tomó como universo los meses de julio y agosto del 2014. Las semanas se integraron con los siguientes días: 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.

En lo que corresponde a la diversidad, se recurrió al índice Gini, estadístico empleado por los economistas para identificar la desigualdad de la distribución de la riqueza (Ruiz-Amaya, 1978). Se recurrirá a este instrumento para identificar la desigualdad en el tiempo que se brinda a una serie de variables, para así identificar la equidad que existe en la cobertura informativa que se hace de los distintos actores en los noticieros analizados. De acuerdo con el estadístico señalado, en tanto existe una mayor equidad en la distribución del tiempo que se dedica a cada actor del sistema social, el valor será más cercano al cero. Por el contrario, en tanto se incremente la inequidad, o en este caso, exista mayor desequilibrio en la cobertura informativa de éstos, el valor será 1.

#### 4. Resultados

Tomando como referencia las veintiocho emisiones de los noticieros de televisión nacional que se incluyeron en el estudio, se construyó una base de datos que comprende 111 mensajes. Se trata de contenidos en donde apareció reflejado explícitamente algún actor del sistema social. De acuerdo con estos datos, en promedio, en los noticieros de la televisión mexicana de mayor audiencia aparecen cuatro actores del sistema social en cada uno de ellos, resaltando su presencia en pantalla –también en promedio–, alrededor de siete minutos.

El Noticiero de Televisa (69%) fue de los dos el que presentó a su público una mayor cantidad de personajes del tipo analizado. En el noticiero señalado, cada día en promedio presenta cinco actores del sistema social, a los quienes en promedio les destina alrededor de nueve minutos en promedio. Mientras que Hechos de la Noche (31%), diariamente presenta tres actores del sistema social, a los cuales dedica un minuto y cuarto de tiempo.

Los actores del sistema social aparecen en los telediarios sobre todo, cuando se trata de información nacional estructurada bajo el género periodístico de la noticia (87%), entrevistas (5%) o reportajes (5%). En este aspecto, los telediarios analizados se conducen de manera similar, ya que en ambos casos estas personas aparecen preferentemente cuando se trata de noticias. En segunda instancia en el telediario de Televisa se les incluye principalmente cuando se trata de reportajes, mientras que en TV Azteca suele presentárseles bajo el rubro de las entrevistas (Tabla 1).

Aun y cuando la muestra del estudio incluyó a los dos noticieros más importantes de la televisión mexicana, en la mayoría de los mensajes se incluyó información relacionada con dos regiones del país: Distrito Federal (33%) y el Estado de México (19%). El procedimiento señalado, pareciera ser una característica de los informativos nacionales, ya que también concentran su atención tan sólo en los actores que participan en las mismas zonas geográficas ya señaladas. Lo que es más, si se considera el tiempo que destinan al Distrito Federal y al Estado de México, se magnifica aún más la atención que se presta a estos sitios, ya que el tiempo que se les destina a éstos, ocupan casi las dos terceras partes (61%) del tiempo total que se brinda a los actores del sistema social en ambas televisoras. La inequidad con la que se conducen los noticieros desde el punto de vista del origen geográfico de los actores del sistema social incluidos en las noticias que se transmiten, se confirma con base en el resultado que ofrece el Índice Gini ( $IG = 0.82$ ).

**Tabla 1**

Géneros periodísticos bajo los que se presenta la información relacionada con a los actores del sistema social

Género de la nota	El Noticiero		Hechos		Total	
	% Notas	% Tiempo	% Notas	% Tiempo	% Notas	% Tiempo
<b>Noticia</b>	90	81	81	74	87	78
<b>Entrevista</b>	3	3	10	18	5	8
<b>Reportaje</b>	4	15	3	3	5	11
<b>Crónica</b>	1	1	3	4	2	2
<b>Rueda de prensa</b>	0	0	3	1	1	1
<b>Total</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	(n= 73)	(n= Mins.) 130	(n= 38)	(n= Mins.) 71	(n= 111)	(n= Mins.) 201

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Los noticieros de la televisión mexicana recurren a los actores sociales principalmente cuando se trata de noticias relacionadas con la economía, la seguridad pública y la política. De hecho, cuatro de cada cinco notas en las que toman parte, se relacionan con este tipo de contenidos. La proporción es muy similar cuando se enfoca la atención en el tiempo que destinan a los distintos tópicos. Sin embargo, existen temas como la salud, educación y la cultura, en donde su presencia es muy limitada o inexistente.

