

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial del 3 de abril de
1981



“¿LA PUBLICIDAD OFICIAL PUEDE POSIBILITAR LA CRÍTICA
PERIODÍSTICA?
EL CASO DE LA REVISTA *PROCESO* DE 1976 A 2018 EN MÉXICO”

TESIS

Que para obtener el grado de

MAESTRA EN COMUNICACIÓN

Presenta

ANGELITA GISEL ARELLANO MORA

Directora: Dra. Sandra Vera Zambrano

Lectores: Dra. Mireya Márquez Ramírez

Dr. Manuel A. Guerrero Martínez

Ciudad de México, 2019

AGRADECIMIENTOS



Ilustración 1- Portada de la revista Proceso No. 462 de septiembre de 1985.

“Nadie publicó mis declaraciones. Yo creo que muchos periodistas que cubren la fuente de la Cámara son gente del sistema. No es por echarle a nadie, pero la Cámara, y en particular los diputados, entregan gratificaciones o embutes a los periodistas”.

Pedro Arellano Torres

El desarrollo de esta investigación fue posible gracias al apoyo de:

La Universidad Iberoamericana A.C, Campus Ciudad de México, mi Alma Mater, que como Institución me becó y ha depositado en mí la confianza para ser una profesionista que se apegue a su ideario.

El Dr. Manuel Alejandro Guerrero, director del Departamento de Comunicación, quien aceptó ser lector de esta investigación y a quien debo el hecho de poder retomar mis estudios y culminarlos. Gracias por su tiempo, sus clases, sus consejos y sus atenciones, pero, sobre todo, gracias por permitirme aprender de usted en varias aristas profesionales.

La Dra. Sandra Vera Zambrano, directora de esta tesis, por su infinita paciencia, por las horas invertidas en mí y en esta investigación. Gracias por apoyarme y defenderme en los temas legales que presenta este trabajo. Gracias por enseñarme a estructurar mis ideas y a buscar respuestas fuera de la caja.

La Dra. Mireya Márquez Ramírez, Coordinadora de la Maestría en Comunicación hasta mediados de este año 2019. Gracias por leerme, por acompañarme en la estructura de esta tesis como lectora y, sobre todo, gracias por creer y confiar en mí, en que acabaría en tiempo y forma.

Mi compañero de clases y amigo Eudaldo (sic) Pérez Otaño. Gracias por invertir horas y horas en explicarme cómo debía diseñar mi tesis, por su paciencia, la revisión de mi trabajo y por su amistad.

Mi amiga, la Mtra. Mónica Luengas Restrepo por su apoyo y explicación en la elaboración de las tablas y por sus invaluable consejos.

A Carolina Castellanos y Vania Bernal. Gracia por apoyarme en la recopilación de datos para poder conformar la base correspondiente, también por su paciencia y amistad.

Mis profesores y profesoras. Les agradezco por sus enseñanzas y por ser críticos con lo que entregaba. Gracias por leer mis trabajos, por su retroalimentación y sus consejos constructivos. De forma especial quiero agradecer a la Dra. Sylvia Gutiérrez y Vera.

Mis compañeros y compañeras de generación que desde la primera clase me dieron opiniones sobre mi investigación y me ayudaron a construir lo que hoy presento como trabajo final.

Mi mamá que es el origen y el fin de la disciplina en el estudio. Gracias porque nunca es suficiente. Gracias por tu amor. A mi hermana, mi compañera de vida, por ser y estar en cada paso que doy. Gracias a los miembros de mi familia que me apoyaron moralmente y con porras, gracias mamaíta y Pedrito por su cariño e interés.

Mis hijos Ana Teresa y Paulo Aristóteles: cuando no estaba con ustedes es porque estaba haciendo este trabajo. Gracias por su paciencia y apoyo.

Mi amiga Rosario Contreras Arvizu por las porras y el apoyo moral que siempre la caracteriza. Gracias amiga.

Los académicos y académicas del Departamento de Comunicación por su apoyo intelectual y moral en la realización de este trabajo.

Mis compañeros y compañeras administrativos de la Ibero, sin cuyo apoyo no hubiera sido posible terminar en tiempo y forma. Gracias Angie, Memo B. y Memo.

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO 1. Primer acercamiento a la revista Proceso en el contexto socio - histórico del periodismo en México	20
1.1. Breve contexto socio - histórico del periodismo en México.....	20
1.2. El golpe a <i>Excélsior</i> como antecedente de <i>Proceso</i>	25
1.3. La revista <i>Proceso</i>	27
CAPÍTULO 2. La publicidad oficial y la revista Proceso en la literatura académica.....	33
2.1. Entre transparencia y opacidad en la política comunicacional	34
2.2. La fragilidad de las prácticas periodísticas frente al régimen y los dueños.....	38
2.3. Promotores de cambios desde los derechos humanos y la sociedad civil	40
2.4. Comunicación social y su falta de definición en México	44
2.5. ¿Por qué el gobierno federal comunica lo que comunica?	50
2.6. Abordajes metodológicos desde la academia	52
2.7. Dinámicas del clientelismo para controlar la crítica mediática	54
CAPÍTULO 3. Marco teórico.....	56
3.1. Prensa y poder en México.....	57
3.2. La relevancia de la prensa en la democracia.....	61
3.3. La revista <i>Proceso</i> en el marco de la relación prensa-poder	65
CAPÍTULO 4. El papel de la ley como regulador de fuerzas	68
CAPÍTULO 5. Enfoque metodológico.....	76

5.1. La importancia del contexto en el análisis de contenido	77
5.2. La pertinencia del análisis de contenido	78
5.3. La operacionalización de las variables	83
5.4. Construcción y selección de la muestra	86
5.5. Herramienta de análisis.....	89
5.6. Pasos para el análisis de resultados.....	100
CAPÍTULO 6. La imponente presencia del segundo círculo sobre el primer círculo y la falta de relación del primero con las notas de portada.....	103
CAPÍTULO 7. Desplome de la publicidad oficial en momentos de conflicto prensa-poder	150
CAPÍTULO 8. Temas abordados por Proceso en sus portadas y relación con la línea editorial	164
CONCLUSIONES.....	187
BIBLIOGRAFÍA	194
ANEXOS	204

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1- Portada de la revista Proceso No. 462 de septiembre de 1985.	2
Ilustración 2- Distribución del gasto federal en publicidad oficial entre los proveedores de medios impresos en 2016 (Fundar 2017).	42
Ilustración 3-Medidas y costos previstos para cada inserción publicitaria en la revista Proceso	93
Ilustración 4- Comparativo de anuncios de publicidad oficial federal que pertenecen al primer y segundo círculo insertos en la revista Proceso de 1976 a 2018. Valores mostrados en porcentaje.....	106
Ilustración 5- Secretarías de Estado con funciones sustantivas que se anunciaron en la revista Proceso de 1976 a 2018 consideradas de primer círculo en esta investigación.	107
Ilustración 6- Comparativo del primer y segundo círculo de publicidad oficial inserta en la revista Proceso de 1976 a 2018 incluyendo inserciones pagadas que anuncian organismos federales, anuncios de partidos políticos, e inserciones pagadas de partidos políticos, es decir, la totalidad de publicidad pagada con dinero público federal.	108
Ilustración 7- Total de menciones de publicidad oficial inserta en la revista Proceso de 1976 a 2018.	111
Ilustración 8- Secretarías de Estado y Procuraduría, pertenecientes al segundo círculo, que se anuncian en la revista <i>Proceso</i> de 1976 a 2018.....	113
Ilustración 9- Organismos descentralizados que se anuncian en la revista Proceso de 1976 a 2018.	114
Ilustración 10- Organismos autónomos que se anuncian en la revista <i>Proceso</i> de 1976 a 2018.	116
Ilustración 11- Poderes de la unión y órganos de gobierno que se anuncian en la revista <i>Proceso</i> de 1976 a 2018.	117
Ilustración 12- Organizaciones gremiales que se anuncian en la revista <i>Proceso</i> de 1976 a 2018.	118
Ilustración 13- Instituciones de banca que se anuncian en la revista <i>Proceso</i> de 1976 a 2018.	119

Ilustración 14- Empresas estatales que desaparecieron en el transcurso del periodo analizado y que se anunciaron en la revista Proceso en el periodo de 1976 a 2018.	120
Ilustración 15- Inserciones pagadas por organismos federales que están presentes en la revista Proceso en el periodo de 1976 a 2018.	121
Ilustración 16- Partidos políticos y candidatos que se anuncian en la revista <i>Proceso</i> de 1976 a 2018.	122
Ilustración 17- Inserciones pagadas por candidatos o partidos políticos en la revista <i>Proceso</i> de 1976 a 2018.	123
Ilustración 18- Comportamiento de los anuncios que aparecen en las páginas con número par y número non. Se incluyen solamente los organismos del segundo círculo.	129
Ilustración 19- Ejemplar N°85 del 19 de junio de 1978, página 15. Ejemplo de ubicación de la publicidad oficial inserta en la revista Proceso.	130
Ilustración 20- Ubicación de la publicidad oficial pertenecientes a instituciones gubernamentales del segundo círculo según el grado de visibilidad.	131
Ilustración 21- posición que ocupa la publicidad oficial según mayor o menor visibilidad.	132
Ilustración 22- Sección en la que se anuncian los organismos de primer y segundo círculo dentro de la revista.	134
Ilustración 23- Caracterización de los anuncios de publicidad oficial pertenecientes al segundo círculo según la sección en la que se encuentran dentro de la revista.	135
Ilustración 24- Caracterización por tipo de publicidad oficial inserta en la revista <i>Proceso</i> según la sección en la que se encuentran los anuncios.	136
Ilustración 25- Caracterización de la publicidad oficial del primer y segundo círculo de acuerdo al tamaño que ocupan sus anuncios dentro de la revista.	137
Ilustración 26- Caracterización de la publicidad oficial del segundo círculo de acuerdo al tamaño de sus anuncios dentro de la revista.	138
Ilustración 27- Caracterización de la publicidad oficial inserta en la revista Proceso de acuerdo al tamaño de sus anuncios en la revista.	139
Ilustración 28- Portada de la edición del 23 de junio de 1986.	141
Ilustración 29- Portada de la revista Proceso correspondiente al 21 de junio de 2009.	143
Ilustración 30- Portada correspondiente al 19 de junio de 1995.	145

Ilustración 31- Comportamiento histórico de la publicidad oficial y las inserciones federales (1977-2018).	152
Ilustración 32- Comportamiento histórico de la publicidad oficial federal y de las inserciones pagadas federales presentes en la revista <i>Proceso</i> de 1977 a 2018.	153
Ilustración 33- Comportamiento de la publicidad oficial en momentos de conflicto entre la revista <i>Proceso</i> y el gobierno federal durante los sexenios de los presidentes López Portillo (1976-1982) y De la Madrid (1982-1988).	156
Ilustración 34- Comportamiento de la publicidad oficial federal e inserciones pagadas de instituciones federales en los momentos de conflicto entre la revista <i>Proceso</i> y el gobierno federal en los sexenios de Salinas de Gortari (1988-1994) y Zedillo Ponce de León (1994-2000).	158
Ilustración 35- Comportamiento de la publicidad oficial e inserciones pagadas por instituciones federales durante momentos de conflicto entre la revista <i>Proceso</i> y el gobierno federal, en el sexenio de Fox Quezada (2000-2006).	159
Ilustración 36- Comportamiento de la publicidad oficial federal e inserciones pagadas por instituciones federales en momento de conflicto con el gobierno federal durante los sexenios de los presidentes Calderón Hinojosa (2006-2012) y Peña Nieto (2012-2018).	160
Ilustración 37- Portada de la revista <i>Proceso</i> publicada el 8 de noviembre de 1982.	167
Ilustración 38- Portada de la revista <i>Proceso</i> correspondiente al 3 de noviembre de 1986.	168
Ilustración 39- Portada de <i>Proceso</i> correspondiente al 5 de noviembre de 1977.	169
Ilustración 40- Portada correspondiente al ejemplar del 6 de noviembre de 1976.	174

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1- Organismos con mayor cantidad de publicidad oficial en la revista.....	111
Tabla 2- Comparativo de publicidad oficial reportada en COMSOC por año con la publicidad oficial encontrada en igual período en los ejemplares de la revista Proceso de 2012 a 2018.	126
Tabla 3- Los valores se muestran en número de menciones por tipo de publicidad. Se hace referencia al total de publicidad inserta en la revista Proceso (2024 anuncios).	127
Tabla 4- comprobación de la no relación entre las notas de portada de la revista Proceso y los organismos que se anuncian.	140
Tabla 5- Relación entre publicidad oficial y características de la historia.	141
Tabla 6- Organismos que se anuncian en relación al tema de portada.	142
Tabla 7- Organismos que se anuncian contra nota de portada.	144
Tabla 8- Organismos que se anuncian en relación con la nota de portada.	146
Tabla 9- Relación entre notas de portada y publicidad oficial inserta en la revista.	147
Tabla 10- Notas de portada que sí se relacionan con la publicidad oficial inserta en el mismo ejemplar de la revista <i>Proceso</i>	147
Tabla 11- Número más alto de menciones de publicidad oficial por sexenio insertos en la revista Proceso de 1976 a 2018.	151
Tabla 12- Comportamiento de los anuncios de publicidad oficial federal en la revista Proceso de 1977 a 2018.	154
Tabla 13- Comprobación de la relación estadísticamente significativa entre las notas de portada y la valoración de los periodistas.	165
Tabla 14- Comprobación del coeficiente de Phi que prueba la relación entre la variable de características de la historia y valoración de los periodistas.	165
Tabla 15- Características de la historia en relación con el cuestionamiento, crítica o denuncia por parte de los periodistas.	166
Tabla 16- Modos de operación de la ideología.	172

INTRODUCCIÓN

Según la literatura académica y no académica, la publicidad oficial (PO) induce a condicionar la capacidad crítica de los medios. Entre las funciones de la prensa, la crítica “destaca por sus repercusiones para la vida democrática y es la que detona respuestas más notorias entre el círculo en el poder” (Salazar Rebolledo, 2019, p. 3).

Se dice que la PO genera dependencia económica y da poder al gobierno para premiar o castigar a los medios al ser él el que produce y administra la información de la que paga la inserción o el anuncio. Esto genera un evidente conflicto de interés, no solo en la línea editorial de los medios (diarios, revistas, radio, televisión, portales electrónicos, etc.), sino también en el ámbito profesional de los periodistas (FUNDAR & Artículo19, 2015; Guerrero & Ramírez, 2015; Hughes, 2006; Lawson & Lawson, 2002; Orme, 1997; Schudson, 2003).

Por ejemplo, la discrecionalidad en la asignación de la publicidad oficial causa un impacto en la libertad de expresión, así como en lo relativo a “autocensura, disminución del periodismo crítico y de censura, respeto excesivo a la autoridad, presiones institucionales [...] y en sentido colectivo [...] falta de interés social por parte de los medios informativos y periodistas” (Rodelo, 2009, p. 105).

Además de lo anterior, la PO ha tenido impacto y consecuencias en las prácticas periodísticas en México; prácticas que no corresponden a los ideales de la profesión, evidenciado mayormente por la falta de crítica en sus notas. “El periodismo está en su mejor momento cuando es un asesor independiente del público” (Colombo, 1997, p. 16) y “para llegar a mirar justo detrás de la comunicación oficial, hay que buscar lo implícito, revelar lo que está escondido” (Avignolo, 2004, p. 41).

La publicidad oficial es un canal de comunicación entre el gobierno y los ciudadanos, con la finalidad de informar sobre asuntos relevantes como son la salud, la educación, los derechos humanos y, en general, las cuestiones sociales. Para explicar lo anterior existen dos corrientes opuestas. La primera en la que, según Lasswell (1951), la comunicación del gobierno implica “pasar de un paradigma racionalista a uno que tenga más en cuenta la persuasión, el

argumento y la evidencia como materia prima del proceso gubernamental” (Lasswell & Lerner, 1951, p. 85).

La segunda corriente representada por Benson (2010), a diferencia de la postura anterior, explica que no necesariamente es más crítico el medio que no recibe subsidio del gobierno, como lo demuestra en un estudio comparativo que hace entre los diarios franceses y estadounidenses. “...This study finds that more ‘statist’ French press presents a greater density of criticisms than the U.S. press” (p.3). Después de realizado su estudio, el investigador descubre que los medios franceses considerados estatales presentan mayor nivel de crítica al gobierno que los diarios estadounidenses que se encuentran en lo que llamamos la prensa liberal, en donde no hay compra de publicidad oficial. En este último caso la posición respecto al gobierno es más mesurada que en el primero.

Ambas posturas son importantes como puntos de partida pues podría parecer a primera vista que el subsidio gubernamental en forma de publicidad oficial afecta la crítica periodística. El sentido común muchas veces nubla la visión del investigador por tener conocimientos *a priori* sobre temas que pueden contar con inferencias predecibles.

Al respecto, Durkheim (2011) ya nos hablaba de la importancia de romper las prenociones desde fines del siglo XIX para poder producir conocimiento científico. En tal sentido, Bourdieu (2008) añade que “[...] la ciencia se construye construyendo su objeto contra el sentido común [...]” (p.52).

Es a partir de esta prenoción que el presente trabajo de investigación busca romper con el sentido común de que, a mayor publicidad oficial presente en un medio, menor es la crítica periodística; o en sentido inverso, a menor presencia de publicidad oficial en un medio, mayor es el nivel de crítica periodística. Entonces, ¿será posible que la publicidad oficial permita la crítica al gobierno? En esta investigación se prueba que sí, siempre que la publicidad oficial que contenga la publicación no esté directamente relacionada con las instituciones que se critican en el mismo espacio. Para la realización de esta investigación se tomó el caso de la revista *Proceso* por ser un espacio que ha permanecido a lo largo del

tiempo, donde sus portadas muestran titulares críticos y con la característica distintiva de que quienes escriben en la revista son periodistas reconocidos en el gremio como profesionales.

En la literatura es aceptado que la revista *Proceso* es producto de una confrontación entre la prensa mexicana y el poder presidencial. Se reconoce también que a lo largo del tiempo ha sido consistente por la forma de administrar la publicidad oficial en sus páginas, a pesar de que ha habido en las últimas décadas alternancia partidista y de que ha permanecido la idea de una prensa homogénea y dirigida. Ante esto, *Proceso* ha logrado mantenerse y diferenciarse de los demás medios informativos nacionales.

“En el escenario de México, la revista *Proceso* ha demostrado que la libertad de expresión podía existir a pesar del control de regímenes autoritarios” (Ibarra, 2010, p. 2). Partiendo de esta afirmación, la presente investigación se plantea la pregunta general de ¿cómo podemos explicar la línea editorial crítica de la revista *Proceso* a pesar de contener publicidad oficial?

Proceso se considera un caso de excepción en el ecosistema de medios porque a pesar de contener publicidad oficial la revista se ha mantenido crítica. En la caracterización de la publicidad oficial federal se encuentra que existen Secretarías de Estado que cumplen funciones sustanciales y que, junto con el presidente de la república, conforman lo que en esta investigación denominamos actores de primer círculo. En contraposición, se identifican instituciones federales que cumplen funciones secundarias en el gobierno, las cuales en esta investigación son denominadas de segundo círculo. Como punto de partida debemos señalar que la PO inserta en la revista no es monolítica, sino que está dividida entre actores de primer y segundo círculo, de tal modo que la interacción entre ambos es la riqueza que me permite contestar la pregunta.

Las notas de portada de *Proceso* reflejan cómo se ha mantenido esa crítica al gobierno, por lo que es importante preguntarse de forma específica ¿cómo se ha comportado la publicidad oficial de instituciones federales y su relación con las notas de portada de la revista *Proceso*? Al relacionar el tipo de publicidad gubernamental con las notas de portada, en cuanto a si critican, denuncian o cuestionan, se obtienen resultados importantes que pueden ser tomados en consideración por otros medios que pudieran sentirse intimidados para no informar

haciendo uso de la libertad de expresión consagrada en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Es por ello, que esta tesis sostiene que la PO no es homogénea ni monolítica. Si consideramos que existen distintos tipos de PO, se puede argumentar que una parte de esta puede permitir la crítica al gobierno como sucede en el caso particular de la revista *Proceso*. De tal modo, este medio es considerado un parteaguas en el periodismo nacional, porque a pesar de que el presidente López Portillo retiró la publicidad oficial de la revista, continuó subsistiendo económicamente y mantuvo su línea editorial crítica, según lo narra Scherer (2012):

Resentimos el golpe; Proceso, aún sin ahorros. Tomamos las medidas pertinentes, las únicas posibles: la suspensión en la nómina de algunos reporteros y personal administrativo. La medida fue dolorosa, en la atmósfera pesada de los acontecimientos irremediables, como los funerales. Al poco tiempo, nuestra sorpresa llegó a la conmoción interna: sin la publicidad oficial, la circulación de Proceso aumentaba (p.57).

Por este antecedente, resulta relevante plantearnos la pregunta de ¿cómo se comportó la inserción de publicidad oficial de instituciones federales en momentos de conflicto entre la revista *Proceso* y el gobierno?, porque si bien el conflicto sucedido en el año 1982 ha sido muy documentado, no ha sucedido así con otros momentos álgidos entre el gobierno federal y el medio ni su relación con la publicidad oficial.

Resulta también relevante preguntarnos: ¿existe relación significativa entre características de la historia de las notas de portada de la revista *Proceso* y la valoración del periodista? Es decir, si los temas de las notas de portada guardan alguna relación significativa con el hecho de que el periodista cuestione, critique o denuncie en los titulares de las portadas. De tal modo, se busca establecer los valores periodísticos de las plumas que escriben en la revista *Proceso*.

Para ello se recurrió al análisis del discurso siguiendo a Thompson (2002), para analizar la ideología y sus mecanismos de operación, y así comprobar que el discurso de los periodistas se da desde una posición de poder y no de resistencia o de subordinación y que los periodistas

de *Proceso* se asumen como legítimos herederos y detentores del poder periodístico, así como del uso de la palabra como acción social.

Para poder contestar todas las interrogantes, se exploraron diversos puntos de vista desde los cuales ha sido abordado el tema de la publicidad oficial, tanto a nivel nacional como internacional; las preocupaciones que sobre la asignación de recursos se tienen; sus implicaciones; la fragilidad en la que se encuentra el papel del periodista por este tema; los actores que están empujando cambios en el ecosistema mediático; la falta de una definición del término comunicación social que repercute en inoperatividad; al igual que el papel que juega la política de comunicación gubernamental y el contenido actual de la publicidad oficial.

En México, un problema inminente al que nos enfrentamos es al vacío o laguna legal que existe en el concepto de publicidad oficial o publicidad gubernamental. Este hecho cobra importancia como origen de la discrecionalidad en la asignación de recursos y como inhibidor de la crítica periodística. Un ejemplo de ello es que de manera oficial no están claras las pautas en la asignación de los recursos y no podemos saber cómo se obtuvo la cantidad de publicidad proveniente del gobierno en la revista *Proceso*. Al no poder determinar su origen, es por lo que en este trabajo de investigación se lleva a cabo una caracterización y explicación del comportamiento, sin poder profundizar en la forma de obtención de la publicidad oficial.

La publicidad gubernamental o publicidad oficial, ha sido abordada recurrentemente por periodistas, académicos, políticos y organizaciones civiles como una limitante a la libertad de expresión en la cultura periodística mexicana. A partir del 1 de enero de 2019 entró en vigor la Ley General de Comunicación Social, pero a pesar de ello, en la nueva legislación no se define a la PO, ni se establece un mecanismo que dé certidumbre para la asignación de la misma. Es por ello que es jurídicamente aceptado que la Ley legalizó las malas prácticas que ya existían en el medio. Como consecuencia, según lo descrito por periodistas y académicos de renombre, la asignación que se realiza de forma discrecional es una de las principales causas del cierre de publicaciones o de la captura de los medios de comunicación en México.

En esta investigación, el acercamiento teórico que se utilizará será, entonces, el empirista-positivista, siguiendo la teoría sobre la relación entre prensa y poder, desarrollada por gran número de académicos y periodistas que afirman que la historia de los medios impresos está vinculada con la difusión de opiniones y noticias para legitimar al poder. La información era publicada y leída por la élite política, de tal manera que siempre ha estado ligada la prensa escrita al apoyo oficial, ya sea por el subsidio al papel, el financiamiento o la aportación de contenido noticioso.

Según Lawson (2002), “la dominación que ejercía el régimen priista era evidente a través de tres aspectos: el control de la agenda pública, un silencio selectivo en ciertos temas (...) y un sesgo evidente a favor de los candidatos oficiales” (p.21). El entorno mediático era la arena en donde los actores políticos intercambiaban mensajes: “el papel de los medios impresos era instrumental en la transmisión de las actividades de negociación...” (de Lomnitz, Elena, & Adler, 2004, p. 22).

Por ello, el intercambio clientelar definía y define las relaciones entre la prensa y el poder. En este aspecto se debe situar en el ecosistema mediático a la revista *Proceso*, la cual generaba información que era la mayoría de las veces opuesta a la versión oficial y comienza a ser catalogada la publicación como de izquierda por no estar alineada con el gobierno. “Su principal nicho de mercado [...] estaba compuesto por intelectuales, académicos, jóvenes sobrevivientes de los movimientos estudiantiles y/o comunistas, políticos de la oposición y organizaciones civiles” (González Macías, 2011).

En el desarrollo de esta investigación, se utilizó una metodología cuantitativa de análisis de contenido que se enfoca en el análisis de la publicidad oficial inserta en la revista *Proceso* entre 1976 y 2018 en México, estudiada a través de las notas de portada, las cuales deben reflejar los valores periodísticos de las plumas que escriben en la misma. De igual modo, se realizó un análisis del discurso de los periodistas de *Proceso* siguiendo a Thompson (2002) y de este modo entender así su posición de poder frente al gobierno.

El objetivo general que se plantea en esta investigación es caracterizar la relación entre la publicidad oficial y la línea editorial crítica de la revista *Proceso*. Teniendo en cuenta esto, se establecen los siguientes objetivos específicos:

1. Identificar cómo se ha comportado la publicidad oficial de las instituciones federales y su relación con las notas de portada de la revista *Proceso*.
2. Explicar cómo se comportó la inserción de publicidad oficial en momentos de conflicto entre la revista *Proceso* y el gobierno
3. Establecer si existe relación significativa entre las características de la historia de las notas de portada y la valoración del periodista.

Así mismo, esta investigación sostiene como hipótesis general que *Proceso* ha podido mantener su línea editorial crítica pues la publicidad oficial que contiene no está directamente relacionada con las instituciones que se critican en la revista. Para cumplir con los objetivos y refutar o confirmar la hipótesis se consideró, como ya se explicó con anterioridad, el caso de estudio de la revista *Proceso* con un tipo de investigación que, por su finalidad, permite extraer la variable independiente y caracterizar en términos de aumento o disminución de la publicidad, siendo de tipo correlacional con las notas de portada.

Este trabajo resulta original porque la literatura y el sentido común han asumido por décadas que la PO es el mayor distractor e inhibidor de la crítica y, en discusión con esas posturas, esta investigación matiza tales afirmaciones al desagregarla. Al verificar que la PO que contiene la revista *Proceso* no es homogénea, se demuestra que la crítica de la revista es posible porque la publicidad oficial es adquirida por organismos gubernamentales que el mismo medio no critica, es decir, que es adquirida por actores del segundo círculo.

La revista *Proceso* depende de la publicidad oficial federal en casi un 8%, monto que puede parecer pequeño, pero que en realidad sí es relevante, tomando en cuenta que hay medios que tienen mucho cuidado en no depender de un mismo patrocinador en más de un 3%, para evitar que en algún punto puedan querer tener injerencia en la cobertura que realiza.

La crítica desarrollada por *Proceso*, además, es posible por el momento particular en el que nace la revista y por el contexto político nacional que la ha rodeado. Ello le ha permitido poder negociar la publicidad oficial que se encuentra inserta en ella desde una posición de poder.

Finalmente, *Proceso* también denuncia, critica o cuestiona porque los periodistas que escriben en ella son congruentes con la línea editorial del medio, al regirse por los valores periodísticos que se cimentaron desde el nacimiento de la revista, lo que ha asegurado la posibilidad de seguir cumpliendo con su función vigilante a pesar de las tensiones y conflictos que se han mantenido con el poder. Indistintamente de quién o qué partido político encabece el poder ejecutivo, la línea editorial de la revista *Proceso* se ha mantenido al margen del oficialismo por la manera en que se ha gestionado la publicidad oficial por un lado y la crítica por el otro.

El presente trabajo de investigación tiene ocho capítulos, entre los cuales están intercalados subtítulos con la finalidad de estructurar y enfatizar más las ideas principales y los hallazgos. El contenido de cada capítulo es el siguiente: el primero pone en contexto a la revista *Proceso* dentro de la historia del periodismo en México; el segundo, pone en perspectiva el estado de la investigación académica sobre los diversos abordajes que sobre la publicidad oficial se han realizado, haciendo énfasis en un estudio particular que sobre las dinámicas entre la prensa y el poder se llevó a cabo en el ámbito regional de gobierno; el tercero presenta la propuesta teórica que sostiene esta investigación, la cual siguió la teoría de prensa y poder en México; mientras que el cuarto apartado aborda el papel de la ley como regulador de fuerzas entre la prensa y el gobierno.