**Tabla 2**

Temas en donde toman parte los actores del sistema social

Tópico	El Noticiero		Hechos		Total	
	Notas %	Tiempo %	Notas %	Tiempo %	Notas %	Tiempo %
<b>Salud</b>	2.7%	1.8%	0	0	1.8%	1.2%
<b>Educación</b>	4.1%	1.3%	5.4%	3.0%	4.5%	1.9%
<b>Cultura</b>	1.4%	4.8%	5.4%	6.5%	2.7%	5.4%
<b>Derechos Humanos</b>	2.7%	4.0%	5.4%	5.0%	3.6%	4.3%
<b>Economía</b>	24.7%	25.8%	40.5%	41.3%	30.0%	31.2%
<b>Seguridad</b>	32.9%	32.7%	16.2%	13.9%	27.3%	26.1%
<b>Política</b>	26.0%	22.8%	21.6%	14.1%	24.5%	19.8%
<b>Ecología</b>	5.5%	7.0%	5.4%	16.3%	5.5%	10.2%
<b>Total</b>	100.0 %	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0 %	100.0%
	(n= 73)	(n= Mins.) 130	(n= 37)	(n= Mins. ) 75	(n= 110 )	(n= 205 Mins.)

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del estudio.

IG = 0.44

Las políticas editoriales bajo las que se conduce cada uno de los informativos, son diferentes, sobre todo, en algunos temas como el de la seguridad pública. En ese sentido, mientras que en *El Noticiero*, al hacer alusión a los mensajes relacionados con ese tipo de información, recurre a los actores del sistema social para obtener su punto de vista, llegando a ocupar hasta un tercio del tiempo total que se les dedica a las personas que participan de este tipo de contenidos, en el noticiero *Hechos*, prácticamente no se recurre a ellos (Tabla 3).

En el telediario de TV Azteca los actores del sistema social suelen aparecer sobre todo, cuando el contenido de la información versa sobre economía y les conceden menos tiempo en pantalla a quienes participan de temas como la política o seguridad pública. Lo anterior obedece sobre todo, a las políticas internas que ha adoptado cada uno de los informativos.

Además de privilegiarse a los actores del sistema social que participan en el Distrito Federal y en el Estado de México y de remarcar la presencia de éstos en cierto tipo de temáticas, en los noticieros también existe la tendencia por presentar –sobre todo–, a actores del sistema social relacionados con los gobiernos Federal (41%), Estatal (18%) o Municipal (12%). Esto es, los actores del sistema social ligados a las empresas gubernamentales participan en más del 71% de los mensajes estudiados, situación que abarca las dos terceras partes del tiempo que se les dedicó a este tipo de actores en los noticieros nacionales de la televisión abierta más importantes del país.

---

**Tabla 3**

Cantidad y proporción de tiempo que se otorga en los noticieros nacionales a los diversos actores del sistema social de acuerdo al ámbito en el que se desenvuelve

Ámbito de los Actores	El Noticiero		Hechos		Total	
	%	%	%	%	%	%
	Notas	Tiempo	Notas	Tiempo	Notas	Tiempo
<b>Gobierno Federal</b>	44	39	37	34	41	37
<b>Poder Legislativo</b>	12	22	8	6	11	17
<b>Gobierno Estatal</b>	14	9	26	22	18	14
<b>Gobierno Municipal</b>	15	18	5	4	12	13
<b>Ámbito Político</b>	8	6	5	4	7	5
<b>Sector empresarial</b>			5	8	2	3
<b>Académicos/expertos</b>	4	4	11	20	6	10
<b>Mov. Sociales</b>	3	2	3	2	3	2
<b>Total</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	(n= 73)	(130 Mins.)	(n= 38)	(71 Mins.)	(n= 111)	(201 Mins.)

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados del estudio.