Por su parte, el quinto capítulo detalla la metodología seleccionada. En este caso se desarrolló bajo una perspectiva cuantitativa de análisis de contenido presentando 22 variables. Se incluyen también las acciones que se llevaron a cabo para poder obtener los hallazgos. El sexto capítulo detalla el primer hallazgo: la caracterización de la publicidad oficial, así como su relación con las notas de portada. Mientras, el séptimo capítulo detalla el segundo hallazgo y explica la relación entre la publicidad oficial y los momentos de conflicto entre la revista *Proceso* y el gobierno de la república. Como cierre, el capítulo octavo muestra el tercer

hallazgo, la relación entre las notas de portada y los valores periodísticos de las plumas que escriben en la revista.

En el apartado final se exponen las conclusiones de la investigación encaminadas a demostrar que la crítica de la revista *Proceso* es posible porque la publicidad oficial es adquirida por organismos gubernamentales que la revista no critica (segundo círculo) y porque el sujeto real de la crítica (primer círculo) casi no adquiere publicidad oficial o inserciones dentro del medio.

CAPÍTULO 1

Primer acercamiento a la revista Proceso en el contexto socio - histórico del periodismo en México

En este apartado se presenta un breve análisis del contexto socio – histórico del periodismo en México en el cual se prevé que la historia nacional y la de la prensa deben estudiarse de forma paralela. De igual modo, se incorpora una descripción sobre el proceso que sufrió el periódico *Excélsior* a través del tiempo como antecedente del nacimiento de *Proceso*, a la vez que se tiene un primer acercamiento a este medio a través de entrevistas personales a sus fundadores, el análisis de su ideología, la relación con el poder y la forma de llevar a cabo su ejercicio periodístico. A través de este recorrido se muestra cómo el clientelismo y el autoritarismo del Partido Revolucionario Institucional (PRI) en el gobierno son figuras claves para entender el papel de la injerencia en las líneas editoriales en el periodismo mexicano.

1.1. Breve contexto socio - histórico del periodismo en México

La historia de la prensa escrita contemporánea en México, “está plagada de intrigas, traiciones, disputas de egos, pleitos de familia, misterios nunca develados sobre la propiedad de algunos diarios y acuerdos jamás esclarecidos con los gobiernos” (González, 2006, p. 11). 11), pero de lo que más se ha documentado es de la relación prensa-poder.

La oferta de la prensa no corresponde con la demanda. Ello obedece a que es bien sabido que “la información otorga poder político a quien sabe manejarla” (González, 2006, p. 14). Por este motivo, familias, empresas, gremios y hasta el propio gobierno han querido tener control sobre ella. La demanda ha sido escasa debido al bajo número de lectores que hay en el país; y si a eso sumamos otra serie de factores que influyen en el contexto, las publicaciones se han vuelto más de ‘nicho’. La prensa se ha autocensurado y ha matizado su función vigilante en lo cual tienen mucho que ver ciudadanos que no son críticos ni demandan información.

La práctica clientelar entre el gobierno y la prensa convirtió a la Productora e Importadora de Papel, S.A. (PIPSA) en la “agencia de premios y castigos de los medios impresos”

(Scherer & Monsiváis, 2003, p. 149). Esta empresa fue creada por Decreto Presidencial en 1935 como la encargada de proveer el papel a los diarios del país, pero “en la práctica realizaba una forma de subsidio directo a la labor informativa y periodística, al otorgar líneas de crédito muy indulgentes que en ocasiones ni siquiera se llegaban a cobrar y esto lo hacía de forma discrecional” (Guerrero, 2016, pp. 15-17).

Trascendió a lo largo de los años la dependencia y la discrecionalidad como medida de control del gobierno hacia la prensa. Según Pérez Maldonado (2017), “los medios de comunicación impresos continúan en la línea de tener como su principal cliente o sustento al poder político supeditando en ello la labor de informar” (p.33).

“Una de las formas en que el sistema político ha distorsionado la función informativa de los medios es a través de la publicidad oficial” (Guerrero, 2017), ya que durante décadas ha sido el verdadero sostén económico de los medios de comunicación en general. Primero lo fue la dependencia del papel para imprimir sus diarios y ahora del subsidio que en forma de publicidad oficial se les otorga.

La dinámica anteriormente mencionada dio pie a un tipo de dominio que ejerció el Estado sobre la prensa a partir del autoritarismo. Esta acción *sui generis* se ejemplifica en el caso de la cobertura que el periódico *Excélsior* realizó al movimiento estudiantil del 2 de octubre de 1968 en Tlatelolco. El presidente Gustavo Díaz Ordaz reclamó al entonces director del diario, Julio Scherer, mediante el entonces secretario de la Presidencia, Emilio Martínez Manautou, el tratamiento que el medio le dio al movimiento estudiantil diciendo: “traicionaste al presidente” [...] “quiere que lo sepas, que así entiende tu actitud” (Scherer, 2015, p. 27).

Díaz Ordaz ya estaba en el tercio final de su mandato y no hizo uso de más presión, pero Luis Echeverría, su sucesor, sí. Según Cantú (2017), Echeverría organizó un boicot publicitario con los principales anunciantes del sector privado y tendió su mano para sacar al periódico de la crisis, apoyándolo para salvar sus compromisos económicos más urgentes. Sin embargo, como esa presión no dio resultado, optó por instrumentar la destitución de Scherer de la dirección del periódico.

El 8 de julio de 1976 es una fecha muy importante para el periodismo mexicano pues fue el día en que el gobierno “asestó un golpe de muerte al periódico Excélsior” (Rodríguez Munguía, 2007, p. 148) y en palabras de los periodistas más importantes del país, también lo asestó a todo el periodismo. A partir de esa fecha la relación del gobierno con la mayoría de los diarios tenía sus matices. “Con cada uno el gobierno creó formas distintas de relación de acuerdo con sus necesidades de difusión y de propaganda, de acuerdo con sus filias y sus fobias” (Rodríguez Munguía, 2007, p. 148).

Algunos medios desarrollaron mecanismos como el que Granados Chapa (1981) denomina “censura ambiental” que funciona en la práctica como autorregulación o autocensura. Así, había medios a los que no necesitaba el gobierno presionar o manipular, porque los periodistas y los dueños decidían mesurar sus líneas editoriales sin necesidad de alguna llamada de atención o castigo.

La situación actual no dista mucho de lo descrito en la crónica acerca de los años setenta mencionada en párrafos anteriores. El clientelismo y el autoritarismo se han sofisticado, manteniendo aún varias características en común: el gobierno negocia con los periodistas ofreciendo dinero en efectivo, cursos, talleres, exclusivas, ‘derecho de picaporte’, regalos, shows, vacaciones, comidas, etc., a cambio de ser transcritores del gobierno o bien siendo lo menos críticos posible. En pocas palabras, conviniendo que el medio declare lo que el gobierno quiere que declaren. Esta técnica de estenografía es coloquialmente conocida como *declaracionitis*. El gobierno también negocia con los dueños de los diarios a través de exenciones de impuestos, créditos, ampliación de concesiones, licitaciones, trato preferencial en las coberturas, o bien mediante contratos de publicidad oficial.

Los contratos en este último caso en la mayoría de las veces son otorgados de forma discrecional, siendo los más beneficiados con esta falta de regulación, según Artículo 19 y Fundar (2015), los gobiernos a nivel federal y local, los cuales mantienen el control en contenidos y manejo de propaganda, así como de los medios -por el beneficio económico que obtienen-. Al mismo tiempo, propician la censura indirecta y retardan la democracia sustantiva en México. Por este motivo académicos e intelectuales hablan de que los métodos se han sofisticado, pero los efectos siguen siendo los mismos.

Para comprender mejor la relación que se entreteje entre la prensa y el poder, es necesario hacer un paréntesis y hablar sobre el periódico *Excélsior* porque es el antecedente inmediato de la revista *Proceso* y porque retrata a la perfección lo que ha sido el periodismo mexicano en la tensión con el gobierno del Partido Revolucionario Institucional (PRI). *Excélsior* se conformó con profesionistas que sobrevivieron al periodismo industrial de finales del siglo XIX y que utilizaron sus contactos políticos para poder fundar este nuevo diario.

Excélsior salió a la calle el 18 de marzo de 1917. El nombre *Excélsior* significa en latín ‘lo más alto’¹. La historia de *Excélsior* es un buen reflejo del país entre 1916 y 1976. Tanto al país como a *Excélsior* les tocó sufrir la aplicación de medidas que tenían como finalidad asegurar el predominio de una nueva clase política y en ese momento surgió una generación de periodistas que dominó la prensa mexicana hasta los años 70. La historia de este diario es la del siglo XX mexicano, con un partido hegemónico fuerte, paternalista, autoritario y corrupto, pero que trajo estabilidad y crecimiento al país (Burkholder, 2016, p. 27).

En 1928, la muerte del presidente Álvaro Obregón provocó una crisis en *Excélsior* por la cobertura realizada al juicio de José de León Toral, presunto asesino de Obregón, para la cual el diario contrató a un reconocido jurista con la intención de que apoyara en la redacción de lo acontecido durante el litigio. El sucesor de Obregón, el presidente Calles, interpretó esa cobertura como una deslealtad al gobierno porque en la cobertura se aludía a la participación de diputados cercanos a Calles, ante lo cual dio la orden de que la Gendarmería rodeara las instalaciones del periódico y no dejara que salieran los ejemplares. A cambio de permitir la circulación de la edición impresa, presionó a la dueña para que realizara una venta precipitada del diario (Burkholder, 2016).

Adicionalmente a lo descrito, estaban los problemas económicos del periódico para pagar la nómina y “un grupo de trabajadores, apoyados por organizaciones obreras y el presidente de la república, apostaron por la opción cooperativista” (Burkholder, 2016, p. 58). El presidente Calles prefirió apoyar a los trabajadores de *Excélsior* para evitar que el diario cayera en otras manos, teniendo la seguridad de que ellos estarían comprometidos con el Estado y esperando

¹ Entrecorrido del autor original de la cita.

a cambio como pago por tales gestiones que publicaran o censuraran aquella información que el gobierno les solicitara (Burkholder, 2016).

En 1929, el presidente Calles forma el partido político que gobernaría México por más de 75 años: el Partido Revolucionario Institucional (PRI). Como resultado de su estructura y funcionamiento, el partido “era considerado como un organismo homogéneo, vertical, centralizado y con un mando único que lograba imponer su voluntad” (Hernández Rodríguez, 2016, p. 13).

No puede, por ello, entenderse a la prensa mexicana sin hablar del PRI-gobierno, debido a que el tipo de dominio que se ejerció sobre la prensa fue a partir del autoritarismo que germinó tomando tintes y características propias en buena medida por las particularidades del organismo político. El PRI es un partido fuerte, paternalista, corrupto, pero que a la vez mantuvo la estabilidad y el crecimiento en el país, siendo capaz de adaptarse la mayoría de las veces al cambio social que se iba gestando.

El presidencialismo que el PRI-gobierno incubó, en palabras de Carpizo (2006), dotó de facultades “metaconstitucionales al poder ejecutivo que descansa sobre la figura del presidente, estas facultades muestran una vocación fenomenológica temprana al vincular lo objetivo (el contexto normativo) con lo subjetivo (la interpretación personal)” (p. 38). De tal manera, el presidente dentro de sus funciones extraconstitucionales tenía la facultad de designar a su sucesor, realizar el nombramiento de gobernadores y del encargado del Distrito Federal (ahora Ciudad de México), otorgar puestos a senadores, nombrar a la mayoría de los diputados y a los principales presidentes municipales, así como un papel central en la toma de decisiones que rara vez se cuestionaban.

Albergada la figura presidencial en el uso del poder que Thompson (2002) define como “la capacidad de actuar para alcanzar los objetivos e intereses que se tienen” (p.225), se consiguió el control sobre el periódico *Excelsior* que a partir del 29 de abril de 1932 se constituyó en la cooperativa Trabajadores de Excelsior, S.C.L., en la que el gobierno no dejó de tener injerencia, marcando así su posterior historia.

1.2. El golpe a *Excélsior* como antecedente de *Proceso*

Respecto al periódico *Excélsior*, desde el poder se había adoptado la decisión política de castigar su tarea. Esto sucedió particularmente a partir de 1968, por el deseo del diario de ejercer el derecho a la información y la crítica. Su director entonces era el periodista Julio Scherer García, un profesionista que se había hecho de fama y prestigio. Como muestra de esto último, en el año 1972 la revista *Editor and Publisher*, el órgano más importante de la industria editorial norteamericana, le dedicó una de sus notas en la que subrayaba su valor periodístico e ideológico, así como el respaldo de sus lectores a su trabajo. Sobre el entonces director decía la publicación:

Un periodista mexicano dedicado al casi inconcebible propósito en México, de comprobar que la política de prensa más adecuada es la honradez y que como resultado de esa política, las revelaciones de *Excélsior* sobre la corrupción a nivel nacional, así como sus acusaciones de incompetencia y caciquismo se han sucedido con la penosa frecuencia, cada vez en aumento, desde que Scherer tomó el timón. Políticamente, el diario ha virado de la extrema derecha a la izquierda centro. Una buena pauta de que este diario es mucho mejor que sus competidores, la da el hecho de que sus lectores, a veces ofendidos, continúan comprándolo” (Proceso, 1976, p. 12).

En 1965, socios considerados como conservadores y deshonestos fueron expulsados de la cooperativa editora de *Excélsior*. El entonces Banco Nacional Hipotecario Urbano y de Obras públicas les otorgó patrocinio a los expulsados para agredir a los periodistas del diario. En 1969 el monopolio de la televisión comercial inició una campaña contra *Excélsior* que culminaría en el primer semestre de 1976. A esa campaña se sumaron casi todos los diarios de la Ciudad de México, principalmente los vinculados al gobierno. Por esas mismas fechas el canal 13, también gubernamental, rompió su convenio publicitario con *Excélsior*, dejándolo completamente aislado. Al mismo tiempo, se generó una rebelión interna encabezada por Humberto Serrano, diputado del PRI (Burkholder, 2016).

“Julio Scherer conocía *Excélsior* desde abajo, pues como una constante en el oficio periodístico, empezó como ayudante [y] luego pasó varios años en la fuente ‘legislativa’” (Burkholder, 2016, p. 131). Durante sus años de formación, Scherer se hizo amigo de otros

reporteros y cooperativistas con los que compartía similitudes ideológicas y edades aproximadas. En 1965 ya era subdirector editorial y periodista, cuando Manuel Becerra Acosta, presidente del Consejo de Administración del diario, le ordenó que renovara la página editorial con los intelectuales más talentosos de su tiempo: Daniel Cosío, Octavio Paz, Heberto Castillo, Vicente Leñero, Gastón García Cantú, Abraham López Lara, Samuel del Villar y muchos otros (Burkholder, 2016, p. 111).

El objetivo del presidente Echeverría era conservar el equilibrio que habían mantenido los medios y el gobierno mexicano entre los años cuarenta y setenta, periodo en que la prensa podía informar de todo, pero hasta el límite que se les marcara. Sin embargo, el momento era crítico por el descrédito ocasionado debido a lo ocurrido en Tlatelolco, a lo cual se sumaba la respuesta violenta del Estado a los movimientos guerrilleros y el crecimiento de los problemas económicos (Burkholder, 2016).

En 1975 el grupo que había llegado al poder con Scherer estaba debilitado por los constantes golpes de los socios excluidos, la iniciativa privada, los ejidatarios de la Candelaria, los panfletos anónimos y el contubernio con el presidente y dentro de *Excélsior* se estaban formando dos grupos, uno comandado por Miguel Ángel Granados Chapa y el otro por Regino Díaz Redondo, quien se había convertido en el presidente del Consejo de Administración (Burkholder, 2016, p. 134).

El 8 de julio de 1976, el grupo de Scherer no tuvo la capacidad para negociar con el resto de la cooperativa para tener el control de la asamblea y se solicitó que él, "(...) Hero Rodríguez Toro, Jorge Villalobos Alcalá, Arnulfo Uzeta Rovelo, Arturo Sánchez Aussenac, Ángel Trinidad Ferreira y Leopoldo Gutiérrez Ortega fueran suspendidos de la cooperativa hasta que se aclarara la situación de los terrenos invadidos (Burkholder, 2016, p. 165)." A Scherer se le acusaba de utilizar los ingresos de la empresa a su provecho y esto fue votado en la asamblea y aceptado por ella.

El *Excélsior* de Scherer en esos años era un referente para muchos periodistas de la época, ya que demostraban independencia del poder, eran críticos de sus acciones y veraces para ganarse la confianza de la sociedad. Por ello, para el periodismo mexicano el 8 de julio de 1976 es una fecha muy importante, pues fue el día en que el gobierno asestó un golpe de

muerte al periódico *Excélsior* y en palabras de reconocidos periodistas del país como Héctor Aguilar Camín, también lo asestó a todo el periodismo.

Excélsior entró en una nueva etapa de su vida luego de la salida de Julio Scherer y se convirtió en una excusa para la fundación de la revista *Proceso*, los diarios *Uno más uno* y *La Jornada*, la revista *Vuelta* y en general del periodismo de finales del siglo XX en México.

1.3. La revista *Proceso*

Como ya se ha explicado, el contexto es una parte fundamental para entender la relación de la prensa con el gobierno. Por tal razón, se reitera el papel del autoritarismo en México ya que es a través de él que el Estado ejerció el dominio sobre la prensa de forma *sui generis*. Hughes (2006) explica que el apoyo al autoritarismo por parte de los reporteros no tenía que ser mediante coerción porque “bajo las condiciones adecuadas, el autoritarismo puede ser tan legítimo para los periodistas como el modelo más democrático de producción de noticias” (p.51).

Por lo anterior, se explica que el lector haya tomado un papel pasivo en este escenario. En general, la prensa escrita está dirigida a las élites y su elaboración es también coordinada por ellas. Siendo así, el ciudadano común no está interesado en el consumo de información por medio de la prensa escrita, pero a pesar de ello, en este contexto va surgiendo una prensa que comienza a preocuparse por investigar, profesionalizarse y visualizar a los medios como un poder importante en la sociedad.

Una de las publicaciones que comienza a preocuparse y hablar de valores periodísticos *Proceso*. La revista fue fundada en 1976 siendo los miembros del Consejo de Administración en su totalidad periodistas. Desde aquí la revista nace no por un plan empresarial sino por una preocupación periodística, lo cual es respaldado por las palabras de Vicente Leñero, uno de sus fundadores, quien dice: “siempre sentimos, pensamos, declaramos, que los dueños de la revista serían quienes trabajaran en ella (Ibarra, 2010, pp. 74-75)”.

Desde su nacimiento, *Proceso* ha mantenido una relación cercana con el poder, tensa y a veces conflictiva, quedando en la memoria histórica como una revista emblemática por la forma en que nace, por el apego a los valores periodísticos, su prestigio, por el número de lectores que tiene, pero también lo es por el contenido de publicidad oficial que se encuentra en sus ejemplares. Es por ello importante conocer de la voz de sus fundadores ¿cómo es la relación que la revista entabla con el gobierno para la consecución de sus fines? Al respecto, Leñero asegura que “la relación era tirante, por momentos sumamente conflictiva... pero... *Proceso* estuvo al margen del poder. Los poderosos, los políticos, siempre estuvieron cerca. El director y sus reporteros se contactaban con ellos, no para conciliarse, sino para obtener, lateralmente información (Ibarra, 2010, p. 110)”.

La revista guarda un gran interés investigativo en cuanto a la relación que sus fundadores y reporteros han mantenido con el poder ya que es un medio que se ha mantenido vigente a través del tiempo a pesar de lo crítico de su línea editorial. Por ello, un tema importante es situar a la revista y señalar sus mecanismos de operación para entender la cobertura noticiosa que presenta en su portada e interiores, pues la crítica que realiza la hace desde una posición de poder y no de resistencia o de subordinación.

En esta producción periodística, los contenidos de la revista *Proceso* son reconocidos como periodismo de investigación de calidad y con reconocimiento profesional en el gremio. Por esa razón, es importante profundizar en los detalles del surgimiento de la revista y desarrollar en este apartado el mejor acercamiento posible para caracterizarla y poder así entender su operación.

En la última semana del mes de diciembre 2018, *Proceso* contaba con 2200 ejemplares publicados en impreso. La revista es de producción semanal y está presente también en un portal electrónico propiedad del mismo medio, siendo su producción editorial más nutrida, pues realizan ejemplares de aniversario, ediciones de fotoperiodismo, libros y emisiones especiales. Sin embargo, *Proceso* es conocida por su revista impresa principalmente.

La revista, como ya se mencionó, nace tras la expulsión de un grupo de prestigiosos periodistas de la Cooperativa Excélsior S.C.L. El 6 de noviembre de 1976, Miguel Ángel

Granados Chapa, Vicente Leñero, Armando Ponce y un equipo de grandes periodistas encabezados por Julio Scherer en la dirección general, decidieron fundar una revista que brindara información y crítica con un gran compromiso con la sociedad, cuidando, como periodistas, la forma en que se explicitan las luchas de poder que se mantienen con el gobierno. En palabras de Scherer y Monsiváis (2003):

Este semanario nace de la contradicción entre el afán de someter a los escritores públicos y la decisión de estos de ejercer su libertad, su dignidad (...) *Proceso* es un acto de confianza en la capacidad de nuestra sociedad de madurar como nación. Agobiados por signos en contrario, lo peor que puede ocurrir a los mexicanos es desesperar de las posibilidades democráticas de proclamar su nombre y el de sus autores. *Proceso* ejercerá su actividad crítica, sin sumarse a tal desahogo... (pp. 213-214).

Legalmente se conforman como:

Comunicación e Información S.A de C.V, empresa editora de *Proceso*, [que] funciona como una estructura administrativa y de operación periodística. La primera abarca instancias como finanzas, recursos humanos, comercialización, ventas, mercadotecnia y publicidad. En el ámbito periodístico se incluyen las siguientes áreas: subdirección editorial, redacción, coordinación editorial, corrección, documentación, Apro, *Proceso* foto y sistemas. Ambas se encuentran regidas por la Dirección General (Enríquez, 2014, p. 15).

La intención de sus fundadores se plasmó en el texto editorial de apertura expresando que:

La tarea real de *Proceso* trasciende a los periodistas que lo hacen, en la medida en que asuman su compromiso con su tiempo y con su país [...] es importante contribuir a que la nación se conozca a sí misma para que a partir de su propia conciencia pueda delinear su porvenir justo y libre (Proceso, 1976, p. 2).

Fue importante recurrir a entrevistas personales como fuente secundaria para poder aportar mayores detalles al contexto de este apartado ya que, corporativa y mercantilmente, la revista *Proceso* se constituye en una Sociedad Anónima. Esta característica nos deja ver que la revista fue motivada por valores periodísticos y no mercantiles, pues al respecto de la fundación Leñero explica que: “cualquier miembro del consejo de administración que se saliera de la revista, endosaría sus acciones para que las tomara (siempre en representación

de todos los trabajadores) quien entrara a ser nuevo miembro del consejo” (Ibarra, 2010, pp. 74-75).

De la tesis de Ibarra (2010) se desprende de manera secundaria el pensar y sentir de los protagonistas de la revista *Proceso*, sus fundadores y periodistas. Leñero explica por qué los periodistas de este medio son diferentes al momento de acercarse a los sujetos de poder:

Un periodista alejado de los protagonistas del poder no puede ser un buen periodista. Hay que estar cerca, no para doblegarse a él sino para dialogar, discutir, ‘tensionar’² con él. No era lo común en el gremio. Buena parte del periodismo de entonces prefería halagar al poder, aprovecharse de él, doblegarse, etc. El éxito de *Proceso* se debe a que hizo lo contrario (Ibarra, 2010, p. 110).

Lo que buscan los periodistas de *Proceso* es dialogar con el poder a través de sus notas, por ello uno de sus empleados con más años de antigüedad, Salvador Corro, no duda en confirmar que la relación del medio “(...) ha sido tirante, lejana y hasta violenta, mientras que la relación del resto de la prensa con el gobierno siempre fue tersa, de complicidad y servilismo. *Proceso* mantiene una posición crítica” (p.89).

Como ejemplo de lo anterior, se puede mencionar que en diciembre de 1976 “el gobierno entrante trató de congraciarse con *Proceso* y la incorporó a las pautas de la publicidad oficial, pero la revista mantuvo inalterada su línea editorial” (Ibarra, 2010, p. 8). La publicidad oficial desde entonces tomó tintes clientelares en las que buscaba que *Proceso* entrara, pues al depender financieramente del gobierno no tendría de otra que hablar bien de sus funcionarios para seguir recibiendo ese subsidio.

En 1982, Galindo Ochoa, encargado de la comunicación social del presidente José López Portillo, realizó un complot publicitario contra la revista:

El 7 de junio de 1982, el día de la Libertad de Prensa, José López Portillo acuñó una de las frases más famosas de un presidente sobre la incomodidad que le causaba la prensa. En

² Entrecorrido en la fuente original.

alusión al conflicto con *Proceso*, dejó en claro y para la historia sus palabras: ‘no pago para que me peguen’³ (Rodríguez Munguía, 2007, p. 127).

Una de las características más reconocidas a *Proceso* es la de anteponer el ejercicio de la profesión como criterio en la elaboración de cada publicación semanal por sobre cualquier actividad mercantil, personal, administrativa y/o política. El grupo de editores y periodistas que comenzó a visibilizarse más en la década de los 70, según Lawson (2002), “tenían en común la capacitación constante, el acercamiento a esquemas extranjeros de producción de noticias, un sólido sentido de la ética y un irremediable desencanto del régimen político” (p.203).

La revista *Proceso* es considerada de izquierda por las coberturas que realiza, el tipo de notas, opiniones e información y la línea crítica con la que analiza al gobierno en el poder. En su elaboración participan con su pluma académicos de renombre, intelectuales exiliados y connacionales, exlíderes y líderes de movimientos estudiantiles, organizaciones civiles, ciudadanos, políticos de oposición y funcionarios en el poder.

La revista *Proceso* ha sido partidaria desde su nacimiento de las tesis de izquierda: es crítica aguda de la economía de mercado, del discurso oficial, (...). Aceptada con entusiasmo por determinados sectores proclives al estatismo y a la teología de la liberación – que entre otras cuestiones plantea la concordancia de marxismo y cristianismo- *Proceso* es censurada, en cambio, por quienes la contemplan como prototipo del periodismo flagelo (...) (Reed & Ruiz, 1998, p. 358).

Según Ricalde (2006) “la razón por la cual fue catalogada como de izquierda es porque más que abanderar dicha postura política, solo significaba no estar alineada con el gobierno”. Al respecto de esta consideración ideológica, existe literatura que nos explica que la prensa profesa siempre una corriente porque “históricamente las organizaciones mediáticas se han alineado al discurso de algún partido o facción dentro de éste” (González Macías, 2011).

El último tiraje oficial de la revista *Proceso* según el Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet de revistas, publicado por la Coordinación Nacional de Comunicación Social del

³ Entrecorrido en la fuente original.

Instituto Nacional Electoral (INE) en 2018, fue de 82 mil 523 a la semana, mientras que en el año 2017 fue de 91 mil 210, manteniendo un perfil de lector de ABC+C, esto es, según la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI), un lector con nivel socioeconómico alto, medio alto y medio, que va de ingresos de 30 mil a 100 mil pesos mensuales.

A pesar de que en los últimos años la prensa escrita ha vivido una fuerte crisis económica (Ramírez de la Piscina, et. al., (2014), el tiraje de *Proceso* se ha mantenido relativamente estable, pues según Martínez (2014), el número 1 de la revista, tuvo un tiraje de 100 mil ejemplares.

La revista *Proceso* es un caso interesante porque ha mantenido su tiraje, su visibilidad en puestos de periódicos es relevante, el prestigio por su contenido es reconocido y adicionalmente a ello en su interior podemos encontrar publicidad oficial de varios tipos, clasificable a simple vista entre federal y regional. Lo usual es que el gobierno trate de tener control sobre la prensa a través del subsidio que les significa la publicidad oficial, ya sea esta por medio de contratos oficiales o por acuerdos discrecionales no reportados con la intención de interferir en la línea editorial de los medios y en especial de la prensa. Por ello es necesario explorar en torno a ¿qué es la publicidad oficial?, ¿para qué sirve? y ¿qué abordajes se han realizado con relación a la revista *Proceso*?, para poder comprender qué tipo de relación se ha tejido con el gobierno y si esta ha influido o no en su línea editorial crítica.

CAPÍTULO 2

La publicidad oficial y la revista *Proceso* en la literatura académica

En este apartado se exploran diversos puntos de vista que se han abordado sobre la publicidad oficial tanto en México como a nivel internacional, la relación que guarda con la crítica periodística y las investigaciones académicas que sobre *Proceso* se han realizado. La revisión de la literatura existente permite obtener un paisaje general sobre las preocupaciones que en el tema se tienen tanto en lo relativo a la asignación de recursos para publicidad oficial como sus implicaciones, la fragilidad en la que se encuentra el papel del periodista, los actores que están empujando cambios en el ecosistema mediático en este tema, la falta de una definición de comunicación social que repercute en la inoperatividad, el papel de la política de comunicación gubernamental y el contenido mismo de la publicidad oficial.

Como novedad, se introducen las perspectivas académicas desde las que ha sido estudiada la revista *Proceso*, lo que permite identificar algunas rutas de investigación. Como no se encontró un trabajo que agrupara tanto a la publicidad oficial como a *Proceso*, lo más cercano que se tiene es la indagación realizada por una académica del Centro de Investigación y Docencia Económica (CIDE) en la que analiza el clientelismo, la publicidad oficial y su relación con la prensa.

La investigación de Salazar (2018) se vuelve el eje que se articulará con los hallazgos que se obtienen del análisis de la publicidad oficial, las notas de portada de la revista *Proceso* y los valores periodísticos que se buscan. Para la construcción de este apartado se tomó como elemento central la propuesta que hacen Orozco y González (2011) y Londoño et al (2014) Así, esta investigación sigue una relación teórica, enfocando el objeto de estudio de la realidad a las ideas, siendo empirista. Persigue un orden y progreso, por lo que será positivista, ya que se pretende demostrar que el caso de la revista *Proceso* es particular, pues ha podido mantener su línea editorial crítica a pesar de contener publicidad oficial.

A continuación, se detallan los diferentes enfoques existentes en la literatura con respecto a la relación entre crítica periodística y publicidad oficial. Los buscadores utilizados para esta investigación fueron Academic Search Complete, Ebsco, Redalyc y SciELO. Además, se

realizaron indagaciones en Communication & Mass Media Complete, Google Academic, TesisUNAM y TesisUAM. El rango o margen de años de búsqueda fue de 10 años. Los conceptos que se evidencian como esenciales son: publicidad gubernamental, publicidad oficial, revista *Proceso*, comunicación gubernamental, transparencia, prácticas periodísticas, autonomía periodística y función crítica de la prensa.

Como primer apartado se hablará de la relación entre la política comunicacional de los gobiernos y la crítica periodística que ha tomado varias formas en el mundo. Por ejemplo, hay países donde dicha relación se basa en la transparencia, mientras que en otros como México, está sustentada en la opacidad de la atribución de recursos gubernamentales a los medios.

2.1. Entre transparencia y opacidad en la política comunicacional

La mayoría de los países latinoamericanos presentan deficiencias en sus políticas comunicacionales, pero hay algunas excepciones como lo son Perú o Uruguay en donde se realizan esfuerzos importantes por regular la asignación de recursos en el rubro de publicidad oficial. Hay casos específicos de países en que la política comunicacional del gobierno está basada en la transparencia como son Canadá, España, Reino Unido o los ejemplos latinoamericanos ya citados.

Uno de los Estados que cuenta con una política comunicacional de gobierno digna de ser imitada es Canadá. En su reglamentación, por ejemplo, se establece que:

La comunicación estatal debe procurar ‘satisfacer las necesidades informativas de la población’⁴ e informar al público respetando ‘la libertad, el pluralismo, la seguridad, la sinceridad y el respeto’ (...). Establece que el deber de informar incluye el deber de hacerlo de manera efectiva, lo que implica que la información debe presentarse en forma clara y fácil de entender, y debe ser información objetiva, relevante y útil. La reglamentación también

⁴ Se entrecomillan las citas textuales del autor provenientes del documento original.

dispone que las comunicaciones y campañas publicitarias deben planificarse en el marco del plan anual de actividades de cada entidad (Lanza, 2017, p. 10).

Perú, por su parte, cuenta con una ley que regula la publicidad oficial desde agosto 2006:

La norma tiene por objetivo, entre otros, establecer criterios generales para el uso de los recursos presupuestarios en materia de publicidad oficial. La ley exige que las campañas se planifiquen y que se justifiquen técnicamente los medios de comunicación seleccionados para emitir las campañas (Lanza, 2017, p. 11).

España y Reino Unido tienen también sus marcos regulatorios que establecen “parámetros básicos que en muchas ocasiones tienden a impedir que la comunicación institucional del Estado sea utilizada con fines electorales o como un mecanismo de presión sobre medios de comunicación y periodistas” (Lanza, 2017, p. 12).

En cuanto al caso mexicano, se realiza actualmente un trabajo muy importante por parte del colectivo #MediosLibres, quienes han propuesto imitar a los órganos de vigilancia del modelo uruguayo, asumiendo que, como en casi todos los países latinoamericanos, nuestra política comunicacional es opaca (EFE, 2018).

En casi todos los países se ha entendido que los medios son un espacio estratégico para la consolidación democrática y el ejercicio más pleno de la libertad de expresión y el derecho a la información. Sin embargo, en el continente americano la regla parece ser la asignación de recursos a dedo, creándose una gran tensión entre medios privados y gobierno porque los medios requieren oxígeno financiero a través de la compra de publicidad oficial y los gobiernos necesitan plataformas de largo alcance para difundir propuestas, proyectos y obras (Cañizález, 2008).

Una de las razones por las cuales se explica la opacidad en América Latina es porque la liberalización de los mercados mediáticos nunca terminó por encajar con el modelo teórico libertario planteado en el mundo anglosajón, dando como resultado una enorme dependencia tanto de las pautas publicitarias gubernamentales como del financiamiento público, convirtiéndose en presas fáciles del clientelismo gubernamental (Guerrero & Ramírez, 2015).

Como consecuencia, Suárez (2007) explica que el caudal publicitario tiene influencias en instancias no siempre tan obvias, como la presión que los anunciantes ejercen en la información, tanto de manera directa como indirecta. Como ejemplos específicos del mal manejo en América Latina de la publicidad gubernamental tenemos los casos de Venezuela, Argentina, Ecuador y Bolivia.

En Venezuela, un periódico del estado Bolívar, *El Correo del Caroní*, no recibe publicidad oficial pese a que tiene un importante nivel de lectoría en la región. Inclusive, es imposible conocer en ese país el monto que las diferentes dependencias del Estado destinan a la publicidad pese a que se trata de un bien público.

Con la llegada del presidente Hugo Chávez, “la publicidad oficial se comenzó a utilizar para presionar a los medios (Chirinos, 2014), culminando en la gestión de Nicolás Maduro con “la suspensión de actividades de 49 medios de comunicación como resultado de decisiones ilegales y arbitrarias por parte de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones” (Colombié, 2017).

En Argentina, la Corte Suprema del país austral condenó a la provincia de Neuquén por el retiro de la publicidad oficial en el Diario de Rio Negro, en lo que fue un claro caso de retaliación, por razones editoriales, el gobierno de Neuquén en 2002 dejó de colocar avisos oficiales (...) luego de que éste ofreciera la cobertura de una denuncia de corrupción que involucraba a funcionarios públicos provinciales y al propio gobernador, Jorge Sobisch (Cañizález, 2008, p. 2).

En Ecuador, “Rafael Correa demandó a varios medios de comunicación y llegó a prohibir que se otorgara publicidad estatal a los medios privados” (Semana.com, 2012). Por su parte, Evo Morales en Bolivia escribió en su cuenta de Twitter: “medios que no reciben publicidad del Estado son los que mienten, insultan, difaman y desprestigian autoridades” (Ahmed, 2017).

Además de la política que tenga cada gobierno con respecto a su asignación de publicidad, la literatura académica se ha concentrado también en la relación que existe entre dicha publicidad y la crítica periodística. Al hablar de la línea editorial que sigue un medio, resulta

congruente cuando menos cuestionarnos si hay que alejar al Estado para mantener esa crítica periodística.

Esta debe ser reconocida en su aptitud para agrupar los valores de ética y responsabilidad en un trabajo ajeno al cúmulo de intereses individuales, organizacionales y extraorganizacionales que le acechan, anteponiendo el cometido de su servicio a la comunidad y su desarrollo por medio de la verdad” (Camarillo, 2018, p. 6).

Waisbord (2013) explica que “sin conceptos claros es difícil contestar preguntas básicas” como si “¿es democrático que un gobierno asigne publicidad oficial a la prensa?”, o si “¿es democrático utilizar recursos públicos para diversificar el panorama de medios?”.

En una democracia liberal se espera que la prensa pudiera llevar a cabo tres funciones esenciales según Guerrero (2006, p.6): “a) informar a la ciudadanía [...], b) servir como arena abierta de debates [...], c) ser vigilantes -watchdogs- [...] contra los abusos del poder” de tal suerte que la crítica periodística según periodistas y académicos ha sido la respuesta para poder mantener el oficio en consecuencia de las funciones sociales que se espera de ellos. Sin embargo, sigue siendo cuestionada la libertad en la profesión por los intereses empresariales que se tienen en los medios y la relación de los dueños con las élites políticas, religiosas y sociales como asociaciones civiles, sindicatos, cámaras, etc.

Desde esta perspectiva de transparencia u opacidad que podemos orientar más a una mirada jurídica, únicamente se visibiliza lo que está dentro de la esfera legal, propone nuevas leyes, y sustenta el deber ser, pero no da respuesta para explicar las prácticas que se dan en la realidad como ‘el embute’ o ‘el chayote’, por poner dos ejemplos. Es por ello que no se eligió esta mirada para explicar el caso de la revista *Proceso* porque su línea crítica trasciende al marco legal y los intereses empresariales que se tienen en los medios, como se analizará a continuación.

2.2. La fragilidad de las prácticas periodísticas frente al régimen y los dueños

Desde una perspectiva de los estudios del periodismo, en México existe una cultura que provoca un sofisticado secuestro de la crítica periodística y por consiguiente un casi uniforme contenido informativo que son las declaraciones de los políticos en turno. En palabras de Guerrero y Ramírez (2014, p.150), “los arreglos entre políticos y los dueños de los diarios, suelen ir más allá de la adquisición de espacios publicitarios, afectando también la orientación informativa y la gestación de intercambios bajo la mesa”.

En sentido estricto, existe una fragilidad de las prácticas periodísticas frente al régimen y sus dueños que es abordada desde la perspectiva de los estudios del periodismo. Es desde este punto de vista que Alsina (2005) descubre tres tipos de relaciones de acuerdo al modo en que el reportero realiza la cobertura de información política local. La que es de interés en esta investigación es con respecto al *newsmaking*, ya que el gobierno es la fuente que prácticamente hace la nota (información convocada) y el papel del *gatekeeper* cobra importancia pues hay prácticas en constante negociación como esta relación con el selector, en la que las metas de la fuente original pueden anteponerse y es cuando la predominación explícita de este tipo de fuente viene a determinar el carácter político de la información.

Cabe destacar que los periodistas en México se rigen por su cultura periodística que podemos definir como “la ideología, los valores, normas y prácticas en constante negociación” (Papí, 2008), “que nos permite describir los vínculos y acciones de los y las periodistas implicados en el proceso de producción” (Rovetto & Figueroa, 2015, p. 449). Mientras, entendemos que las prácticas periodísticas o prácticas de reporte son las “tensiones entre el deber ser y el ser” (Márquez, 2012, p. 100).

En este tema de cultura periodística es importante definir qué se entiende por tratamiento informativo para diferenciarlo del contenido informativo, porque “el tratamiento informativo, es la cualificación que los medios hacen en sus informaciones (positiva-negativa)” (Paz, Romero, Díaz, Vera, & Vargas, 2010, p. 5). Es con respecto a esta cualificación que resulta muchas veces en crítica, que Tuchman (1999) sugiere que los periodistas realicen rituales estratégicos que les permitan anticiparse a un ataque o desviar

las críticas, ya que la cercanía entre política y medios termina por afectar la construcción de la nota y para evitar eso lo ideal es crear rutinas o rituales.

Es paradójico, explica Márquez (2012), que los periodistas mexicanos discursivamente manifiesten apego a valores como la autonomía, la objetividad o el papel del perro guardián (*watchdog*), pero en la práctica se hayan adaptado a usos culturalmente heredados y a reglas no escritas del autoritarismo en el que se privilegian fuentes oficiales tendiendo a la superficialidad y a la reproducción de las voces del oficialismo, dando como resultado el llamado “periodismo declarativo” (Márquez, 2012, p. 2). Ante ello nos ofrece la mejor definición que hasta ahora se ha dado sobre la cultura de hacer periodismo. Nos dice que es:

La interacción de elementos individuales (creencias, hábitos y métodos), organizacionales (demandas de las salas de redacción, prácticas y rutinas institucionalizadas) y ocupacionales (sistema de valores y principios normativos universales) con las condiciones que genera el sistema mediático comercial en México (Márquez, 2012, p. 99).

Es importante adicionar en el tema de los estudios sobre periodismo, como lo indican Hughes y Márquez (2016), la precariedad laboral que sufren más de la tercera parte de los 377 periodistas que participaron en una investigación que realizaron, de la que se desprende que el periodismo no garantiza un ingreso digno, por lo que tienen que hacerse de otras fuentes de ingreso complementarias. Hay una gran brecha salarial entre los periodistas. Uno de cada tres encuestados gana entre cinco y diez mil pesos, aunque “son predominantemente profesionalizados mediante la educación formal universitaria” (p.114).

En la práctica, ante esta precarización en la profesión, es difícil priorizar o anteponer las funciones e ideales del periodismo sabiendo que la nota elaborada no la van a poder vender o bien que los editores rechazarán la información para ser difundida en su diario o revista, dando como resultado que la mayoría de las noticias que se encuentran en los diarios provengan de una misma fuente como ya se indicó anteriormente. Esta, casi siempre, son los políticos que pertenecen a la élite en el poder, de tal suerte que al contrastar las portadas de un periódico nacional con otro es fácil ver las similitudes que tienen en cuanto a información dentro de ellos, sobresaliendo la agenda que el gobierno ya sea federal o local está tratando

de imponer. Una explicación complementaria la expone González (2011), quien indica que “una forma de presión más directa era – todavía lo es- de uso común: el chayote. Conocido en el gremio periodístico como pagos en efectivo a cambio de una cobertura favorable” (p.26).

Es por esto que estudiosos del tema explican que la autonomía y el control del periodista sobre su trabajo no pueden ser alcanzados en tanto que el periodismo esté ligado a la empresa periodística. La autonomía periodística podrá ser lograda con el paso del tiempo siempre y cuando esté ligada a la generación de una escuela de periodismo y a una cultura profesional propia (Lemini, 2019). Como dueños de los medios, los empresarios dan prioridad a aquello que les va a traer una retribución económica sobre aquello que les ocasionará el tener que dar explicaciones o hasta posibles demandas porque, en su mayoría, los medios no subsisten económicamente gracias a los lectores. “Los periódicos tienen pocos lectores, dependen en gran medida de pagos oficiales a cambio de una cobertura favorable y, con pocas excepciones, están escritos más para el consumo de las oficinas de prensa del gobierno que para el público” (D. Hallin, 2000, p. 275).

El que un medio no dependa de la suscripción o compra por parte del lector origina que no haya una demanda de buena información, verificación de la nota, variedad de fuentes y/o periodismo de investigación, etc. Esto forma parte de esta perspectiva desde los estudios del periodismo, que no necesariamente nos permite explicar cómo se articula el papel de los periodistas con el Estado o con el poder. Por ejemplo, los estudios de periodismo analizan el periodismo precavido, la precarización, etc.; pero no indaga sobre la intersección entre la prensa y el poder. Es por ello que se recurre al análisis de un actor que empieza a surgir en la escena del periodismo en México: la sociedad civil.

2.3. Promotores de cambios desde los derechos humanos y la sociedad civil

Diversas organizaciones como la Unesco (2017) y la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (Lanza, 2017) han alertado sobre el uso de la publicidad oficial para castigar o premiar las líneas editoriales de la prensa.

En México no existe un colegio de periodistas entendido como una organización gremial que conglomere a periodistas de todo el país y que, por analogía como sucede en otras profesiones, sean los primeros en alzar la voz en búsqueda de un equilibrio en el desarrollo de las funciones de sus profesionistas por medio de reglas y códigos a través de los cuales se exija un mayor reconocimiento y respeto; empujando así a las empresas periodísticas a mantener una autonomía que permita un auténtico respeto a la libertad de expresión consagrada en la Constitución Política Nacional.

En Guerrero y Márquez (2014) se explica que la enorme dependencia de los medios a la publicidad gubernamental y al financiamiento público ocasiona que la prensa se encuentre capturada, pues está “supeditada a los intereses políticos, económicos o gubernamentales” (p.4). Como señala Avilés (2000) “los medios de nuestro país no están interesados en dialogar con la sociedad, sólo se dirigen al poder político” (¶6) y es por tal motivo que movidos por organizaciones civiles internacionales como Artículo 19 se fueron creando agrupaciones periodísticas y también resurgieron y se visibilizaron más organizaciones como el Centro Nacional de Comunicación Social AC (CENCOS), por poner un ejemplo.

Actualmente son organizaciones como Fundar las que han protagonizado mediáticamente una lucha como resultado de un largo trabajo de años alzando la voz y realizando estudios para que el derecho a la libertad de expresión en México sea una realidad. Como tema central se han enfocado en la publicidad gubernamental o publicidad oficial como una de las principales limitantes al ejercicio de este derecho en el país.

Desde el año 2013, según Fundar (2017), el gasto excesivo en publicidad oficial se ha dado de forma paralela a los anuncios de recortes al gasto público en sectores como salud, desarrollo social y medio ambiente. De 2013 a 2016 el gobierno federal ha gastado 71.86% más del monto que fue aprobado por la Cámara de Diputados para este rubro, es decir, 15 mil 162 millones de pesos adicionales (Fundar, 2017).

Si el total del gasto en publicidad oficial se contrasta con lo ejercido en los primeros años de gobierno de Enrique Peña y Felipe Calderón, el primero ejerció mil 858 millones más que el segundo en 2007 (35%), y 3 mil 624 millones más que Vicente Fox en 2001 –de hecho, habría duplicado lo ejercido por este último (104%)” (FUNDAR & Artículo19, 2015, p. 6).

Haciendo una comparación con los datos que proporcionan Fundar y Artículo 19 (2015), tenemos que en el sexenio de Vicente Fox la variación del sobre ejercicio fue de 27% entre 2001 y 2006 y en el de Felipe Calderón la variación alcanzó 65%, por lo que hasta el año 2017, el gobierno del presidente Peña Nieto es quien más ha gastado en este rubro.

El gasto en publicidad gubernamental del gobierno de Peña Nieto, de 2013 a septiembre de 2017, “equivale a cuatro veces el presupuesto en 2016 destinado a las Becas de posgrado y apoyos a la calidad del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (9 mil 433 mdp) las cuales beneficiaron a 57,803 personas” (FUNDAR, 2017, p. 7)

“En 2016, de 1163 proveedores en publicidad oficial, solo 10 proveedores concentran el 49% del gasto” (FUNDAR, 2017, p. 12), lo cual respalda el argumento de la “debilidad institucional, el clientelismo y la discrecionalidad en la aplicación de los marcos legales” (Guerrero & Ramírez, 2015) pues está concentrado en unas pocas manos.

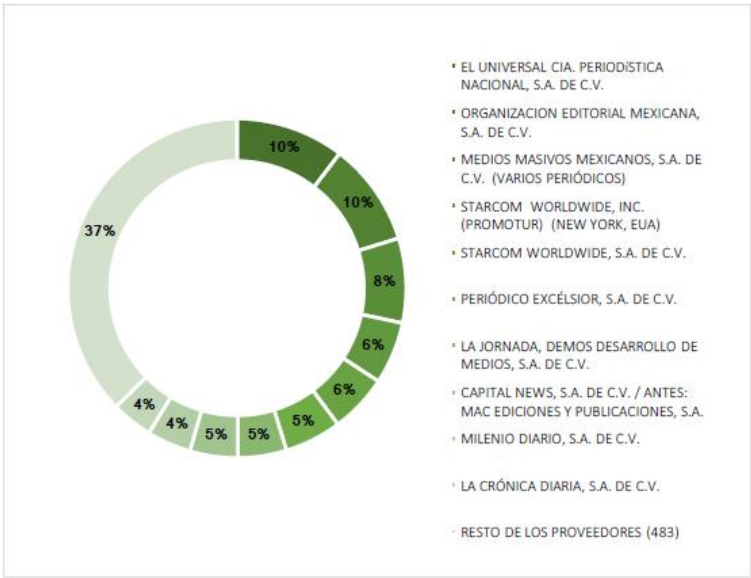


Ilustración 2- Distribución del gasto federal en publicidad oficial entre los proveedores de medios impresos en 2016 (Fundar 2017).

En 2016, hubo 493 proveedores que recibieron 1 mil 839 mdp, de entre los cuales El Universal encabeza la lista con el 10.38% (191 mdp) del total erogado en ese medio. Los

otros nueve que concentran el mayor gasto en medios impresos, reúnen el 52.31% (962 mdp). El resto, 483 proveedores, suman el 37.31% (686 mdp) (FUNDAR, 2017, p.26).

Hoy en día hay una importante presencia y presión de grupos como Artículo 19 capítulo México en alianza con Fundar, quienes están alertando que existen medios que dependen de un 75 a un 90% de la publicidad oficial y es por ello que han denunciado la falta de transparencia en la asignación de este rubro. Ante esta preocupación, han realizado propuestas como la presentada el 22 de noviembre de 2016 donde se unieron con el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI) para realizar la presentación de la herramienta de Transparencia en Publicidad Oficial y el lanzamiento de una convocatoria pública a los sujetos obligados de distintos ámbitos de gobierno para sumarse a la iniciativa de utilizar la herramienta digital que crearon para registrar y transparentar la información pública relativa a los gastos en comunicación social y publicidad oficial.

#Publicidadabierta fue el nombre que llevó la campaña, la cual fue difundida desde la sociedad civil por Fundar, Centro de Análisis e Investigación, junto con diversas organizaciones como Redes Quinto Poder, de Nuevo León; Ciudadanos por la Transparencia, de Quintana Roo; Plan Estratégico de Juárez, de Chihuahua; Iniciativa Sinaloa, de Sinaloa; Sonora Ciudadana, de Sonora; el Centro Mexicano de Derecho Ambiental (CEMDA); México Infórmate y la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI); con el propósito de invitar a todas las entidades federativas y demás sujetos obligados a sumarse en este ejercicio de transparencia en materia de publicidad oficial. En este caso Fundar lleva el estudio sobre quiénes se han sumado. Chihuahua y algunos municipios están participando activamente, pero dependen de la voluntad política más que de la imposición de una sanción.

Según el Estudio Anual de Inversión en Medios de 2017 de Merca 2.0, el presupuesto estimado en mercadotecnia para el año 2018 era de 171 mil 150 millones de pesos, del cual un 47% sería destinado a medios de comunicación, 7.3% (5 mil 657 millones) en revistas y 5.2% (4 mil 045 millones) en digital. Se está a la espera de datos duros que nos indiquen cómo fue la asignación final en 2018, los cuales al cierre de esta investigación aún no estaban claros. Por lo pronto, en el Presupuesto de Egresos de la Federación 2019 se proyectan 4mil

258 millones de pesos a comunicación social de los cuales se incrementa en un 854.83% el presupuesto a la Secretaría de Gobernación, quien será la encargada de administrar la política de comunicación social, es decir, de centralizar las facultades y recursos de comunicación social de conformidad con la Ley General de Comunicación Social.

En esta perspectiva desde los aportes desde los derechos humanos y la sociedad civil no se estudia a los periodistas y al régimen. Es por ello que no se siguió esta línea de análisis, pues para estos organismos se busca indagar en las vías para a través de los periodistas llegar al gobierno o viceversa. En la actualidad, se pueden citar algunos ejemplos aislados para generar cambios como lo fue el amparo en revisión 1359/2015 de publicidad oficial y omisiones legislativas que han significado un gran avance en la presión que se puede hacer desde la sociedad para cubrir lagunas, pero que desgraciadamente no han resultado en mayor transparencia. Lo verdaderamente significativo desde esta óptica es que el Congreso de la Unión fue obligado a cumplir su función y se creó la Ley General de Comunicación Social, la cual prevé la política a seguir en esta área por parte del gobierno federal. Esta perspectiva es la que se estudiará a continuación.

2.4. Comunicación social y su falta de definición en México

Desde una perspectiva de los estudios de comunicación gubernamental, indistintamente son utilizados en la prensa mexicana los términos comunicación social, comunicación gubernamental, comunicación política, propaganda gubernamental, publicidad oficial, publicidad gubernamental y pauta publicitaria. Es por esa razón que en este apartado se abordarán las características que los diferencian o que los homologan, teniendo todos ellos relación con la Comunicación de la Administración Pública, que de acuerdo con Canel (2019) está conformada por funcionarios, líderes públicos, ciudadanos, organizaciones públicas y privadas que convergen en la provisión de servicios públicos.

Las divergencias principales que plantea Canel (2019) en la definición de comunicación política y comunicación gubernamental, van de acuerdo con los actores o sujetos de la comunicación. En la comunicación política los sujetos son los partidos y los candidatos,

mientras que en la comunicación gubernamental lo es el poder ejecutivo. La característica principal es que en la comunicación política “el fin político es parte y solo parte de la finalidad de la administración pública y por tanto de la comunicación de la administración pública”; mientras que la comunicación gubernamental “tiene menos en cuenta la comunicación del funcionario y del servicio público” (p.28).

La comunicación política es la actividad de determinadas personas e instituciones (políticos, comunicadores, periodistas y ciudadanos), en la que, como resultado de la interacción, se produce un intercambio de mensajes con los que se articula la toma de decisiones políticas, así como la aplicación de éstas en la comunidad (Canel, 2019, p. 33).

Es a través de la comunicación política que se debate sobre los temas de la vida pública y se escucha a una pluralidad de voces. Para Brambila (2014), la comunicación política “es el producto del intercambio entre tres actores del espacio público, a saber: el sistema político, el de medios y los ciudadanos electores”. Para el tema que nos ocupa nos centraremos solo en lo que se entiende por sistema de medios que es: “el conjunto de las instituciones mediáticas que desarrollan actividades de producción y distribución del conocimiento” (p.141) entre los que se encuentra la prensa.

En Denton y Woodward (1998, p.75) se explica que la comunicación política “es la pugna de los políticos y de los comunicadores por ganar la batalla de la agenda en los medios. Se exige que las instituciones públicas den cuenta a sus públicos de lo que hacen” y es aquí donde guarda una gran importancia la función de *watchdog* de los medios, en especial de la prensa. De tal suerte que lo anteriormente expresado sobre un elevado escrutinio público se produce, además, en una también elevada mediatización: lo que Silverstone (2007) ha denominado la *mediápolis*. Por estas razones, “el estudio de la comunicación en el sector público se puede beneficiar de la variedad de perspectivas teóricas, así como de un rango rico de estrategias de investigación” (Graber, 2002).

Por su parte, Swanson (2000) señala que la investigación en comunicación política se centra en “el papel que tiene la comunicación en los procesos políticos y en las instituciones, particularmente en las campañas electorales y en el gobierno”. En México, “varias revisiones del campo identifican como áreas de investigación las siguientes: análisis retórico del

discurso político, estudios de propaganda, estudios electorales, efectos de los medios y la interacción entre gobierno, prensa y opinión pública” (Canel & Sanders, 2010, p. 14). Así mismo, estas investigaciones lo que buscan al final es generar consenso según Riorda (2008).

El consenso es la búsqueda de acuerdos políticamente operantes centrados en la idea de que, si bien puede haber grupos en los márgenes del consenso (...) las políticas de un gobierno deben ser aceptadas socialmente por la mayor cantidad de personas (p.25).

Castillo (2014) y otros expertos en comunicación política en México se hacen eco de una preocupación específica sobre la falta de un modelo y reglas claras para evitar que la comunicación política se termine convirtiendo en comunicación electoral. Por ello es importante puntualizar que “la comunicación de la administración pública ha de tener en cuenta el contexto político en el que opera” (Canel, 2019, p. 13) para llevar a cabo el debido acercamiento con los miembros de la organización política y legitimar su actuación.

El concepto de Comunicación Gubernamental en los textos académicos es de lo más variado. Se encuentran aproximaciones simplistas como aquellas donde la comunicación de gobierno se refiere a la comunicación de los altos cargos y sus instituciones, así como definiciones amplias y profundas como la de Canel (2018):

La comunicación gubernamental es la comunicación orientada que busca influir en públicos clave con fines tanto políticos como cívicos, llevada a cabo por los políticos y cargos públicos del poder ejecutivo, generalmente de forma gerencial -gestionada y planificada-, para establecer y mantener relaciones beneficiosas, construir reputación, interactuar con los ciudadanos y obtener su apoyo, utilizando las herramientas y estrategias de las relaciones públicas y de la comunicación corporativa (p. 36).

En la comunicación gubernamental debe existir una estrategia que no sea unilateral, debe de ser, según Escobedo (2002), “un espacio articulado por intercambios comunicativos, cuyas fronteras y alcances no son fácilmente delimitables” (p.26). La participación de la opinión pública es de gran importancia para alcanzar “eficacia por su impacto, en el momento en que el gobierno los incorpora en sus agendas” (p.26). En palabras de Azula (2010), el gobierno debe “propiciar y crear canales permanentes y fluidos de comunicación colectiva en aras de

incentivar una mayor participación directa y activa de la gestión pública, y de actuar los principios de evaluación de resultados y rendición de cuentas” (p. 6).

Según Riorda (2008), los abordajes de la comunicación gubernamental pueden ir desde el análisis de contenido hasta el análisis del discurso, desde la psicología de la persuasión hasta las teorías de la argumentación, pero la persuasión es elemental para instalar argumentos que den cuenta del mito de un gobierno, siempre sustentada en políticas de acceso a la información.

La comunicación del sector público está orientada a las organizaciones que convergen en la provisión del servicio público según Canel (2018), siendo la principal diferencia que la comunicación de la administración pública se restringe a las organizaciones estatales y se excluye al sector privado.

Actualmente se continúan utilizando los conceptos de publicidad oficial, propaganda gubernamental y comunicación social como si fueran homólogos tanto en la literatura como en las normas que se han creado para su regulación. De tal forma, se definen como campañas de comunicación social aquellas comunicaciones “que difunden el quehacer gubernamental, acciones o logros de Gobierno o estimulan acciones de la ciudadanía para acceder a algún beneficio o servicio público” (Diputados, 2018).