En los noticieros, la tendencia es otorgar mayor oportunidad y acceso –frecuencia y tiempo– a los actores vinculados con el Gobierno Federal. Sin embargo, existe una diferencia en el tratamiento que se hace del resto de los actores del sistema social que son incluidos en estos mismos espacios, ya que mientras en el informativo *El Noticiero*, se destaca la presencia de los miembros del poder legislativo y de los gobiernos municipales, en *Hechos de la Noche* se recurre más a miembros de los gobiernos estatales, sobre todo, a los gobernadores de Veracruz, Puebla y Oaxaca.

Un segundo aspecto a resaltar en la cobertura que ofrecen los noticieros de la televisión mexicana, tiene que ver con la atención tan limitada que se dispensa a los actores del ámbito empresarial, académico, expertos, miembros de la sociedad civil y Organizaciones No Gubernamentales, entre otros. Lo anterior ocurre tanto en Hechos como en El Noticiero, en donde los actores sociales prácticamente pasan desapercibidos.

La cantidad y el tiempo que se les destina a los actores del sistema social evidencia una gran inequidad en la presentación que se hace de estas personas, ya que mientras participan de una vasta información cuando se trata de los actores vinculados con el ámbito político, a quienes participan de las situaciones sociales se les relega a un tercer o hasta un cuarto segmento en los informativos. La diferencia en el tratamiento que se hace de los distintos actores del sistema social, denota una falta de diversidad en los contenidos de la televisión mexicana, situación que se reafirmó mediante la aplicación del *Índice de Gini* ( $IG= 0.58$ ).

De acuerdo con los resultados del proceso electoral federal celebrado en el 2012, en México fueron siete los partidos políticos que obtuvieron más del tres por ciento de votos, con lo cual oficialmente de acuerdo a la reglamentación electoral vigente, son éstos quienes mantienen legalmente su registro (IFE 2012). Por lo tanto, es de esperarse que en los contenidos que se difunden a través de telediarios, éstos proporcionen a su público material informativo relacionado con la participación de los actores relacionados con cada uno de éstos. Sin embargo, los resultados muestran que, sólo los actores vinculados a tres partidos políticos, PRI, PAN y PRD, son quienes aparecen en ellos.

---

**Tabla 4**

Actores políticos que participan en los noticieros de la televisión nacional abierta en México, de acuerdo a su origen político

Origen político del actor	% de N Total	% de suma total	% de N Total	% de suma total	% de N Total	% de suma total
<b>PRI</b>	76.9%	72.7%	71.4%	72.7%	75.0%	72.70%
<b>PAN</b>	11.5%	19.1%	21.4%	19.5%	15.0%	19.20%
<b>PRD</b>	11.5%	8.1%	3.6%	4.6%	8.8%	7.00%
<b>Otro Partido</b>	0%	0%	3.6%	3.2%	1.3%	1.10%
<b>Total</b>	100% (n= 52)	100% n= 93 Mins.	100% (n= 28)	100% n= 46 Mins.	100% (n= 80)	100% n= 139 Mins.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados del estudio.

Las evidencias muestran que existe una carencia de información relacionada con el resto de los partidos políticos que también forman parte del escenario nacional. La aplicación del *Índice Gini* reporta de hecho un valor de 0.80, situación que confirma la escasa diversidad que tienen los noticieros de la televisión mexicana al momento de distribuir su tiempo entre los diversos actores de los partidos políticos de México. En realidad no se puede culpar a ninguno de los telediarios de estar propiciando algún sesgo, ya que en ambos casos, la aplicación del *Índice Gini* reporta resultados muy similares.

## 5. Conclusiones

En concreto, los resultados soportados por el análisis de la información que se presenta en los dos noticieros de televisión abierta con mayor índice de audiencia en el país permiten reflexionar desde tres aristas: Primeramente, los datos apuntan hacia un claro dominio de la agenda pública por parte del Gobierno Federal y el partido al que pertenece. En segundo lugar, esta situación refuerza el concepto de presidencialismo mexicano. Finalmente, como resultado de los puntos anteriores, los hallazgos son consistentes con la idea de que –a pesar de una aparente modernización del país– la televisión nacional continúa con las prácticas periodísticas que marcaron las siete décadas del régimen priista en el siglo anterior.

Por lo que respecta a la primera arista, el análisis de contenido de los principales noticieros de Televisa y TV Azteca apunta hacia un claro dominio de la agenda pública por parte de las autoridades gubernamentales. De ellas, el Gobierno Federal se erige como el actor principal de las notas periodísticas; ya que el 37% de las mismas tiene como su principal fuente de información a alguno de sus miembros. Muy por debajo se encuentran el Poder Legislativo y los gobiernos estatales, con 17% y 14% respectivamente. Aunado a lo anterior, el origen político de los personajes presentes en los contenidos analizados también refuerza esta situación. Y es que el 72.7% son miembros del Partido Revolucionario Institucional, 19.2% del Partido Acción Nacional y apenas el 7% del Partido de la Revolución Democrática. Esta ausencia de la diversidad de voces se ve reforzada en su correspondiente aplicación del *Índice Gini*, cuyo resultado apunta hacia una clara falta de equidad en los contenidos (0.58 en el caso de los actores políticos y 0.80 para los partidos).

La centralización en cuanto a los personajes también tiene un impacto en los géneros periodísticos, puesto que se transmitieron más notas informativas (87%) que reportajes (5%). Lo anterior significa que, durante el periodo de análisis, la audiencia recibió principalmente la versión oficial, en detrimento de información contrastada de otras fuentes de información; situación que es consistente con estudios similares sobre la prensa mexicana y realizados a lo largo de los años (ver por ejemplo Molina, 1987; Hallin, 1995; Márquez, 2012; González, 2013; Reyna, 2014). En concreto, si como se mencionaba en la sección de la revisión de la literatura, el argumento central del *establecimiento de agenda* se fundamenta en que los medios determinan qué sucesos se van a cubrir y cómo serán presentados (McCombs, 1993, 1997 y 2004), entonces se puede concluir que –en el caso de la televisión abierta mexicana– el Gobierno Federal y su partido son quienes dominan la agenda periodística.

Por otro lado, la segunda arista de las conclusiones se refiere a que la evidencia empírica presentada en este artículo refuerza también la noción de *presidencialismo*, aún vigente en el sistema político mexicano. Este concepto se refiere a la deferencia que la sociedad en general –y la prensa en particular– solía tener hacia la figura del presidente en turno (Almond y Verba, 1963; Philip, 1992; Camp, 1993). Si bien hoy en día los ciudadanos no muestran ya ese respeto absoluto a dicha figura, baste revisar la innumerable cantidad de memes que circulan en las redes sociales, de acuerdo con los resultados de este estudio la televisión abierta todavía le ofrece al jefe del Ejecutivo nacional una cobertura abiertamente respetuosa y hasta amigable; tal y como lo hacía en los años del priismo duro (Rodríguez, 1993; Lawson, 2002; Adler-Lomnitz, Salazar y Adler, 2004; Hughes, 2006). Durante esas primeras siete décadas, los noticieros ofrecían una visión fragmentada de la realidad política, integrada solamente por el ámbito de la *autoridad*, por un lado, y el del resto de los actores

políticos, por el otro. El primero incluía solamente al presidente de la República y su círculo cercano, mientras que el segundo lo integraban los senadores, diputados y partidos políticos (Hallin, 1995).

Finalmente, como resultado de todo lo anterior, la tercera arista de las conclusiones apunta a que los hallazgos del análisis de contenido realizado para este artículo son consistentes con la tesis de la falta de modernización de la prensa mexicana (ver por ejemplo De León, 2009; Márquez, 2012; González, 2013; Reyna, 2014). Esta postura cuestiona la idea de la transformación periodística a raíz de la transición democrática del país, lo que supuestamente generó que los medios se hayan vuelto cada vez más profesionales; puesto que, a diferencia de los setenta años del régimen priista, hoy los reporteros aparentemente hacen más investigación, presentan información balanceada y son menos dóciles (Lawson, 2002; Hughes, 2006; Wallis, 2004). No obstante, estudios como el presente señalan que los medios mexicanos no han superado las viejas prácticas que caracterizaban la relación periodista-fuente durante gran parte del siglo XX: Sometimiento a la versión oficial, cobertura amistosa a cambio de todo tipo de favores, falta de investigación periodística y un largo etcétera. Es decir, en lugar de modernización, sólo hay una continuación de las rutinas periodísticas de antaño.