Esta definición guarda gran similitud con la definición de comunicación gubernamental en tanto que son procesos que buscan influir o estimular el desarrollo de ciertas acciones. El sujeto es el mismo: el gobierno que incluye a los políticos y al poder ejecutivo. También es gestionada y planeada porque en toda campaña se requieren esas dos características y finalmente coincide en que es para interactuar con los ciudadanos y mantener relaciones beneficiosas.

Esta investigación considera, para fines académicos, que la forma en que se operan las campañas de comunicación social es a través de la publicidad oficial. Para no perder el hilo de cómo es su uso en México, comunicación social, propaganda gubernamental y publicidad oficial son utilizados como sinónimos. Cabe mencionar que no se encontró literatura que defina qué es la comunicación social, a pesar de ser el término mayormente empleado desde

el punto de vista operativo en las diversas oficinas de comunicación de los gobiernos en todos sus niveles en el país.

Una vez puntualizado lo anterior, es importante enfocar la mirada hacia la idea de que la publicidad oficial no debe ser un acto de proselitismo, sino que debe cumplir con un objetivo muy específico: “ser un canal relevante de comunicación entre las instituciones de gobierno y la sociedad” (FUNDAR & 19, 2009, p. 16) [...] “con la finalidad de informar asuntos relevantes como son la salud, la educación, los derechos humanos y en general, cuestiones sociales” (Castaño, 2017, p. 38). Según el colectivo Medios Libres (2018), la publicidad oficial debe entenderse como “un mecanismo de comunicación sustentada en el derecho a la información” (p.44). La Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2011) nos ofrece una definición más completa:

Debe de considerarse a la publicidad estatal como toda comunicación, anuncio, o espacio solventado con fondos públicos, en cualquier medio de comunicación y en cualquier soporte. Se debe tratar de información de interés público que busque satisfacer los fines legítimos del Estado y no debe utilizarse con fines discriminatorios, para violar los derechos humanos con fines electorales (OEA, 2011, p. 12).

Por pauta publicitaria entendemos el “conjunto de espacios publicitarios que se seleccionan para comunicar algo [...] Generalmente, las pautas implicarán el desarrollo de una campaña publicitaria con el objetivo de difundir alguna novedad, producto o servicio” (OEA, 2011, p. 13). Este término es más utilizado en mercadotecnia y publicidad que en comunicación gubernamental y se refiere específicamente a los espacios disponibles para colocar la publicidad.

Para efectos prácticos, publicidad oficial, publicidad gubernamental y publicidad estatal son sinónimos. El caso del término propaganda gubernamental se abordará en el apartado legal. En palabras de Isaac Katz (2010), la publicidad estatal en México gasta una enorme cantidad de recursos tratando de “disminuir la percepción negativa que la población tiene sobre el ejercicio de la acción pública” (p.25).

Algunos ejemplos que propone el autor son:

✓ PEMEX: *El motor de México*

Es por todos conocidos, por la difusión constante en medios que se le ha dado, que PEMEX actualmente se encuentra en una etapa difícil y casi al borde de la quiebra, por lo que no guarda co-relación el decir que PEMEX es el motor de México ya que desde hace tiempo se ha dejado de depender en gran medida de lo generado por esta empresa a nivel Federal y más bien son muy conocidos sus escándalos de corrupción y desvíos de fondos.

✓ CFE: *Empresa de clase mundial*

Conocemos cómo es el servicio de la Comisión Federal de Electricidad y que está lejos de posicionarla como una empresa de clase mundial. Aún circula en los medios el escándalo por la liquidación con la que se fue el presidente del CEN del Partido Revolucionario Institucional (PRI) cuando dejó de ser director de la CFE.

Existe en este rubro una realidad innegable y es que “la industria requiere del financiamiento del Estado, ya sea en la inversión de infraestructura, en el reparto preferencial de la publicidad oficial, de exenciones impositivas o sectores desregulados para conformar posiciones dominantes” (Becerra, 2015, p. 2).

En la práctica, un gobierno coloca anuncios para acallar puntos de vista incómodos, con lo cual se desvirtúa la posibilidad de que los fondos públicos contribuyan a fomentar el pluralismo (Cañizález, 2008). Por su parte, Escobedo (2002) explica que es preciso evitar la promoción institucional *per se*, que solo han servido para alimentar complicidades. Respaldando lo anterior, se encuentra que la publicidad oficial se ha ido sofisticando dando lugar a “otro tipo distinto de ingreso publicitario” que han sido las gacetillas: “inserciones pagadas de propaganda oficial que se publican en las páginas de los diarios y revistas como si fueran notas informativas” (Guerrero, 2016, p. 29), lo que resulta muchas veces imperceptible para el lector, tratándose la mayoría de las veces de contenido de propaganda electoral. Y si el lector lo pasa por alto, los órganos de auditoría estatales en muy alta medida también lo hacen por la falta de una regulación que transparente el uso y asignación.

Al concluir la exploración de la perspectiva desde los estudios en comunicación gubernamental, se puede establecer que se analiza lo que sucede desde el régimen. El gobierno está interesado en legitimarse, pero esta perspectiva no nos permite estudiar a los periodistas ni a la línea editorial de la revista *Proceso*. Es por ello que esta mirada tampoco nos resulta viable para adentrarnos en el análisis del medio. Una posible perspectiva que nos pueda dar respuesta es la información declarada de forma oficial por parte de los sujetos obligados porque así podemos conocer cuál es el número de publicidad oficial en *Proceso* de forma anual y podemos conocer qué instituciones son las que la compran.

2.5. ¿Por qué el gobierno federal comunica lo que comunica?

Desde el punto de vista de las fuentes oficiales ha habido esfuerzos importantes por transparentar los gastos que ejercen las dependencias y entidades gracias a la publicación del Sistema de Gastos de Comunicación Social (COMSOC). Este permite dar seguimiento y realizar observaciones a las erogaciones que realiza la administración pública federal en lo relacionado con el concepto de comunicación social y publicidad. La información es proporcionada por la Secretaría de Gobernación y las Instituciones de la Administración Pública Federal y la revisan y le dan seguimiento la Dirección General Adjunta de Control y Seguimiento de la Secretaría de la Función Pública y la propia SEGOB.

Las reformas estructurales que requiere la publicidad oficial y a la que periodistas, académicos y organizaciones sociales apelan, no está limitada únicamente a la búsqueda de sanciones. El problema es mayor y requiere tomar en cuenta otra serie de factores cuya repercusión alcanza también los ámbitos económico, político, ideológico y cultural: esto es la centralización, la cual afecta sobre todo a la prensa estatal y regional.

El grado más alto de poder decisorio en México está ubicado en la Ciudad de México. La prensa presenta altos grados de centralización también como resultado de la centralización política. La descentralización de los medios de difusión tiene que ir respondiendo a las necesidades de individuos, grupos organizados de la sociedad civil, clases sociales y entidades federativas que puedan ser productores de mensajes. En sentido estricto se tiene

que permitir que el emisor no solo sea el gobierno, sino que el gobierno también pueda apoyar a otros emisores de mensajes que deseen interactuar con la sociedad en temas de interés público (Ruiz, 1988).

La pluralidad de voces cobra importancia no solo para ser críticos sino también para que los periodistas puedan coadyuvar en la implementación de reformas que son vitales para la Administración Pública Estatal y en la que de no haber apoyo económico ni transparencia en las asignaciones se caería en la falacia de creer que los medios que importan son los de gran penetración, cuando los medios pequeños, sobre todo los regionales, pueden llegar a la población más marginada.

Se entiende que la centralización en México le es estratégica al gobierno como forma de control y no solo para su administración sino también en la parte ideológica. A ello obedece que la publicidad oficial se utilice en su mayoría para tratar de disminuir la percepción negativa, dando como resultado una prensa que en palabras de Covert y Wasburn (2007) tiene un rol de estenógrafo del poder. Quizás por eso no se encontró literatura que hiciera un abordaje sobre la correlación entre publicidad gubernamental y justificaciones del gobierno. Es decir, hay poca literatura que dé una explicación acerca de las razones por las cuales el gobierno federal comunica lo que comunica por medio de la publicidad gubernamental.

Cuando es evidente la opacidad en la asignación y gasto de recursos públicos para la compra de publicidad oficial y cuando la pluralidad de voces en una democracia debe ser un requisito *sine qua non*, es imposible que el gremio periodístico siga formando parte del círculo vicioso de “conveniencias y presiones mutuas” (Delarbre, 1992, p. 11) que lo mantienen en complicidad con el gobierno en México, conformándose con ser transcriptor de lo que acontece en la escena pública. Es por este motivo que la crítica periodística tiene un papel protagónico en la solución de problemas estructurales, empezando por hacer posible la denuncia de la falta de estrategia de comunicación política y gubernamental que permita realmente el ejercicio del derecho a la libertad de expresión y el acceso a la información, de acuerdo a lo consagrado en los diversos ordenamientos nacionales.

Por estas razones, no se puede anclar la investigación de la línea editorial crítica de la revista *Proceso* en el interés de legitimar la adquisición de una publicidad oficial sin rumbo fijo ni línea o definición clara. Se debe precisar que no todo el gremio periodístico ha permanecido subordinado al poder y que, aunque han sido pocas, sí ha habido voces que han cuestionado el entramado de la comunicación oficial. A lo largo de la historia, en la urdimbre prensa-poder, han existido como resultado abordajes académicos que nos dan pistas para visibilizar y analizar el impacto que la revista *Proceso* tiene en el ecosistema de medios. Es por ello que se exploraron los abordajes que sobre el tema se han hecho, de los cuales algunos se asumieron como un importante punto de partida.

2.6. Abordajes metodológicos desde la academia

Existen varios abordajes metodológicos que sobre la revista *Proceso* se han realizado desde el ámbito académico. Uno de ellos se hace a través del análisis semiótico de algunas portadas, otro sobre el análisis del lenguaje, un tercero sobre sondeos a las audiencias, otro (entre los más reveladores) incluye una mirada en el que se realizan entrevistas a periodistas fundadores y por último un autoanálisis realizado por un editor de la revista. Sin embargo, la aproximación que más se acerca a la investigación que aquí se presenta es la de Salazar (2018) quien realizó un estudio particular sobre las dinámicas entre prensa y poder a nivel regional. Esta indagación es muy importante porque utiliza la misma metodología que nosotros y es por ello que se abordará en un apartado específico al término de la explicación de los diversos abordajes metodológicos encontrados.

En detalle, el análisis semiótico de la primera investigación localizada fue realizado en el año 2005 sobre ejemplares de los años setenta. Se trata de una investigación que para obtener el grado de Licenciatura en Diseño Gráfico realizaron Perla Mónica Calvillo Pérez, Adrián Jiménez Fuentes y Francisco Camilo Serrano Reyes, quienes estudiaron las portadas y los anuncios insertos en ella. Su investigación describe el desarrollo en un contexto histórico de la evolución del diseño gráfico para paulatinamente hacer una clasificación de los signos,

discursos y géneros en la que concluyen narrando su experiencia en el archivo general de la nación a través del cual se obtuvo la información para desarrollar su estudio.

El segundo de los análisis encontrados es una investigación realizada en el año 1993 a la revista *Proceso* y a Julio Scherer, abordado como un caso *sui generis* en la historia del periodismo mexicano de la segunda mitad del siglo XX, del autor Gustavo Mota Leyva para obtener el grado de licenciado (Leyva, 1993). En ella se aborda el tema de la revista *Proceso* a través de entrevistas y sondeos de opinión a suscriptores. En la investigación se presenta la visión de los periodistas que trabajan dentro de la revista, se recogen opiniones de quienes laboraron alguna vez en ella pero que ya no están en activo dentro de la empresa, se incluye también la visión de los intelectuales sobre el medio y de los suscriptores. La indagatoria va dirigida a saber si les gusta la revista *Proceso* o no y el motivo de su respuesta.

Un abordaje diferente se presenta desde la visión de la lengua y la literatura hispánicas en el año 2014 por Enrique de Jesús Martínez Juárez Enríquez (Enríquez, 2014). Este se puede consultar en su tesis de licenciatura en la que en un primer acercamiento nos habla de las revistas políticas en México para adentrarse en la estructura de *Proceso* y culminar hablándonos de la mesa de edición de la que él formaba parte, la operación y los procedimientos, así como la formación y diseño de planas.

Finalmente se consultó la tesis de María Scherer (Ibarra, 2010), hija del periodista Julio Scherer, el principal fundador de *Proceso*, quien en el año 2009 aborda el tema de la revista desde la búsqueda de un rediseño organizacional. Se centra, además, en el proceso de la ruptura de la subordinación y colusión de los medios con el poder, la apertura y la recreación del sistema y la nueva mirada que se debe implementar en la revista desde el punto de vista organizacional. Todo esto lo hace a través de entrevistas a los periodistas más cercanos a Julio Scherer, dos fundadores del medio y dos trabajadores con más de 10 años de antigüedad, teniendo en común que los cuatro formaron parte del órgano directivo de la revista.

Después de dar lectura a trabajos de investigación que tuvieran un tema relacionado, se concluyó que solo hay una indagación parecida a la de esta tesis, la cual utiliza análisis de contenido para explicar si una mayor cantidad de recursos invertidos en publicidad

gubernamental produce necesariamente una prensa más dócil; pero no lo hace a través de las portadas de la revista *Proceso* ni con alcance federal. Ese estudio está abordado desde un punto de vista regional y no trata de caracterizar la publicidad oficial en volumen, posición, tamaño o tipo.

2.7. Dinámicas del clientelismo para controlar la crítica mediática

Los estudios de prensa y poder están justo en la intersección de los ángulos que se han analizado en nuestro estado del arte, por lo que la investigación se encuentra anclada en esta perspectiva y a ello obedece que el trabajo de Salazar (2018) sea el que se acerque más a lo que en este estudio se realiza. Es importante resaltar que para el análisis cuantitativo que se realiza en ese trabajo toma datos de 2011 a 2013 para medir el nivel de crítica que publica la prensa local.

Como variable dependiente toma los titulares de los dos diarios de mayor circulación para cada una de las 31 entidades federativas, haciendo el análisis de una semana construida de forma aleatoria para inferir el contenido anual de esa publicación, con lo que obtuvo para cada año 63 fechas para cada uno de los 62 diarios, equivalentes a tres semanas reconstruidas por diario. En cada caso analiza los titulares que informaran temas políticos de la entidad. Como variable independiente toma el gasto en publicidad oficial ponderando el producto interno bruto estatal para incorporar las diferencias socioeconómicas y combinándola con el grado de oposición parlamentaria que existe en el estado.

Las hipótesis que plantea son:

- 1) Una mayor asignación discrecional de recursos materiales no es condición suficiente para limitar la publicación de crítica en la prensa escrita.
- 2) En contextos donde no hay una oposición vigorosa que pueda fungir como aliado estratégico de la prensa, el clientelismo es efectivo para reducir la crítica mediática. Por el contrario, en estados donde hay mayor oposición parlamentaria es más

probable que la estrategia clientelar pierda efectividad para controlar la crítica de la prensa.

De su investigación se desprende que para Salazar (2018) “la oposición constituye una de las audiencias más receptivas y más interesadas en que se publiquen críticas contra el gobierno” (p.12), además de que considera que la opacidad en la asignación de recursos sobre publicidad oficial genera un núcleo de diarios leales al gobierno. De tal modo, la publicidad oficial supone la típica moneda de cambio para cimentar negociaciones que trascienden a la alternancia de partidos en el poder, y al ser la publicidad oficial un arreglo clientelar muy visible, desde su punto de vista funciona como un proxy de las negociaciones inobservables que se llevan a cabo entre los gobernadores y la prensa.

Con su investigación, Salazar (2018) prueba que la eficacia del clientelismo para acallar una prensa crítica es relativa y que está condicionada por la presencia de la oposición política que actúa como aliado estratégico. Esta conclusión se toma como punto de partida para a continuación desarrollar lo que históricamente ha sido la relación prensa poder en México y sin la cual no puede ser entendida la prensa, su papel de transcriptor y el clientelismo del que es objeto a través de la compra de publicidad oficial, ni tampoco se puede comprender el papel que la revista *Proceso* tiene como crítico del poder y su permanencia en la arena política mexicana.

CAPÍTULO 3

Marco teórico

La prensa escrita en México debe estudiarse de forma paralela a lo que ha sido la transformación del régimen político a lo largo de la historia. La anterior afirmación tiene su sustento en el nacimiento mismo de la prensa, la cual es creada por políticos que sentaron las bases de lo que sería el Estado Mexicano. Por tales razones, la prensa nace subordinada al poder.

El tipo de dominio que ejerció el Estado sobre la prensa fue a partir del autoritarismo, el cual germinó tomando tintes y características propias. Por ejemplo, en el caso de los periodistas no siempre se utilizó la coerción. Al respecto, Hughes (2006) explica que “bajo las condiciones adecuadas, el autoritarismo puede ser tan legítimo (...) como el modelo más democrático de producción de noticias” (pp.20-21). Esto quiere decir que la prensa aprendió a autorregularse y a autocensurarse principalmente por una “convergencia de intereses” (Lawson & Lawson, 2002; Reig, 2010; Riva Palacio, 1997).

Posteriormente viene un periodo de apertura democrática en el que según periodistas, académicos e intelectuales fue “gracias a la creciente demanda por parte de un sector social de un nuevo enfoque periodístico – y su inherente éxito comercial-, por lo que algunas empresas de comunicación dieron un paso adelante hacia su independencia del discurso oficial” (Lawson & Lawson, 2002, p. 14). Sin embargo, “los convenios de publicidad gubernamental se han convertido en la base de la relación entre los medios noticiosos y el poder político institucional” (DeLeón-Vázquez, 2009, p. 151), así como otros beneficios que la élite política otorga sobre todo a los dueños de los medios como “exenciones de impuestos, servicio gratuito de la agencia gubernamental de noticias Notimex, acceso a créditos” (González Macías, 2011, p. 26), entre otros.

3.1. Prensa y poder en México

El Partido Revolucionario Institucional (PRI) ha sido el partido en el gobierno por más de 75 años en México. Contrario a lo que pudiera pensarse, no es un ente político homogéneo (Hernández Rodríguez, 2016) en el que sus afiliados compartan la misma ideología o discurso. Al contrario, se trata de un partido conformado por corporaciones, organismos o grupos de poder que muchas veces sufren tensiones al interior por sus contradicciones. El partido ha ido tratando de actualizarse y cambiar para adaptarse a los tiempos, sin embargo, a veces ha sabido evolucionar de forma oportuna y otras se ha visto obligado a negociar y ceder. Como partido mantiene los vínculos necesarios para controlar, sobre todo, a través de agrupaciones de trabajadores y grupos sociales. Su característica indiscutible ha sido la practicidad en la toma de sus decisiones. Ha realizado abusos de poder reprochables que han sido cobradas en las urnas, pero también ha tenido logros innegables en la administración pública que lo han llevado a conocer sus límites y a hacer posible su retorno al poder.

El PRI “es una de las instituciones centrales del sistema político mexicano (...) es considerado un aparato de manipulación” (Hernández Rodríguez, 2016, pp. 11-14). Fue creado bajo ideas y compromisos sociales fruto de la revolución. Se desarrolló a través de un sistema autoritario que tenía el control hasta de la oposición. Internamente a pesar de que ha habido enfrentamientos, se ha cuidado de no poner en riesgo su permanencia a través de una estructura descentralizada que permitía liderazgos y el desarrollo de la militancia, pero a su vez todos convivían bajo la autoridad del presidente en turno, quien casi siempre era también el presidente de la formación política.

El partido ha pasado por varias etapas a lo largo de su historia, siendo de las más importantes el caudillismo, el presidencialismo y el clientelismo, por solo citar algunas. Una de las etapas cruciales en las que comenzaron a generarse fricciones internas comenzó a germinar en los años sesenta y setenta a través de una corriente llamada tecnócrata, quienes comenzaron a quedar al frente del gobierno, dando como resultado importantes pugnas de poder al interior. Por estas razones, algunos investigadores aseguran que el régimen autoritario se fue diluyendo históricamente a partir de dos momentos particulares:

✓ Primer momento:

El presidencialismo que el PRI-gobierno estableció, en palabras de Carpizo (2006), dotó de facultades “metaconstitucionales al poder ejecutivo que descansa sobre la figura del presidente (...). Estas facultades muestran una vocación fenomenológica temprana al vincular lo objetivo (el contexto normativo) con lo subjetivo (la interpretación personal)” (p.83), de tal manera que el presidente dentro de sus funciones extra constitucionales tenía la facultad de designar un sinnúmero de puestos públicos ya mencionados con anterioridad.

✓ Segundo momento:

Desde el año 1982 comienza una confrontación entre la vieja élite política del PRI y la élite tecnocrática del mismo partido, lo que culmina con una ruptura interna en 1988 (Hernández Rodríguez, 2016). Es a partir de los años noventa que comienza a haber una nueva tendencia en la gestión pública y “el sistema presidencial va variando por el esfuerzo legislativo por fortalecer su labor y por la emergencia de órganos autónomos que debilitan las amplias facultades que antes de la década de los 90 se asignaban al poder ejecutivo” (Carpizo, 2006, p. 87). A partir del año 2000 el presidente de la república ya no es el jefe del PRI. Debido a la alternancia en el poder, en ese año el primer mandatario es de una formación opositora: el Partido Acción Nacional (PAN).

A pesar de que el poder ejecutivo va sufriendo una paulatina pérdida en el control absoluto debido a la transición partidista PRI-PAN a partir del año 2000, en la negociación con los diversos grupos de poder adoptaron la misma estrategia. De tal forma, podemos hablar de que a nivel federal se conforman dos estructuras de acuerdo con las dinámicas que se desarrollan en el gobierno. Para este trabajo de investigación le llamaremos círculos: hablamos entonces de dos grandes círculos dentro del gobierno federal que trascendieron al PRI y al partido en el poder.

Como ya se mencionó, el PRI no es una institución homogénea y para mantenerse como un partido fuerte y robusto tuvo que entrar en una dinámica de negociaciones políticas entre esos grupos de poder para que cada uno de ellos participara del gobierno. Esta misma estrategia

trascendió en la negociación con los partidos opositores y con los organismos autónomos, es decir, que los modos en que se comporta el gobierno mexicano sigue guardando las formas del viejo PRI. Como se negociaba al interior del partido es como se hace actualmente hacia afuera. Los grupos que representan otras ideologías, estrategias o modos de pensar se siguen manteniendo en el poder a través de secretarías que cumplen funciones secundarias o bien en organismos descentralizados, autónomos, poderes de la unión, órganos de gobierno, organizaciones gremiales, etc., y que el partido en el poder consiente como resultado de una negociación política.

De los dos grupos en mención, el primer círculo es el integrado por el representante del poder ejecutivo que descansa en el presidente de la república y las secretarías de estado que tienen funciones estratégicas o sustantivas, realizando actividades tácticas, sin las cuales el poder ejecutivo no podría operar y gobernar el país.

El segundo círculo está conformado por secretarías de estado que realizan funciones complementarias o secundarias, organismos descentralizados y autónomos, poderes de la unión u órganos de gobierno, organizaciones gremiales, instituciones de banca y empresas estatales con los que el poder ejecutivo está en constante tensión para el desempeño de sus funciones.

En la arena política es necesaria la existencia de estos dos actores que pueden o no formar parte del mismo partido. Es por ello que no se engloba en un solo concepto como oposición, porque a veces sí forman parte de una misma estructura que comparte similar forma de pensar y en la que tienen que jugar como si fueran un solo ente. La historia de México nos muestra que sobre todo en política no se es blanco o negro. Muchas veces se negocia y se opta por el gris y sus muchas variantes.

De acuerdo con este punto de vista podemos considerar a los que ocupan la titularidad de secretarías de estado con funciones secundarias como integrantes del gabinete ampliado, porque es el presidente el que designa al titular y muchas veces ese nombramiento es resultado de una negociación con diversos grupos de poder con el objetivo de que no se vayan a otro partido o para tener a ese partido opositor tranquilo. Por tales motivos, comparten una

parte del gobierno, obteniendo el control de estas secretarías de estado o instituciones gubernamentales que no cumplen con funciones sustantivas a nivel central.

Los poderes de la unión como el congreso y el poder judicial se consideran también dentro de este segundo círculo porque desde los años noventa se fueron fortaleciendo, aunque en una etapa previa estaban también controlados por el PRI, quien otorgaba las curules y los puestos de acuerdo con su conveniencia política. Actualmente siguen siendo fruto de una negociación independientemente del partido al que pertenezcan, pues está visto que sobre todo los legisladores, ya sean diputados o senadores, votan a conveniencia de lo que se les ofrezca en ese momento y no por un ideal partidista ni respetando a los votantes que los eligieron.

En lo que respecta al poder judicial, si bien hay exámenes de sustentación, también existen medios para hacer llegar a los candidatos que les sean convenientes a través de capacitar y aceptar dentro de los juzgados a aspirantes a los que ellos deciden preparar para pasar satisfactoriamente dichos exámenes. En lo que respecta a los ministros de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, los candidatos deben ser aprobados por el Senado de tal forma que también la elección es resultado de una negociación, por lo que no se generan verdaderos contrapesos como pudiera imaginarse.

Desde los años noventa se comenzó a visualizar el fortalecimiento de organismos descentralizados, organismos autónomos, organizaciones gremiales e instituciones de banca, para que operaran como reales contrapesos al gobierno federal. Es por ello que teóricamente se han agrupado en este segundo círculo conformado por instituciones gubernamentales que tienen funciones secundarias o que realizan funciones de contrapeso para el gobierno federal central, aunque como ya se explicó, estos contrapesos no sean tan reales y estén sujetos a previos arreglos políticos.

Uno de esos arreglos no solo se mantiene con actores políticos, también se ha extendido al sector de los medios y en especial al de la prensa, que es la que nos ocupa. En una democracia liberal la función de vigilancia de la prensa es también un contrapeso. Desde la concepción clásica sobre la libertad de prensa de Mill (1858) hasta concepciones modernas como límites

al poder explicadas por Norris (2014), las investigaciones comprueban que la crítica de este sector es fundamental en la vida democrática de un país y las complicidades o negociaciones que se tienen con ella merman su función de vigilancia y tienen graves implicaciones en el ejercicio de los derechos, en específico el de la libertad de expresión.

3.2. La relevancia de la prensa en la democracia

En palabras de Pérez Maldonado (2017), lo que ha predominado en la historia de México desde el siglo XIX es “la idea de centralizar el poder no solo como control político sino también el dominio en la actividad económica y social para acaparar el poder absoluto en todas las esferas públicas” (p.28).

Alguna literatura académica señala que los medios de comunicación deben estar en manos de la sociedad y no del Estado, por ser un servicio público que debe representar al conjunto de la sociedad. Se dice que debe atender al interés y a la cultura nacional, como lo expone Mastrini (2013). Otro académico que habla al respecto es Antonio Pasquali (1991) quien nos dice que “los medios deberían basarse en una doble independencia económica y política” (p.234) y propone que no dependa ni de la publicidad privada ni del gobierno, para que no terminen siendo oficialista.

En México, Beráin (2001) nos señala que “los medios de comunicación masiva al hacer mancuerna con el poder público y el poder económico monopolizaron el espacio público de intercomunicación e intercambio” (p.14). Es decir, se correlaciona la injerencia del gobierno a través de los subsidios oficiales con la homogenización de los medios hacia la postura oficial.

Hay otros autores como Benson (2010), que muestran que no necesariamente es más crítico el medio que no recibe subsidio del gobierno, como lo argumenta en un estudio comparativo que hace entre los diarios franceses y estadounidenses. “...This study finds that more ‘statist’⁵ French press presents a greater density of criticisms than the U.S. press” (p.3).

⁵ Entrecorillado en la fuente original.

One of the most critical newspapers in the study is the state-subsidized *L'Humanité*. On the other hand, newspapers whose “Independence” is secured via advertising are not significantly more critical of government and dominant parties than lesser-advertising-funded newspapers (Benson, 2010, p. 16).

Estas dos literaturas dejan un espacio en blanco al no abordar a los medios prestigiosos que necesitan subsidio y autonomía pero que buscan transparencia. Benson y Mastrini no ven qué pasa con estos medios que quieren ambas cosas: recursos financieros para subsistir y autonomía periodística que permita la crítica.

En México, la prensa no ha estado del todo subordinada al gobierno, sino que ha existido una relación de complicidad, que es entendida por la literatura académica como clientelismo, por el control de las redacciones y/o por la poca participación de la sociedad. Salazar (2018) expone que los intercambios clientelares “no son relaciones lineales de compra de silencios y venta de elogios impresos, sino subastas plagadas de vacíos de información” (p.7), el razonamiento es que el clientelismo genera incertidumbre, en la que el más afectado es el ciudadano porque no sabe con exactitud la intensidad de los intercambios y la efectividad de los mismos. Los tratos clientelares se pierden entre el gasto público y muchas veces no llaman la atención porque se realizan contratos que no son reportados de forma oficial como resultado de las negociaciones entre el gobierno y los medios.

Aunque no siempre ha sido así, eso lo podemos ver a lo largo de la historia de la prensa en México donde encontraremos que tampoco esta ha sido homogénea. Existen periodistas que sí mantienen una vocación crítica. Trejo (1992) nos explica que heredan esa vocación “del combativo periodismo que existía durante la Independencia o la Reforma en el siglo pasado” (p.19), en la que a pesar de la situación política cambiante que se va presentando en el país, la prensa es capaz de irse adaptando. Al respecto, Guerrero (2016) fortalece esa explicación al afirmar que “el tipo de régimen que se desarrolló en México, a partir de los años treinta se caracterizó por su talante autoritario” (p.17).