## 6. Bibliografía

- Adler-Lomnitz, L., Salazar, R. y Adler, I. (2004). *Simbolismo y ritual en la política mexicana*. México: UNAM/Siglo XXI Editores
- Almond, G. A. y Verba, S. (1963). *The civic culture. Political attitudes and democracy in five nations*. USA: Sage Publications
- Behr, R. L. e Iyengar, S. (1985). “Television News, Real-World Cues, and Changes in the Public Agenda”. *Public Opinion Quarterly*, 49 (1), 38-57
- Benson, R. (1999). “Field theory in comparative context: A new paradigm for media studies”. *Theory and society*, 28 (3), 463-498
- Boydston, A. E., Glazier, R. A. y Phillips, C. (2013). “Agenda control in the 2008 presidential debates”. *American Politics Research*, 41 (5), 863-899
- Camp, R. A. (1993). *Politics in Mexico*. USA: Oxford University Press
- Çarkoğlu, A. y Yavuz, G. (2010). “Press-party parallelism in Turkey: An individual level interpretation”. *Turkish studies*, 11 (4), 613-624
- CNTV. (2008). Diversidad en noticieros centrales de la televisión abierta. *Departamento de Estudios y Supervisión del Consejo Nacional de Televisión, Chile*. Santiago
- De León, S. (2009). *Cambios en la configuración de la comunicación pública en México: El caso del periodismo político Aguascalientes* (Tesis doctoral). Tlaquepaque: Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente

De Vreese, C. H., Boomgaarden, H. G. y Semetko, H. A. (2011). “(In)direct framing effects: The effects of news media framing on public support for Turkish membership in the European Union”. *communication Research*, 38 (2), 179-205

Dimitrova, D. y Strömbäk, J. (2005). “Mission accomplished? Framing the Iraq war in the elite newspapers in Sweden and the United States”. *Gazzette*, 67 (5), 399-417

González, R. (2013). *New players, same old game. Change and continuity in Mexican journalism*. Germany: Lambert Academic Publishing

Hallin, D. C. y Mancini, P. (2004). *Comparing media systems. Three models of media and politics*. USA: Cambridge University Press

Hallin, D. C. (1995). “Dos instituciones, un camino: Television and the State in the 1994 Mexican election”. Paper presented at the *XIX Annual Congress of the Latin American Studies Association*, Washington DC, September

Hughes, S. (2006). *Newsrooms in conflict. Journalism and the democratization of Mexico*. USA: University of Pittsburgh Press

INEGI (2012). *Encuesta nacional sobre cultura política y prácticas ciudadanas*. Segob. México.

Lawson, C. H. (2002). *Building the fourth estate. Democratization and the rise of a free press in Mexico*. USA: University of California Press.

Lecheler, S. y De Vreese, C. H. (2013). “What a difference a day makes? The effects of repetitive and competitive news framing over time”. *Communication Research*, 40 (2), 147-175

Lozano, J.C. (2002). “Políticas de comunicación y telecomunicaciones en México. El Estado frente a las estructuras de propiedad y control” [“Communication policies and telecommunications in Mexico. The state and the structures of ownership and control”]. *Telos*, 55.

Márquez, M. (2012). “Valores normativos y prácticas del reporteo en tensión: percepciones profesionales de periodistas en México”. *Cuadernos de Información*, 30, 97-110

Martelli, S. y Cappello, G (2005). “Religion in the Television-mediated Public Sphere Transformations and paradoxes”. *International Review of Sociology*, 15 (2), 243-257

Martínez, F. J. (2012). “Cobertura periodística y percepción de la información: Los noticieros de televisión. *Diálogos de la Comunicación*, 85, 1-25

Martínez-Garza, F. J. (2011). La actuación de las televisoras: Nuevas reglas viejas mañas”. *Redes.com*. ISSN: 1696-2079. España. pp. 215-227.