Más tarde podemos comprobar esa capacidad de aprendizaje de la prensa al tomar ventaja de las diversas situaciones que se van presentando como el caso específico en el que en el año 1989 el presidente Carlos Salinas de Gortari sugirió que PIPSA desapareciera, pero los

editores de diarios se opusieron y solicitaron que no la cerrara, a pesar de ser uno de los mecanismos principales de control por parte del gobierno hacia la prensa. Es por ello que Trejo (1992) sostiene que “la relación entre la prensa y el gobierno se vuelve versátil y contradictoria” (p.19).

Hay autores que justifican esa codependencia entre la prensa y el gobierno por la indiferencia de la sociedad, como es el caso de Trejo (1992), quien explica que “la poca participación de la sociedad ha permitido que esa sea la constante por el bajo número de lectores que es comprobable con el alto desperdicio de ejemplares que forman parte del tiraje oficial de los medios impresos y que tienen que ser desechados”. Al respecto, dice que “la sociedad ha permanecido ausente, por ello, puede asegurarse que la prensa mexicana, con poca circulación y lectores se encuentra, además, fragmentada y centralizada” (p.18). Guerrero (2010) al respecto, indica que la respuesta está en el origen, pues “la prensa escrita no surge con la vocación de informar a una ciudadanía que demanda, participa o se informa sobre su vida pública, sino que surge como un intermediario de intereses entre las élites políticas y económicas” (p.237).

Es precisamente por lo anteriormente descrito que es visible el cambio de estafeta entre subordinado y subordinante, en la que de acuerdo al gobernante y al partido en el poder “la prensa va sofisticándose en su dependencia frente al régimen” (Guerrero, 2016). Como ejemplo, “existen en casi todos los diarios importantes, articulistas que son funcionarios gubernamentales, quienes tienen la tarea de defender los puntos de vista oficiales y se les denomina ‘tolerados’” (Trejo, 1992, p.19).

A la censura ambiental se suma como mecanismo de control el marco legal existente en México cuyo papel es protagónico ya que sirve tanto a favor de los medios de comunicación, por las lagunas legales o la desregularización existente, como en contra, para aplicar la legislación de forma discrecional. La relevancia de la prensa en la democracia liberal prevista en los artículos 39 y 40 de la Constitución Política de México es fundamental, ya que se entienden juntas en esta relación de codependencia en la que a veces uno es más dependiente que otro. Citando a Karl Popper (1957), “la democracia consiste en poner bajo control el

poder político” y “los medios de comunicación han alcanzado tal influencia que a veces sustituyen a la política” (Trejo, 2001, p.20).

(...) los políticos han sustituido la plaza pública por la presencia en los medios [...] Los políticos ensalzan a los medios de comunicación en vez de utilizarlos como conductos de interlocución con la sociedad [...] y es por ello que los medios en su mayoría están carentes de contexto crítico o analítico (Trejo, 2001, pp.13-28).

Oportunidades importantes para modificar esa dependencia han aparecido a lo largo de los años, como en el año 1985 cuando con el temblor del día 19 de septiembre, según Saldaña (2018), “el gobierno se vio rebasado por la sociedad, ante lo cual, los propios ciudadanos presionaron a las radiodifusoras y surgieron así programas de radio con micrófono abierto, reforzando el periodismo civil”. Comenzó así, paulatinamente, un cambio en la libertad de expresión, la cual fue transformándose con pasos muy lentos.

Académicos e intelectuales consideran que “la campaña electoral federal de 1988 marcó un hito en el periodismo nacional” (D. C. Hallin, 1995; Peschard, 2000; Santillán, 2008). “Durante ese periodo, debido a que los medios no ofrecieron una cobertura equitativa a los contendientes, los periodistas también fueron severamente cuestionados” (González Macías, 2011, p. 14).

Otro claro ejemplo de cómo se va transformando la relación dependiente entre los medios y el régimen, se hizo evidente en la transición de la competencia partidista PRI-PAN a partir del año 2000 en la que fueron influenciados los medios y en lugar de que se hubieran vuelto más libres, críticos, independientes, autónomos y profesionales, se siguió manteniendo el estado de cosas, es decir, cambió el partido en el poder, pero no la relación del gobierno con los medios.

Tanto el control autoritario a los medios como la libertad que ha tenido la prensa han sido relativos. A veces el gobierno se puede imponer o se deja imponer, pero la prensa sigue teniendo un papel relevante en la democracia:

En ocasiones definitivo en la promoción política y el destino de muchos movimientos sociales” (...) Es por ello que cobra una importante relevancia la orientación de los medios que tiende a debilitar el nacionalismo (Trejo, 1992 p.11).

Es comúnmente aceptado que es a través del subsidio en la compra de la publicidad oficial como los medios quedan supeditados al poder del Estado. Sin embargo, hay casos de éxito tanto internacionales como nacionales en los que se demuestra que se puede realizar la compra de espacios publicitarios para el gobierno y lograr mantener de forma muy independiente la crítica hacia el poder en turno. Es por ello que se insiste en que la prensa tiene un papel definitorio dentro de las democracias, en las que muchas veces hay que crear las oportunidades más que esperar a que lleguen. Un ejemplo muy claro lo es la presión que está llevando a cabo el colectivo Medios Libres para poder realizar cambios en la legislación vigente.

Históricamente ha habido medios en México que se adaptaron a la situación política que vive el país, algunos sacrificando la función crítica de la prensa, pero otros desarrollaron diversas estrategias para mantener su línea editorial a pesar del clientelismo, el autoritarismo, las amenazas, persecuciones y castigos financieros. Uno de esos medios es la revista *Proceso*, espacio que se ha mantenido en el ecosistema como prensa crítica, con legitimidad y prestigio.

3.3. La revista *Proceso* en el marco de la relación prensa-poder

La revista *Proceso* en el sistema autoritario se explica a partir de 3 variables: 1) la legitimidad del régimen (PRI), es decir la cultura política del país, 2) por el principio de tener reservados ciertos espacios mantenidos por la cultura para intelectuales y escritores después de la revolución social y 3) por el estado intervencionista en lo económico y social que siempre fue muy atractivo.

Ya se exploró la situación que guarda el país con el régimen del PRI a nivel nacional, en lo que respecta al autoritarismo ad hoc que políticamente ha guardado México. Ahora toca el turno de hablar sobre la relación que el gobierno ha guardado con la élite intelectual. Al

respecto debemos subrayar que México ha sido uno de los países que más dinero público ha dado a revistas culturales.

En 1939 se crea el Fondo de Cultura Económica (FCE), con costosos subsidios a escritores de América Latina y a movimientos culturales. Por tal razón terminaban los intelectuales siendo consecuentes con el régimen, es decir, se legitima el sistema imperante porque tranquilizaba a sus sectores críticos que eran pocos (élites), pero que cualitativamente era importante tenerlos cerca. Después del golpe de estado de Pinochet a Allende en 1973, se vienen a refugiar a México muchos intelectuales que posteriormente son quienes escriben en la revista *Proceso*.

El gobierno mexicano siempre ha tenido injerencia sobre la prensa como ya se expuso. Una de las maneras en que interfiere en los medios es a través de ejercer presión por medio de intimidación y amenazas. Es a través de ellas que logra mermar las líneas editoriales de la prensa. Hay medios que pueden iniciar con una postura crítica pero súbitamente cambian y suavizan su línea, lo que en inglés se conoce como *chilling effect* (Canes-Wrone & Dorf, 2015; Cook & Heilmann, 2013; Festenstein, 2018; E. K. Hansen & Moore, 1990; E. K. S. Hansen, 2001; Salazar Rebolledo, 2019). El marco normativo también ha sido usado por el gobierno para generar autocensura en los medios (Hughes & Lawson, 2005; Perkins, 2001).

En el ecosistema de medios el papel de la ley como regulador permite la operación de la libertad de expresión. En ese sentido juega un papel muy importante si tenemos en cuenta que en México hay medios públicos que funcionan como si fueran propiedad del gobierno y no del Estado; y, por otro lado, el Estado paga publicidad a los medios privados. Esta situación acontece por dos situaciones: por la falta de una regulación legal que ofrezca certidumbre por medio de transparencia provocando que los medios que no reciben subsidio vean coartada su libertad de expresión y de acceso a la información, y porque existe financiamiento público para garantizar pluralidad en los medios.

Es la revista *Proceso* un ejemplo de resistencia al tejer redes de complicidad con el poder para evitar la captura de su línea editorial. La crítica periodística ha sido un detonante de reacciones entre la cúpula de poder más cercana al presidente y de eso da cuenta la historia.

Por ello, se busca tener control sobre lo que se escribe en las redacciones. La crítica es intrínseca a una democracia liberal como la mexicana. Por analogía es a través de ella que “los ciudadanos dialogan, confrontan al poder y se expresan libremente” (Festenstein, 2018, p. 2). Desde la perspectiva de Salazar (2018) la prensa, al no ser un actor homogéneo, posee distintas capacidades de resistencia frente a los intentos de manipulación. La efectividad de ella, es relativa por los contextos particulares, por lo cual es importante entrar al estudio de los elementos y actores que forman parte de ese contexto que merma la libertad de expresión.

CAPÍTULO 4

El papel de la ley como regulador de fuerzas

En este apartado se realiza una breve recopilación del estado que guarda el marco legal aplicable a la publicidad oficial porque la ley ha sido la herramienta a través de la cual se ha inhibido la crítica periodística. El contexto en la conformación del Congreso de la Unión de 1976 a 2018 ha influido, tanto para no tener una definición legal como para aprobar leyes que permiten la opacidad o discrecionalidad en la asignación del recurso para la adquisición de la publicidad oficial.

La Suprema Corte de Justicia de la Nación ha tenido un papel protagónico en los esfuerzos por transparentar la asignación al igual que la sociedad civil a través del colectivo #MediosLibres y las asociaciones Artículo 19 y FUNDAR, quienes en realidad han sido los que accionaron el motor legal para que en el transcurso de los años pudiera ser posible una sentencia emblemática como lo fue la que le recayó al amparo en revisión 1359/2015.

A través de los años, desde 1976 a 1997, el Congreso de la Unión estuvo bajo el dominio absoluto del Partido Revolucionario Institucional (PRI). Posteriormente, en 2018 la Cámara de Senadores y la de Diputados retoman alianzas importantes entre el PRI y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) para contabilizar la mayoría de las curules. Este contexto de dominio, primero absoluto y después en alianza, explica por qué también la legislación en México ha sido rehén de las negociaciones a conveniencia entre el gobierno y los legisladores, recayendo una mayor responsabilidad en los servidores públicos cuyo trabajo es crear los marcos legales idóneos para la óptima gestión de la administración pública.

El control de los medios es indispensable para la sobrevivencia de un régimen autoritario que, en la práctica en México, tomó características diferentes a la de los regímenes totalitarios, pues la censura no se hacía directamente sino de formas indirectas a través de diversos medios como:

- a) Convencimiento a través de un trato amigable con los periodistas o con los dueños de los medios; si esa vía fracasa se pasa a un segundo nivel;

b) La compra de su voluntad; y, finalmente, si esta segunda instancia tampoco es eficaz,

c) Proceden a la desaparición del periodista o del medio (Scherer, 2015).

En el marco jurídico regulatorio, el mecanismo utilizado específicamente como válvula de control a la prensa es el subsidio o apoyo económico a los medios a través de la adquisición o compra de la propaganda gubernamental, nombre legal previsto en nuestro máximo ordenamiento, aunque conviene distinguir las otras acepciones que también prevé la legislación y que tienen el mismo efecto. Estos nombres son: comunicación social, publicidad oficial, financiamiento público y/o campañas (de comunicación social).

A la luz de la lógica de la normatividad en México existe financiamiento público para garantizar pluralidad en los medios:

Artículo 6 Constitucional: [...] El derecho a la información será garantizado por el Estado [...] El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación [...] Para tales efectos, el Estado establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios.

Artículo 7 Constitucional: Es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas, a través de cualquier medio. No se puede restringir este derecho por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares, de papel para periódicos, [...] o por cualesquiera otros medios y tecnologías de la información y comunicación encaminados a impedir la transmisión y circulación de ideas y opiniones. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni coartar la libertad de difusión [...] (de Diputados, 2012).

Estudiado desde un punto de vista liberal clásico, el recibir dinero público es problemático pues compromete la libertad de expresión (Fuentes-Berain, 2001; Mastrini et al., 2013; Pasquali, 1991). No solamente lo previenen académicos e intelectuales, también está previsto en legislación internacional como en la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión, interpretativa de la Convención Americana sobre Derechos Humanos en la que se expresa que:

La utilización del poder del Estado y los recursos de la hacienda pública; la concesión de prebendas arancelarias; la asignación arbitraria y discriminatoria de publicidad oficial y créditos oficiales; [...] entre otros, con el objetivo de presionar y castigar o premiar y privilegiar a los comunicadores sociales y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas, atenta contra la libertad de expresión y deben estar expresamente prohibidos por la ley. Los medios de comunicación social tienen derecho a realizar su labor en forma independiente. Presiones directas o indirectas dirigidas a silenciar la labor informativa de los comunicadores sociales son incompatibles con la libertad de expresión (Pino, 2007).

Abordado desde el punto de vista de la responsabilidad del Estado, este debe garantizar voces para todos. En principio, de eso se encargan los medios públicos, es decir, los que dependen de la administración pública. Al respecto, no hay una definición única sobre medios públicos o servicio público, “pero el concepto se refiere a una serie de supuestos acerca de los objetivos, obligaciones y derechos que deberían mantener” (Mastrini, 2011, p. 2).

En México, es en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión en su artículo 3, Fr. LXV que se define a los servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión, como: “servicios de interés general que prestan los concesionarios al público en general con fines comerciales, públicos o sociales de conformidad con lo dispuesto en la presente Ley y la Ley Federal de Competencia Económica” (de la Federación, 2014b). Esta normativa nos remite al artículo tercero de la Ley Federal de competencia económica, en la que se considera a las dependencias y entidades de la administración pública federal, estatal o municipal como agentes económicos, es decir, que pueden participar de las actividades económicas.

En el caso que estamos abordando, que corresponde a la prensa, la agencia NOTIMEX tiene su origen en la Ley que crea la agencia de noticias del Estado Mexicano. En su artículo 1 se explica su naturaleza como organismo descentralizado de la Administración Pública Federal no sectorizado, denominado Notimex, Agencia de Noticias del Estado Mexicano, la cual tiene las siguientes atribuciones:

Art. 9.- Actuar como Agencia de Noticias del Estado Mexicano, llevando a cabo todas las actividades necesarias para obtener información, así como materiales editoriales y

fotográficos, difundiéndolos en el ámbito nacional y, en su caso, internacional, a los medios de comunicación, así como a cualesquiera dependencias, entidades, organismos o personas físicas o morales de derecho público y privados [...] (Diputados, 2006).

El abordaje de esta investigación está relacionado con el caso de México en el que hay medios públicos que funcionan como si fueran del gobierno y no del Estado y momentos en que el Estado paga publicidad a los medios privados. Esta situación acontece por dos situaciones: a) por la falta de una regulación legal que ofrezca certidumbre por medio de transparencia provocando que los medios que no recibe subsidio vean coartada su libertad de expresión y de acceso a la información y b) existe financiamiento público para garantizar pluralidad en los medios.

La declaración de principios sobre la libertad de expresión nos da la pauta sobre por qué el gobierno quiere tener un control sobre la prensa pues espera de ella imparcialidad y que no se haga escrutinio sobre la gestión de la administración pública al considerar que con eso se podría debilitar al Estado. El documento declara que:

Condicionamientos previos, tales como veracidad, oportunidad o imparcialidad por parte de los Estados son incompatibles con el derecho a la libertad de expresión reconocido en los instrumentos internacionales [...] y que] los funcionarios públicos están sujetos a un mayor escrutinio por parte de la sociedad. Las leyes que penalizan la expresión ofensiva dirigida a funcionarios públicos generalmente conocidas como '*leyes de desacato*'⁶ atentan contra la libertad de expresión y el derecho a la información (Pino, 2007).

La Ley Orgánica de la Administración Pública Federal en su artículo 8vo., otorga al presidente de la República con el apoyo directo de la Oficina de la Presidencia el derecho de formular y conducir la política de comunicación social junto con la Secretaría de Gobernación, delimitada en el artículo 27 Fr. VIII del mismo ordenamiento, por lo que las leyes secundarias y reglamentos deberán estar acordes con esa política. Sin embargo, la legislación existente es opaca y genera incertidumbre como se describe a continuación.

⁶ Entrecorrido y en cursivas en la fuente original.

Nuestra legislación no hace una diferencia entre propaganda y publicidad, sino que lo homologa al prever en el párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que:

La propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público (de Diputados, 2012).

La propaganda, según Cárdenas (2019):

Tiene connotaciones negativas, es propia de regímenes no democráticos, y consiste en presentar informaciones, ideas o posiciones que son respaldadas con una argumentación exclusivamente a favor del emisor, sin que éste formule puntos de vista contrarios y alternativos. La propaganda carece de mínimos criterios de veracidad y de objetividad, por eso, las comunicaciones propagandísticas repetidas continuamente buscan transformar ideológicamente los mensajes en verdaderos, aunque no exista en los enunciados fidelidad alguna con la verdad (p.1).

A pesar de ello, la palabra propaganda no ha sido retirada de la Constitución. Sin embargo, este término no lo vuelven a utilizar en ninguna otra normatividad. Inclusive en la ley secundaria tampoco se define lo que es la propaganda o que será sinónimo de publicidad oficial. En la Ley General de Comunicación Social solo se menciona una vez el término publicidad oficial en su artículo 41 para hablar del informe semestral de gastos. Esta razón es una de las tantas razones por las cuales desilusionó al gremio periodístico y a asociaciones protectoras de los derechos humanos, pues lejos de crear buenas prácticas reglamentó lo que se trataba de combatir.

Antes de tener esta ley secundaria, solo se contaba con una tímida mención en la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública en el capítulo de las Obligaciones de Transparencia Comunes, en el Artículo 70, fracción XXIII. La visibilización de que no existe un concepto legal en México que describa qué es la publicidad gubernamental o publicidad

oficial respalda el hecho de que el legislador quiere eludir transparentar el ¿qué es? porque de ahí se derivaría el ¿para qué? y ¿a quién?

Según FUNDAR:

El término publicidad oficial se refiere a la compra de espacios en los medios de comunicación por parte de los gobiernos para difundir información a la ciudadanía (...) A través de la publicidad oficial ocurre la mayor y casi única transferencia de recursos públicos hacia los medios de comunicación en un país donde hay una inexistencia de apoyos directos e indirectos a estos medios y una todavía frágil rendición de cuentas y fiscalización cuando se trata de recursos públicos (FUNDAR, 2015, p. 6).

Actualmente este subsidio sigue estando sin reglas claras en su manejo. La responsabilidad de esto no se limita solo al Gobierno Federal o a los Gobiernos Estatales. En gran parte recae en el Congreso de la Unión por la omisión de legislar al respecto en apego a las solicitudes hechas por los medios de comunicación y por la sociedad civil.

El presidente Enrique Peña Nieto incumplió su compromiso en la materia desde 2012. Durante el periodo de transición, él prometió una iniciativa para regular la propaganda gubernamental y la encargó al ex titular de la Secretaría de Desarrollo Agrario Territorial y Urbano (Sedatu), Jorge Carlos Ramírez Marín. Nunca se presentó la iniciativa y no volvió a ser mencionada por Peña Nieto como un interés de su gobierno, teniendo como consecuencia una reacción inesperada de los medios al respecto.

A través de la organización Artículo 19, los medios de comunicación mexicanos, principalmente aquellos que no son beneficiados con recursos, ven coartado su derecho a la libertad de expresión. Por tal motivo interpusieron recursos legales para que el Congreso de la Unión realizara una muy necesaria ley secundaria.

En la sesión del día 15 de noviembre de 2017, la Suprema Corte de Justicia de la Nación, en un fallo histórico, ordenó al Congreso de la Unión, mediante sentencia, expedir una ley en la que se regulara el gasto en publicidad oficial antes del 30 de abril de 2018.

Todas las autoridades tienen la obligación de respetar la Constitución, de tal manera que cuando existe un mandato constitucional – que en este caso fue el artículo transitorio de las reformas al artículo 134 constitucional- el Poder Legislativo no es libre para decidir no legislar, sino que puede ser obligado por los tribunales de amparo (...) La sentencia determinó que la omisión de expedir la ley señalada viola la libertad de expresión, de prensa y de información. Este derecho requiere de medios de comunicación libres, que transmitan a los ciudadanos todo tipo de opiniones, para lo cual, es necesario que cuenten con ingresos económicos suficientes. La ausencia de regulación en publicidad oficial propicia un ejercicio arbitrario del presupuesto en comunicación social, con lo que se restringe indirectamente la libertad de expresión (Boletín, 2017, p.1).

Ante esta nueva realidad, se crea el Colectivo #MediosLibres, con la finalidad de hacer cumplir la sentencia a los legisladores. Este colectivo está conformado por más de 133 medios de comunicación, periodistas, entidades académicas y organizaciones protectoras de los derechos humanos y del derecho a la información que, unidos, han alzado su voz para que el Congreso de la Unión cumpla con lo solicitado por los ministros. Sin embargo, el día 25 de abril de 2018 fue aprobada la Ley General de Comunicación Social por parte de la Cámara de Diputados y la Cámara de Senadores, y el 11 de mayo de 2018 fue publicada en el Diario Oficial de la Federación para entrar en vigor el 1 de enero de 2019.

Dicho en términos del colectivo #MediosLibres, “la Ley aprobada fomenta y legaliza malas prácticas y no cumple con los estándares mínimos necesarios para cambiar el uso inapropiado de la Publicidad Oficial en México como herramienta para ejercer la censura sutil” (Libres, 2018).

Las regulaciones legales que en México actualmente se tienen previstas están ubicadas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (artículo 134), la Ley General de Comunicación Social como ley secundaria y una mención especializada en los artículos 70 y 75 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Martínez Espinosa (2014) explica que:

El artículo 134 Constitucional es fruto de la reforma electoral de 2007 en la que se incluyeron en el artículo disposiciones en materia de uso de recursos públicos y de contenido de la

propaganda gubernamental, cuya finalidad inequívoca fue la de tutelar principios de evidente cariz electoral: imparcialidad y equidad”, dando como resultado la obligación de los servidores públicos de aplicar con imparcialidad el erario y prohíbe la propaganda personalizada (p.13).

Como se puede apreciar en el párrafo constitucional, la preocupación del legislador va más encaminada a que la publicidad pueda ser neutral y que tenga fines informativos. Es por ello que Cárdenas (2019) dice que “la evaluación de la información corresponde al ciudadano y no a los gobiernos [...] Por tales motivos, no se pueden “exagerar logros, promocionar opiniones ideológicas, sino que se debe exponer una información neutral, objetiva, confiable y mensurable” (pp.94-95). La Constitución no nos habla propiamente de un subsidio a los medios de comunicación.

Sobre la Ley General de Comunicación Social nuevamente interpuso un recurso legal la Organización Artículo 19, ya que no se cumple con lo dispuesto en la sentencia de la Suprema Corte de Justicia y la discrecionalidad sigue estando presente.

CAPÍTULO 5

Enfoque metodológico

Para el desarrollo de esta investigación se consideró pertinente utilizar una perspectiva investigativa que nos permita responder ¿cómo podemos explicar la línea editorial crítica de la revista *Proceso* a pesar de contener publicidad oficial? La metodología seleccionada es cuantitativa de análisis de contenido siguiendo a Krippendorff (1980). Las categorías de análisis se dividen en tres: la primera incluye las características formales descriptivas de la publicidad oficial inserta en la revista *Proceso*, así como sus notas de portada; la segunda es una variación del número de anuncios de publicidad oficial por conflicto entre la revista *Proceso* y el gobierno federal; y la tercera es una valoración del periodista en relación a si critica, cuestiona o denuncia según las notas de portada insertas en el medio objeto de análisis. El estudio se complementa con el uso de entrevistas como fuente secundaria y el análisis del discurso a modo de ejemplo del editorial número 1 de la revista siguiendo a Thompson (2002).

Las variables analizadas son en total 22, las cuales fueron seleccionadas de una muestra de 85 ejemplares de la revista *Proceso* en una temporalidad del año 1976 al año 2018, tomando dos ejemplares por año. En este capítulo se presentan y articulan las variables con las hipótesis de forma independiente al libro de códigos incluido en los anexos con el objetivo de caracterizar cada una de ellas.

Con la ayuda del programa SPSS Statistics 25 se realizaron las tablas y gráficos de frecuencia y contingenciales para describir cada una de las variables y estas en relación a otras, de modo que pudiera obtenerse una mirada clara sobre el comportamiento de cada uno de los indicadores evaluados. Además, se incluyen pruebas correlacionales que buscan establecer la existencia o no de relación entre variables.

Tomando en consideración la propuesta que hacen los autores Orozco, G. y R. González (2011), esta investigación sigue un método lógico deductivo que va de lo universal a lo particular siguiendo la relación teórica entre prensa y poder en México, enfocando el objeto de estudio de la realidad a las ideas. Igualmente, es un trabajo inspirado en la corriente

empirista, es decir, se adquiere conocimiento a través de la experiencia en la que se persigue un orden y progreso, razón por la cual está posicionada metodológicamente en la corriente positivista siguiendo a autores como Hugues, Lawson, Trejo, Benson, Chapa, etc., por citar a algunos, con un enfoque hipotético-deductivo. Así, se puede inferir a partir de la función crítica de la prensa, que es incómoda e indeseable para los gobernantes precisamente porque implica costos asociados, como una rama de poder más que ejerce funciones de vigilancia y denuncia (Norris, 2014), de tal suerte que se trata de descubrir ¿por qué el caso de la revista *Proceso* es la excepción en el ecosistema de medios?

La hipótesis es que *Proceso* ha podido mantener su línea editorial crítica pues el tipo de publicidad oficial que tiene no está directamente relacionado con las instituciones que se critican en la revista. Lo anterior sigue la propuesta de Gunter (2014), quien nos dice que la escuela positivista o el enfoque hipotético-deductivo de las investigaciones sobre medios, tienen “interés en el establecimiento, la comprobación o refutación de hipótesis” [...], así como [...] “permitir la medición de las fortalezas de los vínculos causales o los grados de asociación entre estos” (p.379), lo cual será posible a través del análisis de contenido que siguiendo a Krippendorff (1980) es una técnica que se propone realizar inferencias válidas y replicables de textos. Se suma a esto la relevancia del contexto en el que se generan y, sobre todo, que da referencia de un fenómeno particular que se estudia, así como sus acciones prácticas. Se profundizará al respecto en este capítulo.

5.1. La importancia del contexto en el análisis de contenido

Según Krippendorff (1980), “el análisis de contenido acepta material no estructurado, es sensible al contexto y, por lo tanto, es capaz de procesar formas simbólicas” (pp.42-43). En consecuencia, por ello es importante puntualizar en este apartado que la prensa escrita en México debe estudiarse de forma paralela a lo que ha sido la transformación del régimen político a lo largo de la historia. Los datos cuantitativos obedecen a un porqué, es por ello que el dato necesita ser relatado o construido. En el caso que nos ocupa, conocer el origen de la prensa nos da luz sobre el funcionamiento del ecosistema de medios en México. Guerrero

(2010) explica que “la prensa escrita no surge con la vocación de informar a una ciudadanía que demanda, participa o se informa sobre su vida pública, sino que surge como un intermediario de intereses entre las élites políticas y económicas” (p.237). Es por ello que se dice que la prensa en México nace subordinada al poder.

Con el interés de ver qué tanto ha sido afectada la línea editorial crítica de la revista *Proceso* a través de su relación con el gobierno, se entra al análisis del comportamiento de la publicidad oficial inserta en la revista, sus notas de portada, la valoración de los periodistas y el comportamiento de la publicidad oficial en tiempos de conflicto. Para ello se consideró idónea la perspectiva cuantitativa a través del análisis de contenido siguiendo a Krippendorff (1980).

5.2. La pertinencia del análisis de contenido

Para poder conocer en qué perspectiva se basaría esta investigación, se repasan críticamente las técnicas usadas en los estudios que hay sobre *Proceso* en cuanto al aporte en términos metodológicos y que fueron ampliamente abordadas en el estado del arte de este trabajo, con la finalidad de ver si el estudio de alguna de esas perspectivas pudiera apoyar a contestar las preguntas que se realizan en esta investigación.

Se observa el estudio que utiliza un análisis semiótico sobre las portadas de la revista *Proceso*; se lee otro que realiza un análisis del lenguaje también en las portadas; se verifica un tercero que realiza un sondeo a las audiencias de *Proceso*; otro que incluye un abordaje en el que se hacen entrevistas a periodistas fundadores y por último un autoanálisis realizado por un editor de la revista *Proceso*. El estudio que más se asemeja por la pregunta que contesta y la metodología empleada es el de Salazar (2018), quien realizó una investigación particular sobre las dinámicas entre prensa y poder a nivel regional, utilizando una metodología cuantitativa.

En este trabajo investigativo no se podían anticipar todas las categorías de análisis antes de haber obtenido el material. Es por eso que se pensó en realizar el análisis con relación al contexto porque muchas veces las notas de portada por sí solas no nos daban toda la información que se estaba buscando y era necesario contextualizarlas para poderlas clasificar. De modo que el análisis de la revista se realiza a través de verificar, establecer, determinar y explicar si la publicidad oficial condiciona la crítica periodística en la revista *Proceso*, a través del análisis de la relación entre las características de la historia de las notas de portada, el conflicto de la revista con el gobierno y la valoración periodística.

El presente trabajo empleó el análisis de contenido, el cual es considerado como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorf, 1980, p. 28). Al respecto, se infiere que *Proceso* es un caso de excepción a lo señalado en la literatura académica en cuanto a la subordinación de los medios en México al poder. La publicidad oficial no se relaciona directamente con la crítica de la revista porque en su interior mantiene la publicidad oficial que le permite serlo. De tal modo, a mayor publicidad oficial de secretarías de estado que no cumplen funciones sustantivas, organismos descentralizados organismos autónomos, poderes de la unión u órganos de gobierno, organizaciones gremiales, instituciones de banca y empresas estatales (segundo círculo), mayor crítica con respecto a Secretarías de Estado que ostentan funciones sustantivas (primer círculo), es decir, no depende la revista *Proceso* de aquellas dependencias que critica en sus contenidos.

Proceso acepta publicidad del segundo círculo porque reproduce o está en correspondencia con sus valores periodísticos. La revista mantiene una línea editorial crítica con relación al núcleo del gobierno o estas secretarías con funciones sustantivas y se desentiende del segundo círculo. Los valores de medio siguen vigentes de forma permanente porque no ha cedido a los conflictos que ha llegado a tener con el gobierno a la vez que se ha mantenido crítico a este. A través de la publicidad del segundo círculo llega *Proceso* a los lectores (élite) porque hay otras revistas que no llegan a ellos.

La publicidad oficial inserta en la revista *Proceso* en su mayoría se encuentra en páginas en las que la publicidad luce más visible. En su mayoría ocupan planas completas, lo que nos

lleva a relacionarlo con el costo de la misma teniendo en cuenta que tienen el valor más alto. La publicidad privada y las inserciones pagadas son lo más abundante en la revista *Proceso*. La publicidad inserta busca cumplir con la lógica de comunicar al ciudadano lector el quehacer del gobierno.

La publicidad Oficial inserta en *Proceso* no se vio afectada a la baja en el sexenio en el que entró en conflicto con la figura presidencial y el gobierno, sino en los sexenios posteriores porque las crisis se presentaban casi a finales del período de gobierno. Los conflictos principales con publicidad oficial fueron en los períodos de López Portillo, de la Madrid, Fox y Calderón. En los cambios de partido en el gobierno se mantuvo el mismo criterio gubernamental hacia la prensa. Con el reforzamiento de los organismos autónomos a partir de los años 90 hubo un incremento en la compra de publicidad oficial teniendo como resultado que la figura autoritaria del presidente se fuera desdibujando y con ello el gobierno empieza a sofisticar las formas para mantener su control sobre los medios.

Las notas de portada en su mayoría son críticas al gobierno y a las campañas políticas. Es a través de esa cobertura que se pretende influir en el acontecer nacional por parte de los periodistas de *Proceso*, quienes se mantienen fieles a la línea editorial de la revista.

Se infiere que los temas que se desarrollan son en su mayoría cuestionamientos, críticas y denuncias dirigidas al presidente y/o a las secretarías de estado que llevan a cabo funciones sustantivas en el gobierno.

Los organismos que se anuncian en la revista guardan una relación en la que no directamente se ven afectados por la nota que aparece en la portada. Presumiblemente, los organismos que se anuncian no son objeto de la crítica porque el interés es llegar al lector. La perspectiva cuantitativa de Krippendorff permite realizar inferencias de tipo cualitativo y es por ello que resultó idóneo para la conformación de este marco de referencia conceptual.

Los periodistas que elaboran las notas cuyos titulares están insertos en las portadas de los ejemplares analizados son críticos. Esto se infiere por la posición que ocupa el título de su reportaje, el número de hojas o extensión que tiene la cobertura al interior del ejemplar y las

características de la historia. La mayoría de las notas se desarrollan en un foco geográfico nacional, es decir, la crítica, cuestionamiento y denuncia se realiza al gobierno federal.

Este tipo de metodologías cuantitativas permiten que las preguntas de investigación guíen la observación, es decir, podemos preguntarnos en términos cuantitativos ¿cómo se ha comportado la publicidad oficial de instituciones federales y su relación con las notas de portada de la revista *Proceso*?, ¿cómo se comportó la inserción de publicidad oficial de instituciones federales en momentos de conflicto entre *Proceso* y el gobierno? y ¿existe relación significativa entre características de la historia de las notas de portada de la revista *Proceso* y la valoración del periodista? Sobre ese proceso de construcción trata este apartado.

En el caso específico de la *Proceso*, todo parece indicar que la existencia de la publicidad oficial no condiciona la crítica. ¿Por qué el caso de excepción es *Proceso*? ¿Por qué *Proceso* no reacciona como lo indica la literatura académica que debería reaccionar? Eso se puede responder a partir de ciertas variables que tienen que ver con tipo de anunciante, cantidad de publicidad, características de la historia de las notas de portada, valores periodísticos, etc.

Las 22 variables analizadas en la muestra fueron las siguientes:

V1: Número de ejemplar de la revista

V2: Número total de inserciones de publicidad

V3: Tipo de publicidad

V4: Tipo de publicidad privada que se anuncia

V5: Tipo de Dependencia de Gobierno que se anuncia

V5 BIS Partido político que se anuncia

V5 TER Inserción Pagada y/o gacetillas

V6: Número de página del ejemplar

V7: Sección de la revista

V8: Tamaño del anuncio

V9: Tipo de papel

V10: Número total de páginas del ejemplar

V11: Número total de páginas de publicidad oficial

V12: Número total de páginas de publicidad privada

V13: Notas de portada

V14: Características de la historia de portada

V15: Sección de la nota de portada

V15Bis: Tamaño de cobertura en el interior de la revista de la nota de portada

V16: Foco geográfico

V17: Cuestionamiento, crítica, denuncia del periodista a través de la nota de portada

V18: Relación de la Publicidad Oficial con las notas de portada

V19: Nombre del presidente de la república

Según Bruhn (2014), la “hipótesis es una propuesta que hay que probar, o una declaración conjetural sobre la relación entre dos variables [...] De aquí se desprende que uno de los objetivos principales sea establecer la cercanía de la relación entre las variables independientes y las variables dependientes. Al respecto Bryman (2008) concluye que las hipótesis pronostican los vínculos entre las variables.

Las investigaciones cuantitativas buscan primordialmente demostrar las relaciones causa-efecto, por lo que a través de las variables podemos pronosticar el vínculo que existe en este caso entre los organismos que se anuncian en la revista *Proceso* y las notas de portada, porque a través de ese vínculo inferimos que puede haber una afectación directa en un sentido o en otro, es decir, se puede llegar a la hipótesis de que la revista *Proceso* se ha podido mantener

crítica pues el tipo de publicidad oficial que tiene no está directamente relacionada con las instituciones que se critican. Estas pertenecen en su mayoría al segundo círculo que, además, se apegan a sus valores periodísticos, porque no cede a las presiones del gobierno a pesar de los conflictos que tuvo y porque muy probablemente los organismos oficiales a pesar de reconocer que la revista es crítica se siguen anunciando porque les interesa llegar al lector de la revista para aprovechar el posicionamiento y legitimidad que esta posee.

5.3. La operacionalización de las variables

Los datos o unidades de información que se fueron obteniendo se clasificaron en un archivo Excel que estuvo dividido en tres partes. En la primera hoja de cálculo se caracterizó la publicidad oficial en posición, tamaño y tipo. En la segunda parte se identificaron los datos de la revista como número y fecha del ejemplar, tipo de papel, volumen total de publicidad y sexenio. En una tercera hoja de cálculo se identificaron las características de la historia de las notas de portada, así como la valoración de los periodistas sobre ellas y el foco geográfico en el que se encuentran para posteriormente relacionar el contenido de la publicidad oficial con las preferencias editoriales de las portadas de la revista *Proceso*.

Uno de los objetivos centrales en esta investigación era armar las variables, las cuales se identifican como “representaciones empíricas de un concepto o un constructo [...] que nos proporcionarán medidas operativas para cuantificar y manipular” (Gunter, 2014, p. 19). En esta investigación se construyeron 22 variables para cumplir con el objetivo general de caracterizar la relación entre la publicidad oficial y la línea editorial crítica de la revista.

Se siguió a Bruhn (2014) para poder identificar y construir las variables en función de su relación entre sí. De tal manera que se pensó que entre las respuestas clave a obtener en esta investigación eran la cantidad total de publicidad oficial (V20) que está inserta en los números de la revista *Proceso*, así como conocer qué organismos gubernamentales se anuncian en la revista (V5). Dicha información se identifica que puede cambiar libremente su valor, sin que se vea afectado por alguna otra u otras variables. Es por ello que se consideraron como variables independientes, tomando en cuenta que está última “es aquella

que el investigador puede manipular (...) también se le conoce como causal en el sentido de que es un concepto o un constructo que puede producir una respuesta o resultado medible (...)” (Bruhn, 2014, p.17).

De tal suerte que las variables independientes en este trabajo de investigación son la V20 consistente en la cantidad de publicidad oficial inserta en la muestra de la revista *Proceso* y la V5, llamada organismos gubernamentales que se anuncian en la revista.

La V5 que desde fuera pareciera muy homogénea, no lo fue, porque en realidad había dos grupos aquí identificados y llamados círculos al interior de ella, diferenciables por el tipo de actor político a través del cual forman fuerzas que a veces son de oposición, pero que para mantener cohesión política en el partido en el gobierno se guían por una ley no escrita que es la posibilidad de tender puentes e invitarlos a formar parte de lo que coloquialmente se conoce como gabinete ampliado. Muchas veces esos acuerdos se dan entre grupos políticos que son rivales, pero es parte del entendimiento político para mantener la cohesión de la élite y para que no se vayan a otros partidos.

Como primer círculo vamos a identificar a la oficina de la presidencia, al presidente y a las secretarías de estado que realizan funciones sustantivas dentro del gobierno. Para este trabajo se consideraron como secretarías de primer círculo las siguientes:

- ✓ Secretaría de Gobernación
- ✓ Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- ✓ Secretaría de Economía
- ✓ Secretaría de Energía
- ✓ Secretaría de Comunicaciones y Transportes
- ✓ Secretaría de Educación Pública
- ✓ Secretaría de Relaciones Exteriores

Como segundo círculo, vamos a entender el conformado por este grupo de gabinete ampliado: organismos descentralizados, organismos autónomos, poderes de la unión u órganos de gobierno, organizaciones gremiales, instituciones de banca y empresas estatales cuyo financiamiento lo obtienen a través de dinero público. Tales son los casos de: UNAM,

Canales gubernamentales, UAM, Fondo de Cultura Económico, Bellas Artes, Poder Judicial, Cámara de Diputados, CONACULTA, entre otros muchos.

Las variables dependientes cuyo valor depende enteramente de otras variables, en esta investigación son la crítica periodística que es representada por la V17 llamada cuestionamiento, crítica o denuncia del periodista en las notas que se encuentran en las portadas de la muestra y la V18 que indica si se relaciona con la publicidad oficial o no la nota de portada, de acuerdo con Bruhn (2014), quien nos dice que variable dependiente “es la medida de la respuesta o el resultado (...) también se conoce como la variable de efecto o de criterio. Es decir, lo que en esta investigación se va a explicar.

Como variables intermedias vamos a tener a estos organismos del segundo círculo que son quienes proporcionan la mayor parte de los recursos económicos mediante la compra de la publicidad oficial. También vamos a tener a la muy interiorizada cultura periodística por parte de los reporteros y periodistas que participan y aportan sus investigaciones a la revista *Proceso*, las cuales se colocan como titulares en la portada de los ejemplares.

Ambas variables intermedias se identifican por las notas de las portadas, el compromiso social, la idea de justicia y el cumplimiento de su función social en una sociedad desigual. Ambas variables no operan al mismo nivel. Una de ellas hace referencia a los valores periodísticos y prácticas editoriales y, la otra, a la supervivencia de la agencia, por lo que no tenemos elementos para suponer que una pesa más que la otra, pero lo que se pone en evidencia en esta investigación es que ambas tienen una importancia notable.

Para la obtención de los datos se recurrió a la hemeroteca de la Universidad Iberoamericana, la cual albergaba casi todos los ejemplares de la revista *Proceso* desde el número 1 hasta el 2192. Se llevaron a cabo tres solicitudes de préstamo interbibliotecario para obtener algunas páginas específicas porque fueron arrancadas o faltaban de los ejemplares consultados.⁷ El ejemplar número 1077 no se encontró en la biblioteca y por ese motivo se tuvo que comprar a través de la hemeroteca digital que tiene el portal <https://www.proceso.com.mx/>.

⁷ Los números de ejemplares de los que se realizó la solicitud fueron el 1, el 190 y el 470.

Para poder caracterizar la publicidad oficial en volumen, posición, tamaño y tipo, así como su incidencia en la línea editorial crítica de la revista *Proceso* de 1976 a 2018, fue necesario analizar una muestra de los ejemplares de ese período.

Siguiendo a Gunter (2014), “en las investigaciones cuantitativas, la medición se realiza mediante cifras. La calidad de las investigaciones se ve afectada de manera crucial por la eficacia del procesamiento, análisis y la interpretación de los datos” (p.48). Teniendo lo anterior en cuenta se utilizaron para esta investigación conceptos básicos que se relacionan con los tipos de medición y los procedimientos para analizar la relación entre esas mediciones resultantes.

5.4. Construcción y selección de la muestra

Según Hernández-Sampieri (2018), “una muestra es un subgrupo de la población o universo que te interesa, sobre la cual se recolectarán los datos pertinentes, y deberá ser representativa de dicha población” (p. 76). Al respecto, se tuvo en cuenta que la revista *Proceso* llevaba al cierre del año 2018 un total de 2200 ejemplares de los cuales se eligieron 85 en un muestreo razonado y no probabilístico.

Acorde con la literatura se tomó en cuenta “el planteamiento del problema, el esquema de investigación, la homogeneidad de las unidades estudiadas y la contribución que se piensa hacer con ella” (Sampieri, 2018, p. 81). Una vez que se tuvo a la vista todo el universo de ejemplares, se decidió elegir una muestra no probabilística. Los criterios fueron pensar en qué parte del año se creía que había una mayor presencia de publicidad oficial y a partir de ese criterio hacer la selección ya que el volumen total de publicidad oficial inserta en la revista es de los datos más importantes para poder establecer que *Proceso* es independiente o autónomo del gobierno.

El 6 de noviembre de 1976 salió el primer ejemplar de *Proceso* a la venta, por lo que esta fecha fue el número de partida. Se decidió entonces tomar en cuenta el número de aniversario de cada año, es decir, la fecha más cercana al 6 de noviembre y la fecha del 21 de junio o

tercera semana de junio de cada año, ya que la veda electoral del año 2018 fue del 28 al 30 de junio. Conscientes de que la ley ha estado cambiando desde 1976 y se fueron acortando los días de la veda electoral, se tomó como criterio importante el mes de junio de cada año para que coincidiera con el número de ejemplar antes de las elecciones en el cambio del sexenio en México teniendo en cuenta que nuestras elecciones presidenciales son cada 6 años. De esta forma se calcularon unos 10 días antes de las elecciones y para que el número de ejemplar esté entre el primer semestre del año, se tomó de referencia el tercer domingo de junio.

La muestra fue construida siguiendo a Hernández-Sampieri (2018) porque “la elección no dependió de la probabilidad sino de razones relacionadas con las características y contexto de la investigación” (p.146). Fue una muestra dirigida. Para la selección fue fundamental verificar el volumen de publicidad oficial inserta en la revista *Proceso*. El periodo electoral resulta idóneo porque, aunque en la mayoría de los años a partir de 1976 al 2000 sólo estuvo un partido en el poder, sí hacían campaña política electoral y es por ello que se considera que, durante este mes cercano a las elecciones de cada seis años, existe un incremento de publicidad oficial y es por ello el razonamiento de elegir esta fecha en el mes de junio.

Se comienza a inferir que la publicidad inserta en *Proceso* pertenece en su mayoría a organismos descentralizados y autónomos. Eso en relación a los valores periodísticos de la revista y al tipo de lector que la literatura académica prevé como élite. Al respecto de *Proceso*, Guerrero (2018) explica que:

[...] es posible suponer que su orientación informativa obedezca muy probablemente [...] al tipo de públicos lectores que han cultivado por años: una audiencia urbana, moderna, relativamente educada (incluso vinculada a ámbitos universitarios e intelectuales de izquierda), que espera de sus espacios informativos sobre todo un papel vigilante (watchdog) frente a los abusos del poder (pp.134-135).

Es por ello que se dice que *Proceso* es congruente con la línea editorial crítica cuyo sujeto de la misma es el presidente y las secretarías de estado que cumplen con el desarrollo de funciones sustantivas. La línea a seguir se plasmó en el número uno de la revista, razón por

la cual en cada número de aniversario siguen refrendando estos valores de la línea editorial crítica. Lo anterior se verificará a partir de identificar cómo se ha comportado el tipo de institución federal del primer círculo y segundo círculo que se anuncian en la revista *Proceso*.

La visibilidad que buscan los organismos gubernamentales en la revista se infiere que es porque ocupan en su mayoría un espacio importante en cuanto a posición y tamaño dentro de los ejemplares de la revista. Lo anterior se da en el cumplimiento de campañas de comunicación social que al interior de cada secretaría u organismo desarrollan para visibilizar el trabajo y la labor que realizan. Se infiere también que ocupan un espacio preponderante las inserciones pagadas ya sea por particulares o por organismos gubernamentales junto a la publicidad pagada por los partidos políticos.

La publicidad privada se cree ocupa un lugar muy importante también y esto traducido económicamente es un considerable ingreso financiero para la revista. Lo anterior se busca comprobar a partir de una caracterización de la publicidad oficial inserta en *Proceso* en cuanto a posición, tamaño, tipo (inserción, partido, etc.), e historia de la publicidad oficial (para entender la importancia que le dan los organismos que se anuncian).

Es importante establecer el comportamiento de la publicidad oficial por sexenio porque se busca identificar que en los momentos de conflicto histórico entre la revista *Proceso* y el gobierno se afectó la continuidad en el sexenio inmediato y no en el que se llevó a cabo el conflicto. Se infiere, además, que el posicionamiento del gobierno con la prensa, independientemente del partido gobernante, se mantuvo en la misma línea y que el reforzamiento de los órganos autónomos incrementó su visibilidad a través de la compra de publicidad oficial dentro de la revista. Lo anterior se hará explicando cómo se comportó la inserción de publicidad oficial en momentos de conflicto entre la revista *Proceso* y el gobierno.

Se infiere que los temas de las notas de portada son en su mayoría críticas, denuncias o cuestionamientos al gobierno y con relación a campañas electorales, siendo congruentes con la línea editorial crítica que en palabras de Guerrero (2018) explica que esta postura de la revista *Proceso* mantiene un “paralelismo político inverso muy claro frente a la narrativa

oficial, es decir, una natural distancia del discurso del poder” (p.134). Por ello es importante establecer si existe relación significativa entre características de la historia de los títulos de las notas de portada y la valoración del periodista en cuanto a si critica, cuestiona o denuncia. Al respecto de los títulos de las notas insertos en la portada de los ejemplares analizados, se infiere que no se relacionan con la publicidad oficial de la revista *Proceso*, porque los organismos que se anuncian no son objeto de la crítica.

Como puede observarse, la elección de la muestra obedece a las razones relacionadas con las características y contexto de la investigación, “presentando la desventaja de no poder calcular con precisión el error estándar” (Sampieri, 2018, p. 215). Es por ello que se aplicaron pruebas estadísticas que se explicarán a continuación para la obtención de resultados. Las herramientas se aplicaron a las tres bases de datos señaladas anteriormente que contienen el vaciado de la muestra de los 85 ejemplares de *Proceso*, del ejemplar número 1 de 1976 al ejemplar número 2192 de fecha 4 de noviembre de 2018.

5.5. Herramienta de análisis

Se desarrolló una herramienta cuantitativa compuesta por 22 variables de conformidad con lo descrito por Krippendorff (1980) y el libro de códigos de Mellado (2015), dando como resultado la siguiente caracterización de cada una de las variables que conforman el instrumento. Como ya se anticipó cada variable está articulada con la hipótesis que trata de probar.

V1: Número de ejemplar de la revista: esta variable nos sitúa en fecha y número de ejemplar, con la finalidad de que podamos verificar en qué años hubo un mayor incremento de la publicidad oficial. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que la publicidad oficial se mantiene constante, independientemente de la relación con el gobierno.

V2: Número total de inserciones de publicidad: la variable nos permite cuantificar el número de inserciones totales en cada ejemplar de la revista *Proceso*. Resulta de la

sumatoria de número de inserciones de publicidad oficial, publicidad privada, inserciones pagadas y partidos políticos anunciados. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada.

V3: Tipo de publicidad: esta variable está diseñada para caracterizar la publicidad en pública, cuando pertenece a organismos que dependen o forman parte de alguna manera de cualquier ente de los tres niveles de gobierno federal, local o municipal; privada, cuando la publicidad es pagada con fondos de naturaleza particular, es decir, que no pertenecen a instituciones gubernamentales. Las inserciones pagadas se refieren a gacetillas sufragadas con fondos públicos o privados, que puede o no tener el mismo formato de diseño que el desarrollo o cobertura de las notas dentro de la revista. En esta variable están previstas cartas dirigidas a funcionarios de gobierno, anuncios gubernamentales que pretenden confundirse con el contenido informativo de la revista o cartas dirigidas a la opinión pública, pero que son pagadas ya sea de forma particular o gubernamental a la revista. Finalmente se distingue también la publicidad inserta que es pagada por los partidos políticos. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal, las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada.

V4: Tipo de publicidad privada que se anuncia: En esta variable encontramos agrupados por tema, las marcas que se anuncian dentro de la revista y que son pagadas con fondos de naturaleza privados. Los grupos se trataron de conformar por gremios. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal, las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada.

V5: Tipo de Dependencia de Gobierno que se anuncia: encontramos en esta variable entidades de la administración pública federal, dependencias federales, organismos descentralizados, empresas paraestatales, organismos autónomos, las empresas de participación estatal, las instituciones nacionales de crédito, las organizaciones auxiliares nacionales de crédito, las instituciones nacionales de seguros y de fianzas y los fideicomisos, gobiernos de los estados de la república como entidades federativas, poder ejecutivo, poder legislativo, poder judicial, gobiernos municipales o alcaldías, canales gubernamentales, universidades públicas de los tres niveles de gobierno, sindicatos, estaciones de radio gubernamentales, cámaras con algún tipo de injerencia estatal y festivales con participación de entes de gobierno en cualquiera de sus tres niveles. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal, las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada y también con la hipótesis específica que nos dice que la publicidad oficial se mantiene constante, independientemente de la relación con el gobierno.

Las universidades públicas autónomas son organismos descentralizados que forman parte de la administración pública y, por ende, integran la entidad política a la que pertenecen, esto es, la Federación o la correspondiente entidad federativa. Además, se encuentran dotadas legalmente de autonomía, en términos del artículo 3º, fracción VIII de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, por lo que gozan de independencia para determinar por sí solas, supeditadas a los principios constitucionales que rigen la actuación de cualquier órgano del Estado, los términos y condiciones en que desarrollarán los servicios educativos que presten, los requisitos de ingreso, promoción y permanencia de su personal académico y la forma en que administrarán su patrimonio, destacando que en la ley en la que se les otorga la referida autonomía, con el fin de que puedan ejercerla plenamente, se les habilita para emitir disposiciones administrativas de observancia general.

V5 BIS: Partido político que se anuncia: en esta variable están previstas las entidades de interés público con personalidad jurídica y patrimonio propios llamados partidos

políticos. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal, las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada.

V5 TER: Inserción Pagada y/o gacetillas: en esta variable están las gacetillas que son adquiridas ya sea con fondos públicos o privados, que pueden o no tener el mismo formato de diseño que el desarrollo o cobertura de las notas dentro de la revista. En esta variable están previstas cartas dirigidas a funcionarios de gobierno, anuncios gubernamentales que pretenden confundirse con el contenido informativo de la revista, denuncias ciudadanas, cartas dirigidas a la opinión pública pero que son pagadas ya sea de forma particular o gubernamental; y finalmente se distingue también la publicidad inserta que es pagada por los partidos políticos. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada y también con la hipótesis específica que nos dice que la publicidad oficial se mantiene constante, independientemente de la relación con el gobierno.

V6: Número de página del ejemplar: en esta variable se obtiene la posición que dentro de la revista ocupa la publicidad, ya sea oficial o privada. Las páginas del lado izquierdo tienen número pare y las páginas del lado derecho tienen número non. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada.

V7: Sección de la revista: nos indica la ubicación que la noticia tiene dentro de la revista. La sección está descrita en el margen superior, ya sea derecho o izquierdo y usualmente está resaltada en negritas y con una fuente más grande que la descripción de la nota en el interior. El listado de secciones se encuentra en las primeras páginas

del interior de la revista y la posición puede variar de acuerdo al ejemplar. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal, las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada.

V8: Tamaño del anuncio: esta variable nos permite describir las medidas del anuncio o publicidad ya sea oficial o privada, dentro de la revista. Las medidas corresponden a las tarifas de publicidad que *Proceso* manejaba en el año 2018. Las medidas previstas son:

EDICIÓN SEMANAL

ESPACIO	TARIFA	TARIFA PARA UNIVERSIDAD IBERO
1 plana	\$ 62,750.00	\$ 37,650.00
2/3 plana	\$ 47,800.00	\$ 28,680.00
1/2 plana	\$ 37,200.00	\$ 22,320.00
1/3 plana	\$ 26,200.00	\$ 15,720.00
1/6 plana	\$ 14,400.00	\$ 8,640.00

Ilustración 3-Medidas y costos previstos para cada inserción publicitaria en la revista *Proceso*⁸

La hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal, las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada.

V9: Tipo de papel: en esta variable se describe el grosor, color y textura del papel en el que está impreso la revista *Proceso*. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que los valores periodísticos de la revista *Proceso* son visibles en las notas de portada.

⁸ Los precios son sin IVA.

V10: Número total de páginas del ejemplar: se registra en esta variable el número total de páginas del ejemplar tomando en cuenta la portada y la última página externa con la que se cierra el número de la revista. Esta variable también contabiliza las páginas no numeradas del ejemplar, iniciando el conteo de forma escalada, siendo la portada el número 1. Esta variable nos pone en perspectiva de todo el universo que conforma la revista *Proceso* en páginas para poder calcular porcentajes de la inserción de publicidad oficial. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal, las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada.

V11: Número total de páginas de publicidad oficial: esta variable nos permite cuantificar el número de inserciones totales de publicidad oficial que se encuentran dentro de cada ejemplar de la revista *Proceso*. Es decir, nos indica la cifra total de inserciones de publicidad oficial por ejemplar. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal, las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada.

V12: Número total de páginas de publicidad privada: esta variable nos permite cuantificar el número de inserciones totales de publicidad privada que se encuentran dentro de cada ejemplar de la revista *Proceso*. Es decir, nos indica la cifra total de inserciones de publicidad privada por ejemplar. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal, las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada.

V12BIS: Número total de páginas de publicidad de partido político: esta variable nos permite cuantificar el número de inserciones totales de publicidad de partidos políticos que se encuentran dentro de cada ejemplar de la revista *Proceso*. Es decir,

nos indica la cifra total de inserciones de publicidad de partido político por ejemplar. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal, las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada.

V12TER: Número total de páginas de inserción pagada o gacetillas: esta variable nos permite cuantificar el número de inserciones totales de publicidad de partidos políticos que se encuentran dentro de cada ejemplar de la revista *Proceso*. Es decir, nos indica la cifra total de inserciones de publicidad de partido político por ejemplar. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal, las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada.

V13: Notas de portada: los títulos de las notas más importantes de cada ejemplar se encuentran en las portadas de las mismas. Es por ello que esta variable registra cada uno de los títulos que contiene cada edición. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal, las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada y también con la hipótesis específica que nos dice que los valores periodísticos de la revista *Proceso* son visibles en las notas de portada.

V14: Características de la historia de portada: “esta variable indica el tópico central de la historia de acuerdo a la siguiente lista de categorías” (Mellado, 2015).

“1= Gobierno/Legislatura. Corresponde a la información relacionada al poder formal e institucionalizado [...] Congreso de la Unión [...].

2= Campañas / Elecciones / Política. Noticias sobre elecciones/ campañas/ política, política y religión, así como abusos y escándalos en período de elección/campaña [...].

3=Policía/Crimen, delincuencia. Involucra incidentes criminales, corrupción y delitos financieros, tendencias criminales [...], medidas de defensa ante crímenes y *Procesos* judiciales sobre un hecho criminal específico [...].

4=Tribunales. Se refiere a las cuestiones internas del sistema de justicia tales como el nombramiento de jueces, medidas que no solo correspondan a un caso criminal específico y demás asuntos internos [...].

5=Defensa/ Militar/ Seguridad Nacional. Se refiere a la información relacionada a las políticas militares y de defensa nacional del país, considerando acciones de protección y amenazas desde el exterior [...].

6=Economía/Negocios. Se refiere a todas las actividades no legislativas relacionadas con el funcionamiento económico incluyendo negocios y finanzas personales, o bien las consecuencias de políticas públicas (por ejemplo, reformas) en la economía [...].

7=Educación. Se refiere a toda la educación primaria, secundaria y post-secundaria, sea pública o privada. Incluye las actividades extracurriculares (debate, teatro, actividades comunitarias, etc.) que estén específicamente conectadas con la escuela.

8=Energía/Medio ambiente. Se refiere a toda la información relativa a la ecología y al medioambiente [...].