Martínez, F. J., Menchaca, A. y García, E. (2008). “La cobertura informativa de México en los noticieros de la televisión de Estados Unidos”. *Global Media Journal México*, 5 (9), 24-44

McCombs, M. E. (1993). “The evolution of Agenda-Setting research: Twenty-five years in the marketplace of ideas. *Journal of Communication*, 43 (2), 58-67

McCombs, M. E. (1997). “Building consensus: The news media's agenda-setting roles”. *Political Communication*, 14, 433-443

- McCombs, M. E. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. UK: Polity Press
- McNair, B. (2007). *The sociology of journalism*. India: Hodder Arnold
- Meyer, J. A. (2010). “Enfoques mediáticos y percepciones ciudadanas sobre la crisis económica en México: El caso de la región Centro-Sur”. *Revista Estudios Culturales*, 6, 121-138
- Miller, A. y Kurpius, D. (2010). “A citizen-eye of television news source credibility”. *American Behavioral Scientist*, 54 (2), 137-156
- Molina, G. (1987). “Mexican television news: the imperatives of corporate rationale”. *Media, Culture & Society*, 9 (2), 159-187
- Patterson, T. E. y Donsbach, W. (1996). “News decisions: Journalists as partisan actors2. *Political communication*, 13 (4), 455-468
- Philip, G. (1992). *The presidency in Mexican politics*. Hong Kong: Macmillan / St. Antony’s College Oxford
- Reyna, V. H. (2014). *Nuevos riesgos, viejos encuadres: la escenificación de la inseguridad pública en Sonora*. México: El Colegio de Sonora
- Rodríguez, R. (1993). *Prensa vendida*. México: Grijalbo
- Schlesinger, P. (1978). *Putting “reality” together. BBC News*. UK: Constable
- Schuck, A. y De Vreese, C. H. (2006). “Between risk and opportunity: News framing and its effects on public support for EU enlargement”. *European Journal of Communication*, 21 (1), 5-32
- Schudson, M. (1989). “The sociology of news production”. *Media, Culture & Society*, 11 (3), 263-282
- Shoemaker, P. y Reese, S. D. (1996). *Mediating the message. Theories of influences on mass media content*. USA: Longman Publishers.
- TELECOM /CIDE. (2011). Reporte final: “Condiciones del mercado de televisión abierta en México”. CFT: México.
- Trejo, R. (2010). “Muchos Medios en pocas manos: Concentración televisiva y democracia en América Latina”. *INTERCOM, Revista barcelonesa de Ciencias de la Comunicación*, 33, 17-51.
- Tuchman, G. (1978). *Making news. A study in the construction of reality*. USA: The free press.
- Valenzuela, S. y McCombs M. (2007). “Agenda-setting effects on vote choice: Evidence from the 2006 Mexican election ”. Paper presented at the Political Communication Division of the *International Communication Association 57<sup>th</sup> Annual Conference*, San Francisco, Ca., May 24-28
- Valkenburg, P. M., Semetko, H. A. y De Vreese, C. H (1999). “The effects of news frames on readers thoughts and recall”. *Communication Research*, 26 (5), 550-569
- Wahl-Jorgensen, K. (2007). *Journalists and the public. Newsroom culture, letters to the editor, and democracy*. USA: Hampton Press

Wallis, D. (2004). “The media and democratic change in Mexico”. *Parliamentary Affairs*, 57 (1), 118-130

---

### Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

FJ Martínez Garza, RA González Macías, OM Miranda Villanueva (2015): “Actores políticos y sociales de los telediarios: Una tarea pendiente de las televisoras mexicanas”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 750 a 764.

<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1069/39es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2015-1069](https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1069)

#### - En el interior de un texto:

(FJ Martínez Garza, RA González Macías, OM Miranda Villanueva (2015): 750-764.)

#### - O bien:

(FJ Martínez Garza, RA González Macías, OM Miranda Villanueva (2015): 750-764.)

Artículo recibido el 2 de septiembre de 2015. Aceptado el 14 de noviembre.

Publicado el 21 de noviembre de 2015.