9=Transporte. Este ítem considera las informaciones relativas a mecanismos, dispositivos, manejo, funcionamiento e impacto de los medios de transporte en todas sus manifestaciones (aéreo, marítimo, terrestre; público y privado) [...].

10=Vivienda/Infraestructura. Se refiere a la información sobre el estado actual y futuro del desarrollo material de la sociedad en sus aspectos concretos (dónde y cómo vive; dónde y cómo se interconecta; cuáles son las estrategias y mecanismos de conectividad) [...].

11=Accidentes/desastres naturales. Se refiere a la información sobre accidentes provocados por el hombre (de transporte aéreo, marítimo, terrestre o ferroviario, explosiones, incendios, entre otros), así como también desastres naturales tales como terremotos, maremotos, aludes, desbordes de ríos, inundaciones, tormentas, huracanes, incendios forestales, entre otros [...].

12=Salud. Se refiere a noticias sobre el sistema de salud, salud pública, enfermedades/ prevención. Se refiere a las noticias que se focalizan en los componentes del sistema de salud general [...].

13=Religión/Iglesias. Se refiere a información relativa al desarrollo espiritual de los individuos y la población en general, considerando las actividades de las instituciones que administran la fe (iglesias, por ejemplo), así como también los debates referidos a las creencias, valores y moral de la sociedad [...].

14=Derechos Humanos. Se refiere a la información sobre libertades y reivindicaciones sobre bienes elementales de toda persona en tanto ser humano, como garantía de una vida digna [...].

15=Manifestaciones/Protestas. Este tema se refiere a situaciones, hechos y acciones que denotan conflicto entre uno o más actores en la sociedad por diversas causas [...].

16=Problemas sociales. Este ítem se refiere a cuestiones sobre desigualdad, pobreza, indigencia, desarrollo (o falta de éste), entre otros.

17= Otros. Historias que no encajan en ninguna de las categorías previas, tales como eventos deportivos, espectáculos, cultura, internacional” (Mellado, 2015)

Para la clasificación de esta variable se tomó en cuenta el contexto de la misma, porque hay ocasiones en que, con solo el título, no se podría haber clasificado. La

hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal, las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada y también con la hipótesis específica que nos dice que los valores periodísticos de la revista *Proceso* son visibles en las notas de portada.

V15=Sección de la nota de portada: nos indica la ubicación que el desarrollo de la noticia tiene dentro de la revista. La sección está descrita en el margen superior, ya sea derecho o izquierdo, y usualmente está resaltada en negritas y con una fuente más grande que la descripción de la nota en el interior. El listado de secciones se encuentra en las primeras páginas del interior de la revista. La posición puede variar de acuerdo al ejemplar. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que los valores periodísticos de la revista *Proceso* son visibles en las notas de portada.

V15Bis: Tamaño de cobertura en el interior de la revista de la nota de portada: esta variable nos permite describir el espacio en el que un título de portada es abordado o desarrollado en el interior de la revista *Proceso*. El espacio es descrito desde un entero como página completa, tomando en consideración el espacio adicional desde un tercio escalado de acuerdo a sus dimensiones. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que los valores periodísticos de la revista *Proceso* son visibles en las notas de portada.

V16: Foco geográfico: “esta variable considera el área geográfica donde ocurre la noticia” (Mellado, 2015). Se clasifica en local, nacional, internacional o no lo sabe. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal, las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada

V17: Cuestionamiento, crítica, denuncia del periodista a través de la nota de portada: en esta variable se identifica sobre “el rasgo que define el modelo vigilante (que) no

es la postura política del periodista o del medio, sino la función de cuestionar, criticar y/o denunciar a instituciones o individuos pertenecientes a la elite política, económica o a la sociedad civil organizada [...] con el objeto de maximizar la transparencia y la eficacia de la gobernanza. [...] (Mellado, 2015). En la variable se caracteriza si hay cuestionamiento, crítica y/o denuncia o no la hay, es decir, se diferencia entre si la hay o no. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que los valores periodísticos de la revista *Proceso* son visibles en las notas de portada.

V18: Relación de la Publicidad Oficial con las notas de portada: esta variable correlaciona si la publicidad oficial se vincula con el título de la nota de portada tomando en cuenta el contexto. La clasificación es si está relacionada la publicidad oficial del ejemplar con los títulos de la nota de portada de ese mismo ejemplar, no está relacionada la publicidad oficial con los títulos de la nota de portada del ejemplar o si está relacionada pero no directamente la publicidad oficial con los títulos de la nota de portada. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que el tipo de publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal, las cuales no se relacionan directamente con las notas de portada y también con la hipótesis específica que nos dice que los valores periodísticos de la revista *Proceso* son visibles en las notas de portada.

V19: Nombre del presidente de la república: en esta variable se identifica el nombre del presidente de México en funciones, según el año calendario que corresponde desde 1976 a 2018.

Sobre la caracterización de las notas de portada es importante puntualizar que se tomaron en cuenta tres ítems o variables del manual de codificación de Mellado (2015) que se ajustaron a la valoración de titulares que aparecen en la portada de los ejemplares de la revista *Proceso*. Su objetivo consistió en poder clasificar la historia de los títulos de las notas de portada, el foco geográfico de la nota y poder identificar si se trata de un título de nota de portada que cuestiona, critica o denuncia, con la finalidad de cuantificar la crítica en la revista *Proceso*.

La hipótesis específica relacionada con esta variable es que la publicidad oficial se mantiene constante, independientemente de la relación con el gobierno. Los conflictos principales con publicidad oficial fueron en los sexenios de López Portillo, de la Madrid, Fox y Calderón. En los cambios de partido en el gobierno se mantuvo el mismo criterio gubernamental hacia la prensa. Con el reforzamiento de los organismos autónomos a partir de los años 90 hubo un incremento en la compra de publicidad oficial teniendo como resultado que la figura autoritaria del presidente se fuera desdibujando y, con ello, el gobierno pierde control sobre la prensa.

Una vez terminada la herramienta se procedió al análisis de los resultados a través de varios pasos, iniciando por tener en claro cuál sería la unidad de análisis según la pregunta que queríamos responder. A saber, serían los anuncios publicitarios oficiales y privados, las inserciones pagadas, la publicidad de partido político, el número total de menciones por año, las notas de portada y el número de menciones en la crítica, cuestionamiento o denuncia para continuar con la búsqueda de resultados.

5.6. Pasos para el análisis de resultados

Una vez que ha quedado clara la técnica para el análisis de contenido, las categorías de análisis, el establecimiento de variables, el diseño de la muestra y del instrumento, se continuó con el análisis de resultados para lo que se establecieron tres bloques o dimensiones de acuerdo con la relación a la pregunta de investigación, de tal forma que para contestar a las preguntas específicas se dividió de la siguiente manera:

- ✓ Capítulo de características formales descriptivas de la Publicidad Oficial en el que se filtró la información por tipo de publicidad distinguiendo entre:
 - Publicidad oficial federal que a su vez se distinguió entre publicidad oficial pagada por los gobiernos estatales, por partido político, publicidad oficial pagada por secretarías de estado, por la oficina de la presidencia, por organismos descentralizados, organismos autónomos, poderes de la unión u órganos de gobierno, organizaciones gremiales, instituciones de banca,

empresas estatales y se distinguió entre inserciones pagadas por instituciones federales, inserciones pagadas por partidos políticos e inserciones pagadas por gobiernos estatales.

- Publicidad privada que a su vez se distinguió entre inserciones pagadas por actores particulares y la publicidad privada.

Para reforzar el resultado obtenido se consultó el sistema de gastos de comunicación social COMSOC con la finalidad de filtrar sus registros de compras reportadas de manera oficial a Comunicación e Información S.A de C.V (CISA), razón social dueña del nombre comercial de la revista *Proceso*. El filtro que se hizo por ejercicio anual se colocó en una tabla de Excel y de forma manual se introdujo en otra columna la publicidad oficial federal que se encontró por año en los ejemplares de la revista *Proceso* analizados, con la finalidad de hacer un comparativo y poder reforzar el argumento de que las instituciones federales que se anuncian en la revista son aquellos que pertenecen a un segundo círculo.

Después del comparativo y de separar la publicidad por tipo, se procedió a analizar su ubicación y su volumen, dividiéndola por publicidad que estuviera colocada en página con mayor visibilidad al lector y la publicidad que estuviera en la contraportada, la última página al interior de la revista y la última página exterior de la revista, tomando en cuenta que la ubicación sería importante para visibilizar qué actores son los que pagan la publicidad más cara por su ubicación. Por último, se procedió a revisar la extensión o el volumen que ocupan dentro de la revista *Proceso* de acuerdo con las medidas oficiales que maneja el medio.

Una vez que se obtuvieron esos datos se procedió a elaborar en tablas y gráficas de Excel la caracterización de cada uno de los tipos de publicidad encontrados, priorizando la ubicación por visibilidad y costo, así como el volumen de la publicidad oficial federal que es en donde está ubicado el lente de esta investigación.

También se realizó una tabla en la que de forma manual se relacionó el tipo de institución anunciada y las características de la historia de las notas de portada que se encontraron por ejemplar, siguiendo la herramienta de Mellado (2015), de tal forma que se tuvieran dos ejemplares por año y se procedió a realizar pruebas de correlación para comprobar la

existencia o no de relaciones estadísticamente significativas entre las variables Tema de portada-Anunciante y Publicidad oficial-Características de la historia.

- ✓ Capítulo de variación de la publicidad oficial por conflicto: en este apartado se realizó un filtro en Excel de tablas contingenciales para poder obtener el número total de publicidad oficial por año calendario, así como las inserciones de publicidad oficial federal para ingresar los datos en el programa SPSS Statistics 25 con el fin de obtener una gráfica lineal que permitiera identificar el comportamiento durante todo el período de estas dos variables, y comprobar si en los momentos de mayor conflicto entre el ejecutivo federal y la dirección de la revista se muestran variaciones considerables.

La información que se obtuvo daría como resultado la radiografía del comportamiento de la publicidad oficial de instituciones federales en momentos de conflicto entre la revista *Proceso* y el gobierno

- ✓ Capítulo de valoración periodística (crítica, cuestiona, denuncia): para este apartado se filtraron la valoración que de las notas de portada realizan los periodistas de la revista *Proceso* y las características de la historia de las notas de portada siguiendo la herramienta de Mellado (2015). Una vez que se obtuvieron las tablas cruzadas se aplicó una correlación Chi-Cuadrado para determinar la existencia o no de relación entre ambas variables.

Para reforzar el hallazgo se consultó como fuente secundaria la serie de entrevistas que realizó Scherer (2010) a los fundadores de la revista *Proceso* para determinar ¿cuáles son los valores que ellos creen que siguen los periodistas de la revista? También se recurrió al análisis del discurso siguiendo a Thompson (2002) para revisar lo relativo a la ideología y sus mecanismos de operación, para así comprobar que el discurso de los periodistas se da desde una posición de poder y no de resistencia o de subordinación y que estos se asumen como legítimos herederos y detentores del poder periodístico, del uso de la palabra como acción social. Concluidos todos los pasos se procedió al reporte de los hallazgos obtenidos y su análisis de acuerdo con las tres dimensiones mencionadas.

CAPÍTULO 6

La imponente presencia del segundo círculo sobre el primer círculo y la falta de relación del primero con las notas de portada

Después de haber caracterizado la publicidad oficial inserta en la revista *Proceso* y sus notas de portada, se busca responder a la pregunta de ¿cómo se ha comportado la publicidad oficial de instituciones federales y su relación con las notas de portada de la revista? Esto se responde de la siguiente manera: se encuentra que la crítica que realizan los periodistas de *Proceso* reflejada en las notas de portada es posible porque la publicidad oficial es adquirida en un 95% por organismos gubernamentales que no son criticados por el medio, es decir, que al desagregar la publicidad oficial y darnos cuenta de que no es una vía de comunicación monolítica, podemos observar dos tipos de actores: los de primer círculo y los del segundo círculo, siendo que los que adquieren el mayor número de la publicidad oficial son los actores de segundo círculo. Este no es criticado en las portadas de la revista *Proceso*.

Como ya se explicó en el capítulo teórico, el gobierno en México no es una entidad unitaria. Por más de 75 años ha sido gobernado por un partido único, el Partido Revolucionario Institucional (PRI), institución que tampoco ha sido homogénea. En el gobierno hay muchos intereses y una de las formas en que se reparte el poder es acomodándolos. En un primer momento, de 1976 al año 2000, el PRI ha negociado asumiendo y aceptando que está conformado por varios grupos de poder y a cada uno de ellos le ha asignado una parte de su gabinete, en lo que podemos llamar gabinete ampliado.

En un segundo momento en el que en México se va gestando un ambiente para lograr una transición del partido en el poder, estos intereses se van repartiendo a través de los poderes de la unión para lograr contrapesos y a la vez ir fortaleciendo los organismos autónomos que también abonan a los debidos equilibrios y que son muy importantes en la democracia mexicana.

El establecimiento de estos dos momentos es muy importante para poder responder a la pregunta general que se realiza en esta investigación en relación a ¿cómo podemos explicar la línea editorial crítica de la revista *Proceso* a pesar de contener publicidad oficial?

Se identifica que *Proceso* no se mantiene de la publicidad oficial, pero el gobierno contribuye en un porcentaje importante para que la revista pueda subsistir. Además, se aprecia que los periodistas que escriben en la revista tienen un gran compromiso periodístico que representa su ética y sus valores. En lo subsiguiente se irá desarrollando la respuesta en un primer momento caracterizando a la publicidad oficial, después a la publicidad en general para terminar con la relación existente entre la publicidad oficial y las notas de portada. Se dará inicio a la caracterización de la publicidad a partir de la publicidad oficial de las instituciones federales.

Los organismos gubernamentales que se anuncian en *Proceso* marcan una gran incógnita precisamente porque el gobierno no es una entidad unitaria. Es por ello que a lo largo de este capítulo se despeja la interrogante de cómo se comporta la publicidad oficial de instituciones federales a través de la caracterización de la publicidad oficial en particular y de la publicidad inserta en general, relacionando la publicidad oficial con las notas de portada de la revista *Proceso*, pues los organismos federales que se anuncia desde fuera parecerían homogéneos.

Sin embargo, en este trabajo se ha identificado que dentro de las instituciones federales en el gobierno hay dos tipos de actores que, para mantener cohesión política, se guían por una ley no escrita que es la posibilidad de tender puentes y meterlos en un gabinete ampliado. Para este trabajo de investigación, como ya se indicó, el foco central está puesto en la publicidad oficial. Es por ello que se decide iniciar caracterizándola. Se observan al respecto dos actores políticos a los que se llamarán de primer círculo (instituciones que realizan funciones sustantivas) y de segundo círculo (instituciones que realizan funciones secundarias).

Muchas veces estos acuerdos se dan entre grupos políticos que son rivales y que pueden o no pertenecer al mismo partido porque es parte del entendimiento político para mantener la cohesión de la élite y para que no se vayan a otros partidos si forman parte del mismo o bien para poder obtener algún tipo de subordinación política si se trata de grupos que no pertenecen al partido en el poder. Es por ello que el grupo en el gobierno se queda con las secretarías que cumplen con funciones sustantivas y que, por lo mismo, son más cercanas al presidente de la república. A las otras secretarías que son dadas a grupos rivales o que no cumplen funciones sustantivas, en este trabajo les llamaremos instituciones u organismos

secundarios, porque por su función no son tan cercanas o estratégicas desde el punto de vista de operación política del gobierno central.

a) Un segundo círculo sin inserciones pagadas ni partidos políticos conforman el 95% de la publicidad oficial

De los 85 ejemplares de la revista *Proceso* que se analizaron, se encontraron 24 anuncios de publicidad oficial que pertenecen a alguna de las 8 secretarías de estado u organismos considerados en este trabajo de investigación como de primer círculo en cuanto a funciones sustantivas y 454 anuncios de publicidad oficial del segundo círculo correspondientes a publicidad pagada con dinero público erogado por organismos federales.

En esta primera unidad de medida no se están tomando en cuenta inserciones pagadas ni publicidad de partidos políticos, ya que se analizarán en un segundo momento con la finalidad de centrarnos únicamente en publicidad oficial federal que resulta más obvia a la vista.

Como se puede observar en la siguiente tabla, el 95% de la publicidad oficial proviene de un segundo círculo de organismos federales que adquirieron la publicidad ya sea a través de alguna secretaría de estado que no tiene funciones sustantivas, organismo descentralizado, organismo autónomo, poderes de la unión u órganos de gobierno, organizaciones gremiales, instituciones de banca o bien empresas estatales que fueron desapareciendo durante el transcurso del periodo analizado.

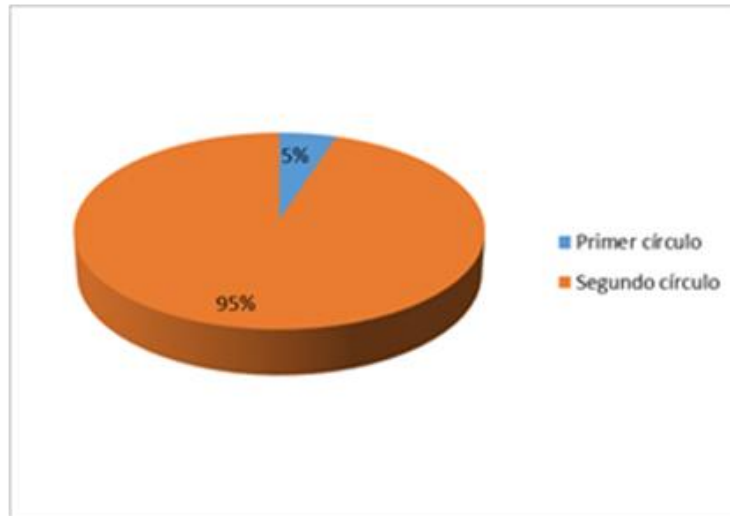


Ilustración 4- Comparativo de anuncios de publicidad oficial federal que pertenecen al primer y segundo círculo insertos en la revista *Proceso* de 1976 a 2018. Valores mostrados en porcentaje.

Un 5% de la publicidad oficial inserta en la revista *Proceso* proviene de un círculo representado por las 8 secretarías de estado que se están considerando en este trabajo como con funciones sustantivas en el gobierno federal, es decir, como las más cercanas al poder ejecutivo.

De este primer círculo podemos ver en la siguiente gráfica las secretarías que más se anuncian en la revista *Proceso*, con un porcentaje equivalente al 25%. Las secretarías son las de Comunicaciones y Transportes, así como la oficina de presidencia y la secretaría de Gobernación que están juntas en la misma variable, y muy cerca, con una presencia importante, está la Secretaría de Hacienda.

Es importante mencionar que los anuncios de la Secretaría de Hacienda que se encontraron no obedecen a una campaña tributaria, sino a una invitación a visitar su museo. Es más un tema cultural que de la función principal de la secretaría. Con esto podemos asegurar que el gobierno dirige sus anuncios a la élite, porque en su mayoría no anuncia campañas sino espacios de cultura.

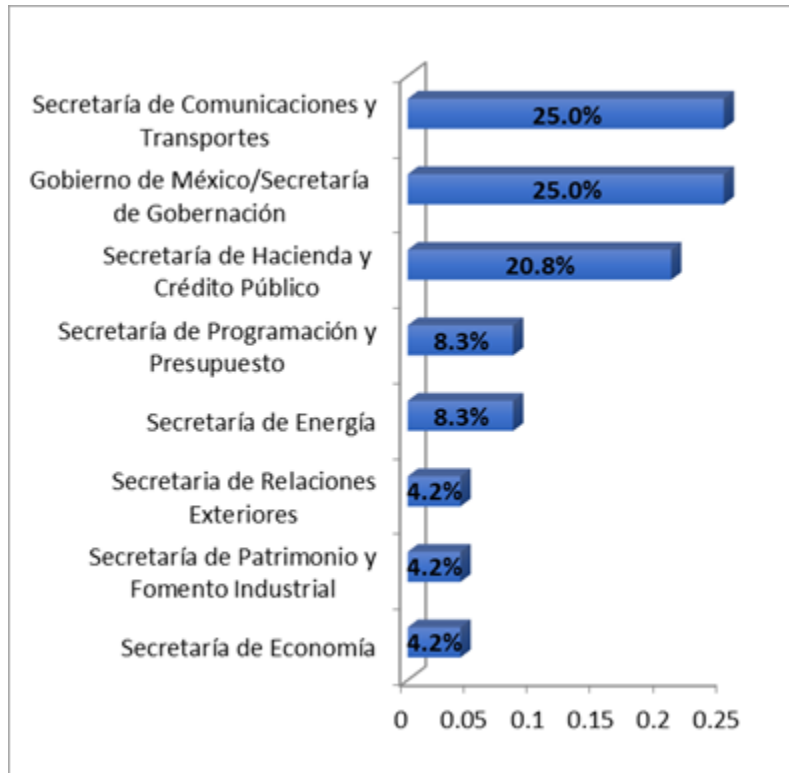


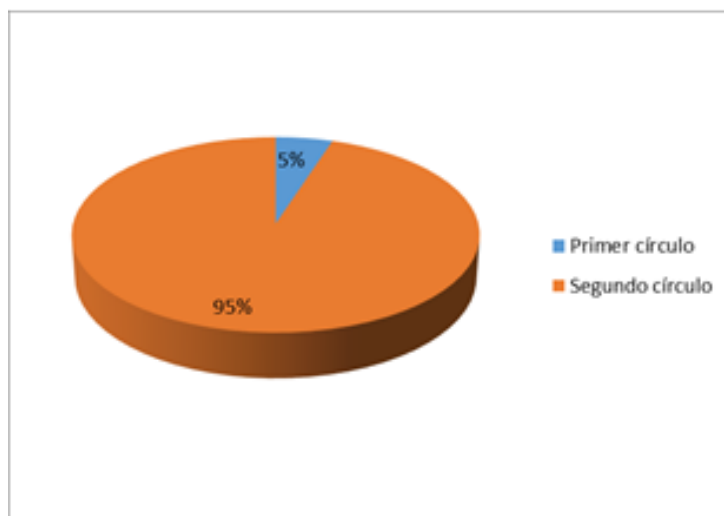
Ilustración 5- Secretarías de Estado con funciones sustantivas que se anunciaron en la revista *Proceso* de 1976 a 2018 consideradas de primer círculo en esta investigación.

b) El segundo círculo, incluyendo inserciones pagadas y partidos políticos, conforma también un 95% del total de la publicidad oficial

En este apartado se muestra la totalidad de publicidad pagada con dinero público que se encontró en los ejemplares de la revista *Proceso*. Se diferencié entre inserciones pagadas y partidos políticos en un primer momento, para separarla de lo que era la publicidad oficial pagada por organismos federales. De este modo podíamos caracterizarla mejor y que fuera más visible la opacidad de la publicidad que, disfrazada de información, aparece como inserciones pagadas. También se encontraron algunas de estas que pertenecen a partidos políticos.

De las inserciones pagadas se diferenci6 entre las sufragadas por instituciones privadas o por particulares, las pagadas por organismos federales y las que lo fueron por partidos pol3ticos, para poder caracterizarlas y analizar la importancia de su presencia en el total de la publicidad, separando as3 las pagadas con dinero p6blico de las que no.

Como puede verse a continuaci6n, la totalidad de la publicidad oficial, incluyendo inserciones pagadas por organismos federales y los anuncios de partidos pol3ticos, nos da un total de 570 anuncios, de los cuales 543 pertenecen al segundo c3rculo y 27 corresponden al primero. Con esto se comprueba que las inserciones del segundo c3rculo son arrolladoramente m3s altas que las del primer c3rculo.



Ilustraci6n 6- Comparativo del primer y segundo c3rculo de publicidad oficial inserta en la revista Proceso de 1976 a 2018 incluyendo inserciones pagadas que anuncian organismos federales, anuncios de partidos pol3ticos, e inserciones pagadas de partidos pol3ticos, es decir, la totalidad de publicidad pagada con dinero p6blico federal.

Sobre las inserciones pagadas o gacetillas que se encontraron en la revista en el per3odo de 1976 a 2018, 3 inserciones pertenecen al primer c3rculo y corresponden a la Secretar3a de Relaciones Exteriores. El anuncio fue para publicar una carta dirigida a la opini6n p6blica con la respuesta del Secretario de Relaciones Exteriores Jos3 3ngel Gurria a la misiva enviada por organizaciones gubernamentales al presidente Ernesto Zedillo. Se encontraron 47 inserciones pagadas de organismos federales pertenecientes al segundo c3rculo, 32

anuncios de partidos políticos y 13 inserciones sufragadas por partidos políticos. Como podemos notar, las inserciones pagadas por organismos federales son más altas que las de los partidos políticos. Esto puede explicarse por el presupuesto que manejan, que es mucho mayor el de los organismos federales.

c) Los organismos que tienen mayor número de menciones en la revista *Proceso* son instituciones de cultura y educación. Estas pertenecen también al segundo círculo.

Hasta este momento no se había hablado sobre la contabilidad de anuncios pertenecientes a los estados de la república o la publicidad regional inserta en la revista *Proceso*. El motivo es porque este trabajo se centra en la publicidad oficial federal, pero con la finalidad de caracterizar el 100% de la publicidad oficial insertada en la revista, es importante sumar esta publicidad para tener una radiografía en términos generales. Por ello, se incluye en este apartado la publicidad de los estados solo con el fin de observar si había algo sobresaliente.

Al caracterizar el 100% de la publicidad oficial inserta en la revista, resulta que los anunciantes más importantes por el número de veces que aparecen a lo largo del tiempo desde el ejemplar número 33 del año 1977 a noviembre de 2018, son: la UNAM/Difusión cultural, TV UNAM que aparece 85 veces; Bellas Artes (INBA) con 51 anuncios; la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) con 28 anuncios; el Fondo de Cultura Económica (FCE) con 25 y el Canal 22 con 22 anuncios.

Es importante hacer notar que en la revista *Proceso* participan o escriben reconocidos periodistas quienes son académicos, intelectuales o escritores. Es por ello que resulta interesante ver que los organismos que más veces se anuncian son los que se podrían considerar como anunciantes de nicho, por las características de las notas que se encuentran dentro de la revista y por el tipo de anunciante que coinciden en educación y cultura. Es decir, los periodistas pertenecen a esos sectores por lo que no es de extrañar que sus escritos sean respaldados y apoyados por este gremio intelectual.

d) El 45% de la publicidad oficial proviene de instituciones del segundo círculo que se anuncian de 1 a 3 veces.

Como podemos ver en el siguiente gráfico, juntos conforman el 32% del total de la publicidad oficial de la revista *Proceso*, tomando en cuenta el universo de publicidad oficial entre federal y estatal. Hay 11 organismos, de 144, que se anuncian de 10 a 25 veces y que conforman el 23% del total de la publicidad oficial de la revista. Esos 11 organismos tienen una presencia muy importante en el medio y para *Proceso* significa una dependencia importante, pero a la vez es interesante observar que de 144 organismos que se anuncian considerando federales y estatales, 99 lo hicieron de 1 a 3 ocasiones.

Estos últimos representan el mayor porcentaje de publicidad oficial que se encuentra en la revista, ocupando un 45% del total de la misma. Esto significa que *Proceso* fácilmente considera que vale la pena el esfuerzo de sumar nuevas dependencias de gobierno, aunque se anuncien una sola vez. Podemos observar, por lo tanto, que los organismos que se anuncian poco en la revista son en realidad los que tienen un lugar preponderante en cuanto a porcentaje de publicidad oficial pagada a lo largo del tiempo.

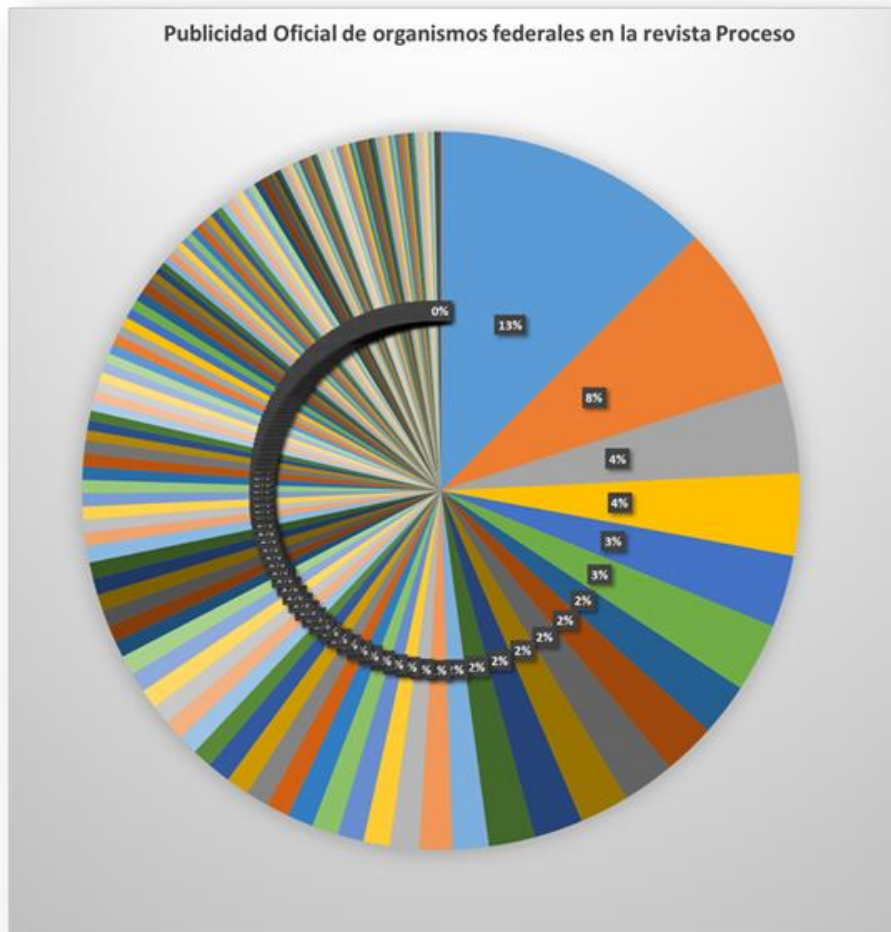


Ilustración 7- Total de menciones de publicidad oficial inserta en la revista Proceso de 1976 a 2018.

5= UNAM/Difusión cultural, TV UNAM.	85
2 y 137= Bellas Artes (INBA)	51
15=Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)	28
6=Fondo de Cultura Económica (FCE)	25
136=Canal 22	22

Tabla 1- Organismos con mayor cantidad de publicidad oficial en la revista.

e) Los organismos descentralizados son los de mayor presencia en la revista *Proceso* en cuanto a tipo de publicidad oficial

El segundo círculo está conformado por secretarías de estado que no tienen funciones sustantivas y por organismos descentralizados, organismos autónomos, poderes de la unión u órganos de gobierno, organizaciones gremiales, instituciones de banca y empresas estatales que fueron desapareciendo durante el transcurso del periodo analizado.

El gabinete del presidente de la república no es depositario del poder ejecutivo. Este recae solo en el primer mandatario, pero cada secretaría “es una unidad administrativa de alto rango, de carácter político-administrativo, adscrita a la administración pública centralizada, prevista en el artículo 90 constitucional”(Fernández Ruiz, 2006, pp. 287-288). Cada una de las secretarías cumple con funciones distintas pudiendo diferenciarse estas en estratégicas o principales y en complementarias o secundarias. Esta distinción busca permitirnos una mejor caracterización del conjunto del aparato de gobierno en sus distintos niveles.

Las secretarías que tienen más número de menciones en la revista *Proceso*, según podemos ver en el siguiente gráfico, son: la de salud, que difunde las campañas de vacunación y hace la invitación a la población a chequearse y acudir a sus clínicas; la Procuraduría General de la República y la Secretaría de Turismo, ambas por sus campañas para promocionar sus actividades; y la Secretaría de Agricultura, acercando a la población sus programas de apoyos al campo.



Ilustración 8- Secretarías de Estado y Procuraduría, pertenecientes al segundo círculo, que se anuncian en la revista *Proceso* de 1976 a 2018.

Los organismos descentralizados son las entidades creadas por ley o decreto del Congreso de la Unión o por decreto del Ejecutivo Federal, con personalidad jurídica y patrimonio propios, cualquiera que sea la estructura legal que adopten, según refiere la Ley Orgánica en su artículo 45.

Los organismos de este tipo que aparecen más veces anunciados en *Proceso*, según podemos apreciar en el siguiente gráfico, son Bellas Artes, el Fondo de Cultura Económica, el canal 22 y el Instituto Politécnico Nacional, todos pertenecientes al ramo de cultura.

Es importante precisar que en la revista escriben intelectuales, además de periodistas de renombre, por lo que es interesante hacer notar la relación entre los anunciantes y las plumas de *Proceso* en la que pudiéramos inferir que esa coordinación podría estar en relación

también con el tipo de lector del medio, si tomamos en cuenta el origen de la prensa en México que se explicó en el capítulo 2 de esta investigación, en la que académicos afirman que la prensa está dirigida para la élite. Son los intelectuales los que financian los movimientos culturales y podríamos pensar que también la crítica.

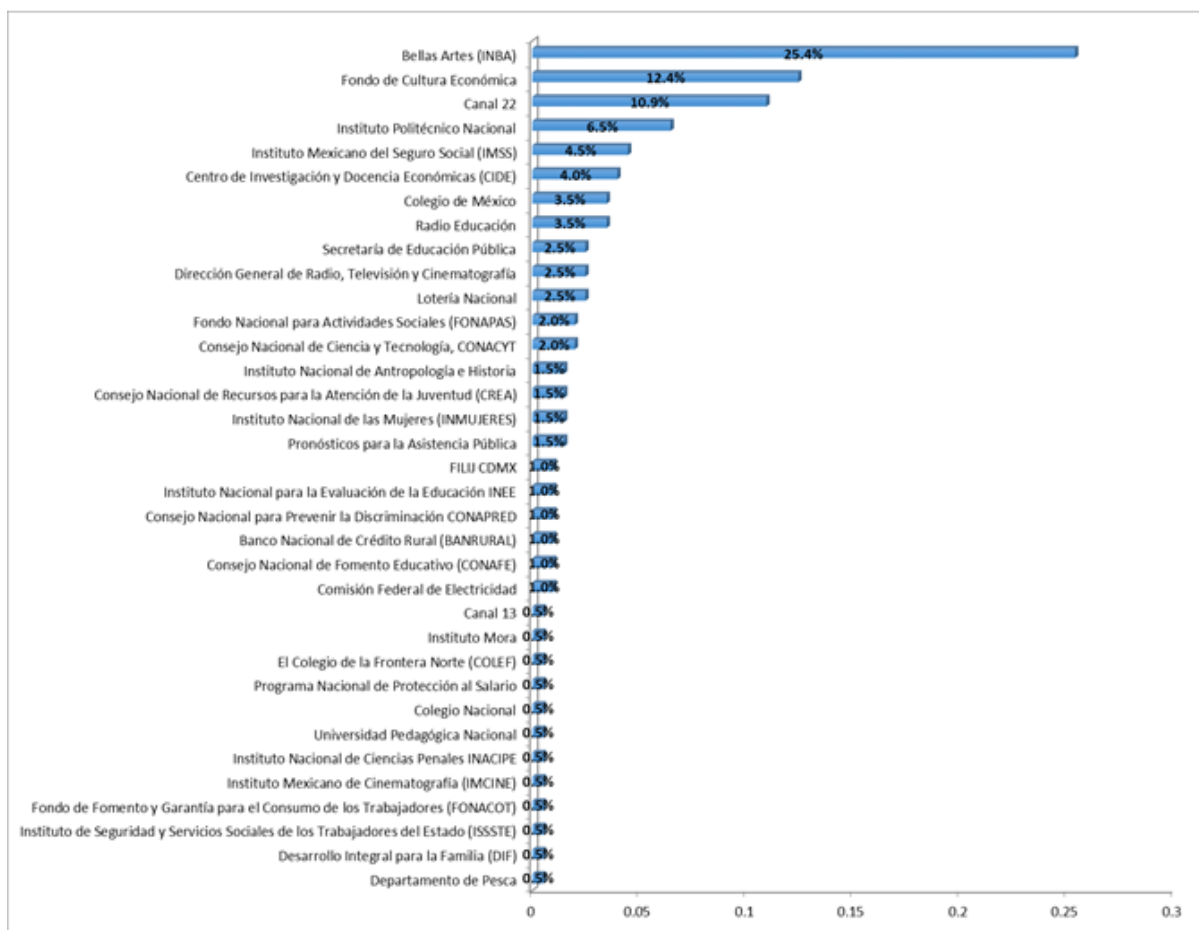


Ilustración 9- Organismos descentralizados que se anuncian en la revista Proceso de 1976 a 2018.

Uno de los grandes organismos autónomos del país es la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) que a su vez es el más grande anunciante dentro de la revista *Proceso*, como podemos observar en la siguiente gráfica. Es la UNAM, fundada en 1551, la más grande e importante universidad de México e Iberoamérica. No es de extrañar que sea esta una de las instituciones que más presencia tenga en una revista que se centra en la crítica, teniendo en cuenta que una de las funciones de este tipo de instituciones educativas tiene que ver con formar profesionistas con amplia capacidad de análisis.

En México, ha sido común que los organismos descentralizados se conviertan en órganos constitucionales autónomos porque sus funciones resultaron estratégicas en la consideración de alguna gestión particular. Un órgano autónomo, “se entiende así a la posibilidad de que las instituciones rijan su vida interior mediante normas y ordenamientos propios, sin vulnerar el texto constitucional [...]. Tienen personalidad jurídica, independencia presupuestaria y poseen también independencia orgánica, lo que implica autonomía de gestión” (Fabián Ruíz, 2017, p. 90). La autonomía de estos organismos es importante, pero no supone separación o independencia absoluta respecto de los órganos soberanos.

Entre los organismos que más se anuncian, además de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), están el Instituto Federal Electoral (IFE) y la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH). Estos anuncios van de 1996 y hasta el año 2007 en lo que respecta al IFE y del año 1993 al 2018 en lo referente a la CNDH. Los años noventa corresponden con aquellos en los que el sistema presidencial va perdiendo fuerza por el fortalecimiento de la labor legislativa y por el surgimiento de órganos autónomos. Si bien en el año 2000 hubo alternancia en el poder, podríamos pensar que los medios se habrían vuelto más libres, críticos, independientes, autónomos y profesionales. Sin embargo, podemos afirmar que cambió el partido en el poder, pero no la relación del gobierno con los medios.

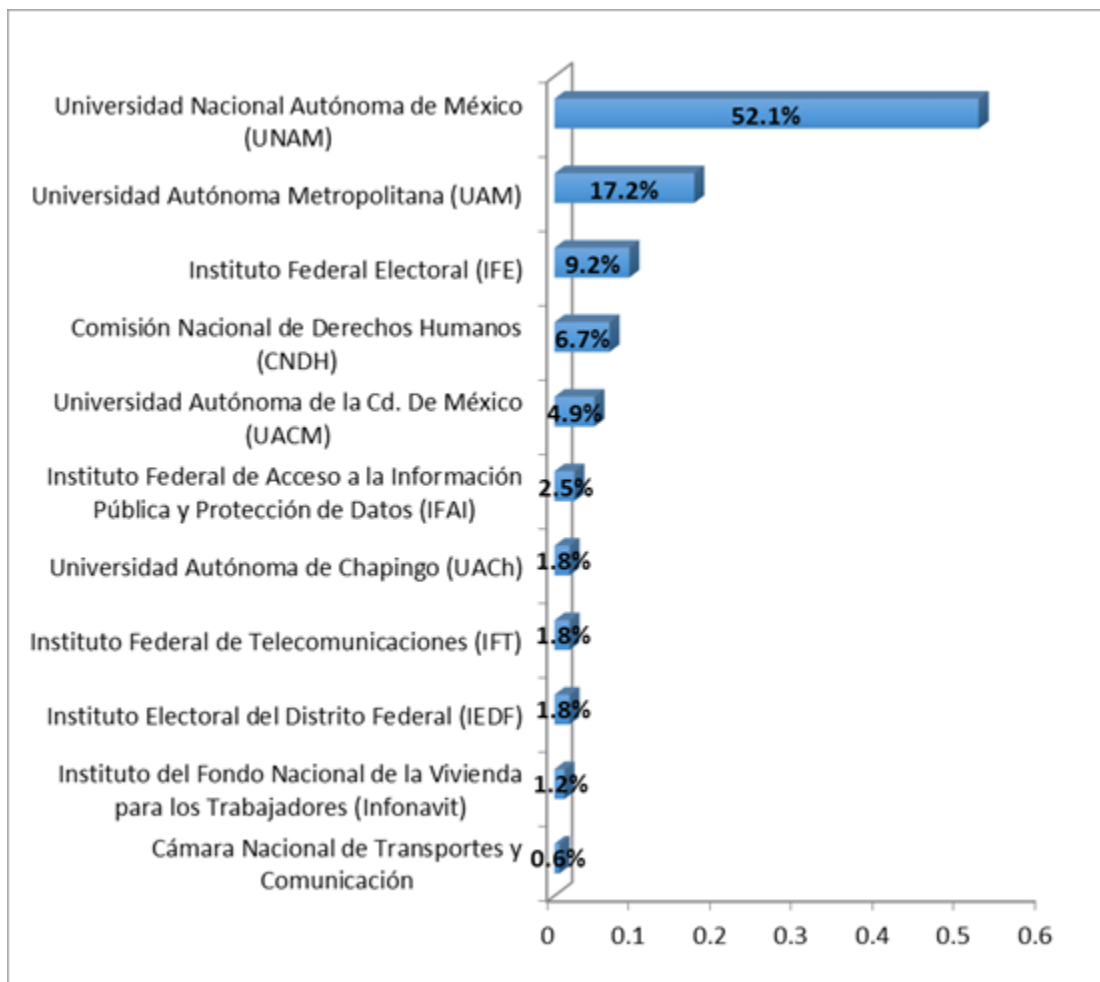


Ilustración 10- Organismos autónomos que se anuncian en la revista *Proceso* de 1976 a 2018.

En México,

(...) el ejercicio del poder soberano se divide en tres grandes agrupamientos de órganos del Estado que conforman el Poder Legislativo, el Poder Ejecutivo y el Poder Judicial, cada uno con sus ámbitos de acción, con su propia y característica estructura organizativa y con su conjunto de funciones y responsabilidades” (*Manual del Alcalde*, 2016, p. 5).

Del poder judicial comienzan a aparecer anuncios a partir del año 2000 y hasta el 2018 en la muestra analizada. Esto corresponde con el periodo en que inicia la alternancia política y

estos organismos empiezan poco a poco a legitimarse y a tomar fuerza. Como podemos observar en la Ilustración No. 11, de los poderes de la unión y órganos de gobierno que se anuncian, el poder judicial es el que más lo hace con un 35% del total.

En la Cámara de Diputados a partir del año 1997 comienza a ser mayoría un partido de oposición y es por ello que a partir de 1998 y hasta el año 2016, en la muestra analizada podemos encontrar anuncios de este poder de la unión, cosa que no sucedía con anterioridad. Así mismo, el gobierno de la Ciudad de México comienza a anunciarse a partir de la década del 2000. El motivo de esto es que por primera vez en México se elige en votaciones democráticas al jefe de gobierno en el año 1997 y por ello comienzan a ejercer su presupuesto de manera libre y pueden comenzar a anunciarse.

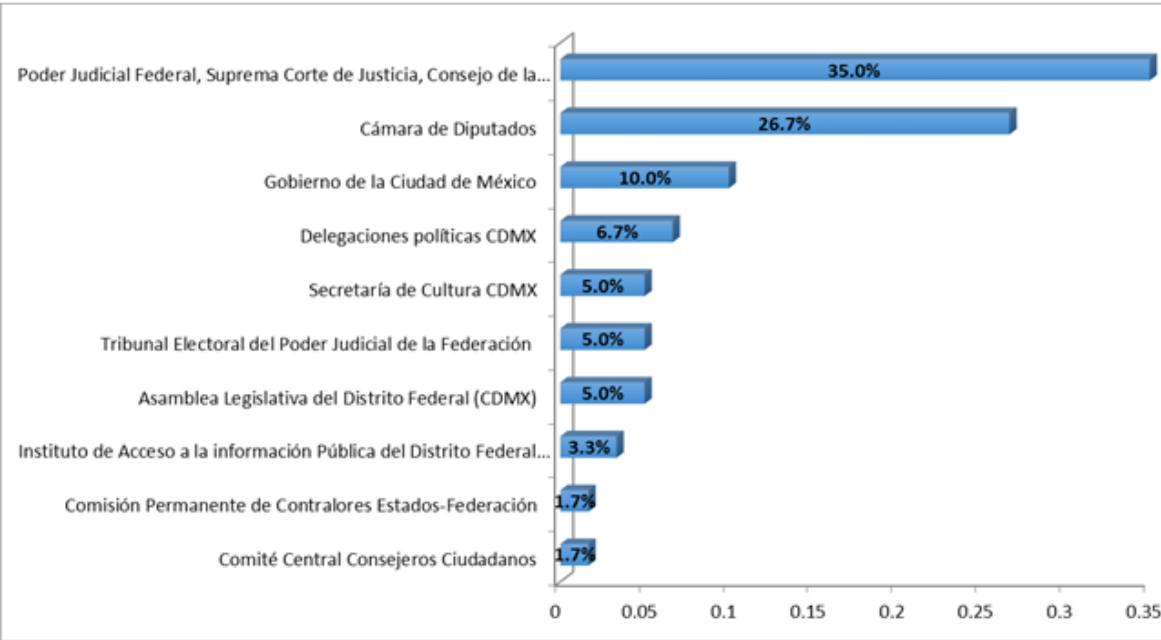


Ilustración 11- Poderes de la unión y órganos de gobierno que se anuncian en la revista *Proceso* de 1976 a 2018.

En México, los sindicatos gremiales son “los formados por trabajadores de una misma profesión, oficio o especialidad” (Mendoza, 2012, p. 108). En el caso particular de los

sindicatos, se agruparon todos en la misma variable y teniendo en cuenta que una parte considerable de ellos servían al corporativismo del partido en el poder que hasta el año 2000 era el PRI. El sindicato con mayor presencia es el del STUNAM, como puede apreciarse en la Ilustración No. 12.

Siguiendo con la considerable mayoría de anunciantes del ramo de la cultura y la educación, la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana también tiene una importante presencia en la publicidad de la revista *Proceso*.

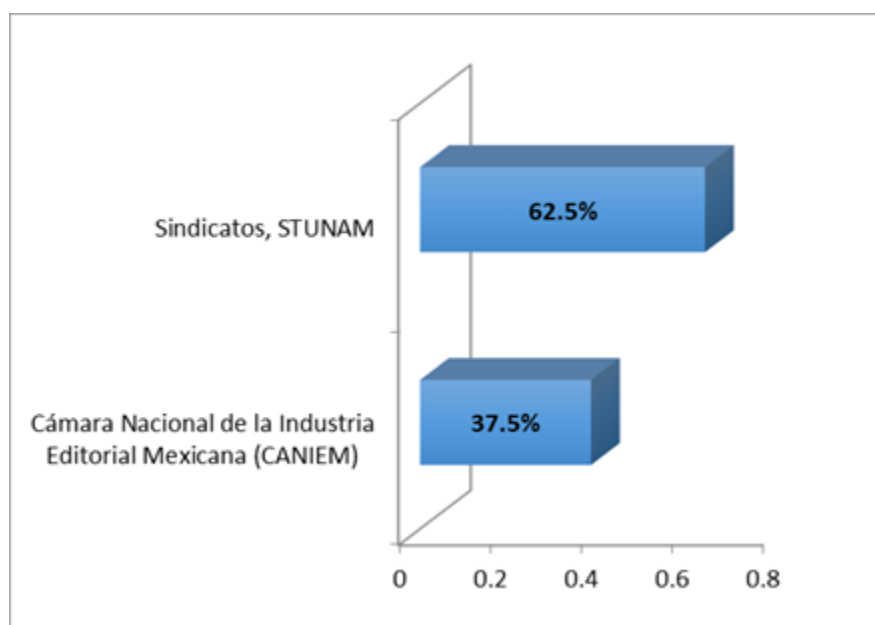


Ilustración 12- Organizaciones gremiales que se anuncian en la revista *Proceso* de 1976 a 2018.

Las instituciones de banca de desarrollo “son entidades de la Administración Pública Federal, con personalidad jurídica y patrimonio propios, constituidas con el carácter de sociedades nacionales de crédito” (México, 2010, p. 7). Es a partir de los años noventa que la banca se empieza a privatizar, pero los anuncios presentes en la revista *Proceso* corresponden a la temporalidad en la que los bancos pertenecían al Estado. Es por ello que se incluyen en este apartado a dichas instituciones. Ninguno sobresale a otro. Presentan exactamente el mismo número de apariciones como publicidad oficial en *Proceso*, según se puede ver en la gráfica No. 13.

Se diferenciaron algunas instituciones de banca con organismos descentralizados porque así se prevé en su conformación legal a la que se recurrió para poder caracterizar a cada uno de los organismos. La banca, al parecer, ha mantenido un papel muy discreto. Sin dejar de estar presente se nota un perfil muy bajo.

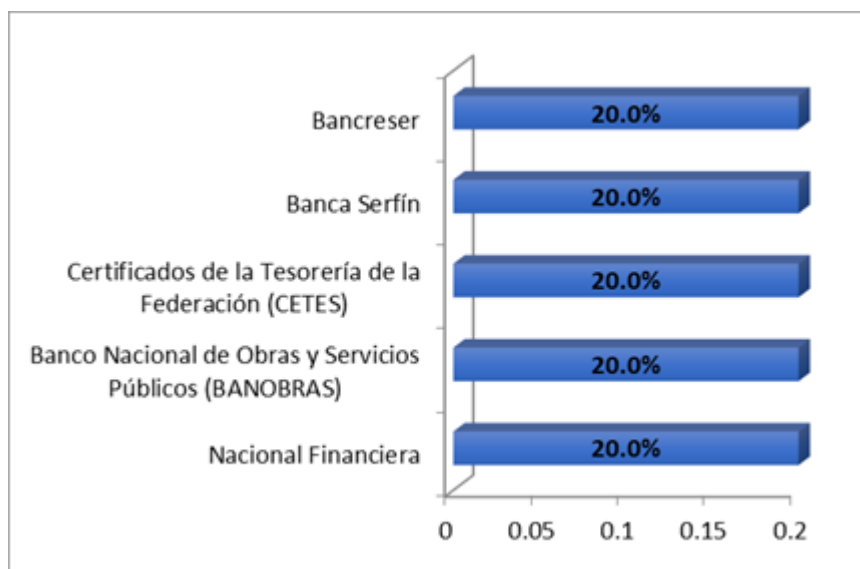


Ilustración 13- Instituciones de banca que se anuncian en la revista *Proceso* de 1976 a 2018.

Existieron empresas estatales en las que el Estado era el accionista mayoritario que desaparecieron con el tiempo. Tales son los casos de Siderúrgica Mexicana en el que la empresa pasó a ser propiedad federal a través de SIDERMEX, conformada por Altos Hornos, S.A., Fundidora Monterrey, S.A. y Siderúrgica Lázaro Cárdenas-Las Truchas, S.A. de C.V. El gobierno privatiza a las dos y liquida a Fundidora Monterrey. En el caso de CONACINE, que era la compañía productora de cine propiedad del Estado, desaparece en 1983 y se crea el Instituto Mexicano de Cinematografía. En el caso de la Comisión Nacional de la Industria Azucarera creada por decreto presidencial reemplaza a UNAPASA y la Comisión Nacional de la Industria Azucarera se privatiza como Azúcar S.A. en 1983.

Como puede observarse en el siguiente gráfico, ninguna es preponderante dentro del grupo, es decir, mantienen el mismo número de anuncios en la muestra analizada.

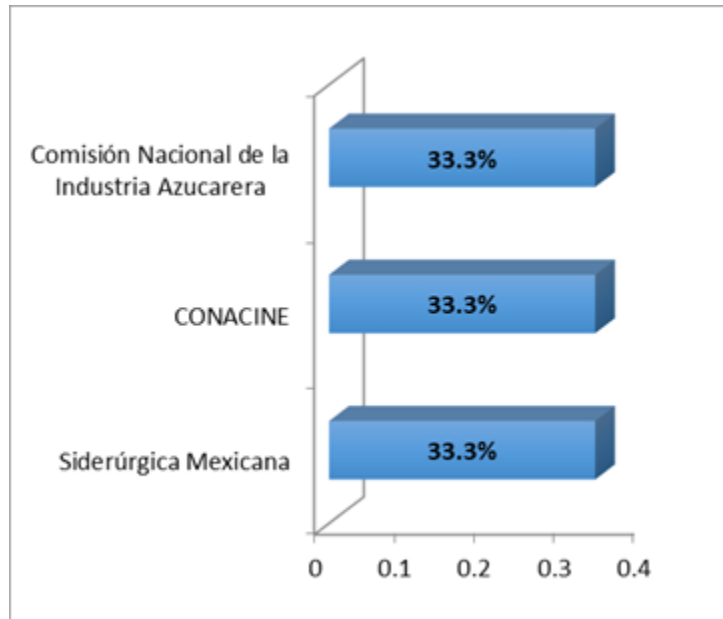


Ilustración 14- Empresas estatales que desaparecieron en el transcurso del periodo analizado y que se anunciaron en la revista Proceso en el periodo de 1976 a 2018.

En este segundo círculo se incluyen inserciones pagadas por parte de organismos federales y ya no se distingue por tipo en que fueron constituidos. Se toma como grupo para poder caracterizar a la publicidad oficial de forma global. Según podemos ver en la Ilustración No. 15, los organismos que más pagaron anuncios en la revista *Proceso* son la Secretaría de Agricultura, el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), el Instituto Nacional del Deporte (INDE) y Bancomer, que era una institución financiera nacional. Las inserciones corresponden al sexenio de Ernesto Zedillo, en el caso del IMSS, del presidente Ernesto Zedillo, de Agricultura, el INDE y Bancomer al sexenio del presidente López Portillo.

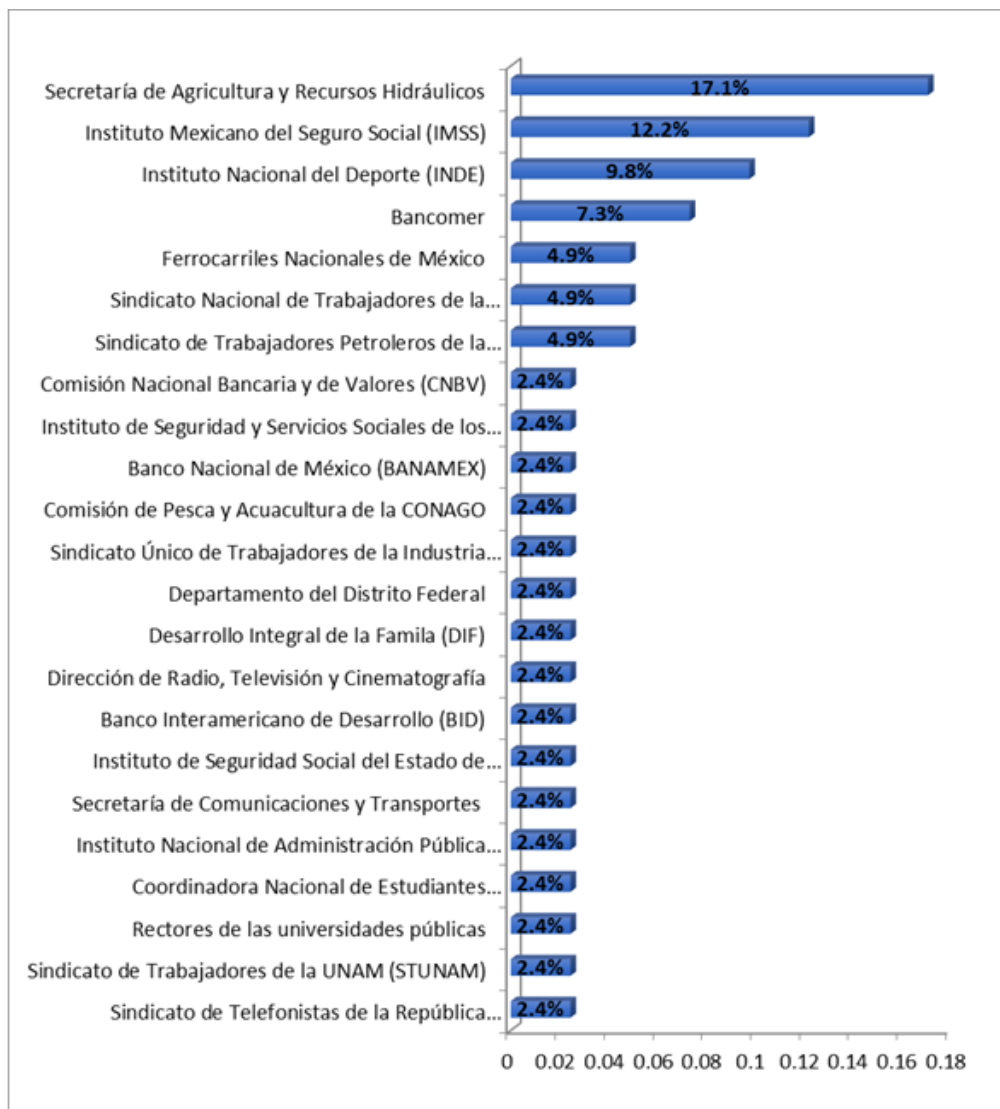


Ilustración 15- Inserciones pagadas por organismos federales que están presentes en la revista Proceso en el periodo de 1976 a 2018.

Según el Instituto Nacional Electoral, los partidos políticos son entidades de interés público que tienen como fin promover la participación de los ciudadanos en la vida democrática, entre otras actividades. Sobre el presupuesto de estas instituciones, la ley garantiza que los partidos políticos nacionales cuenten con elementos para llevar a cabo sus actividades y señala las reglas de su financiamiento, debiendo garantizar que los recursos públicos prevalezcan sobre los de origen privado (de la Federación, 2014a).

Los partidos políticos, por lo tanto, tienen un presupuesto financiado con dinero de origen público. Es por ello que se encuentran identificados como parte de publicidad oficial. Como puede verse en la gráfica No. 16, el partido con mayor presencia en la revista *Proceso* es el de la Revolución Democrática (PRD) que principalmente pagó sus anuncios para aparecer en el sexenio del presidente Ernesto Zedillo. En segundo lugar, está el Partido Acción Nacional (PAN) y en tercero el candidato del PRI a la presidencia que se anuncia también en el sexenio de Ernesto Zedillo.

Con lo anterior podemos dar cuenta de que es justamente en este período en el que se empieza a dar el escenario propicio para la alternancia, de tal forma que los partidos políticos intensifican su presencia en medios.

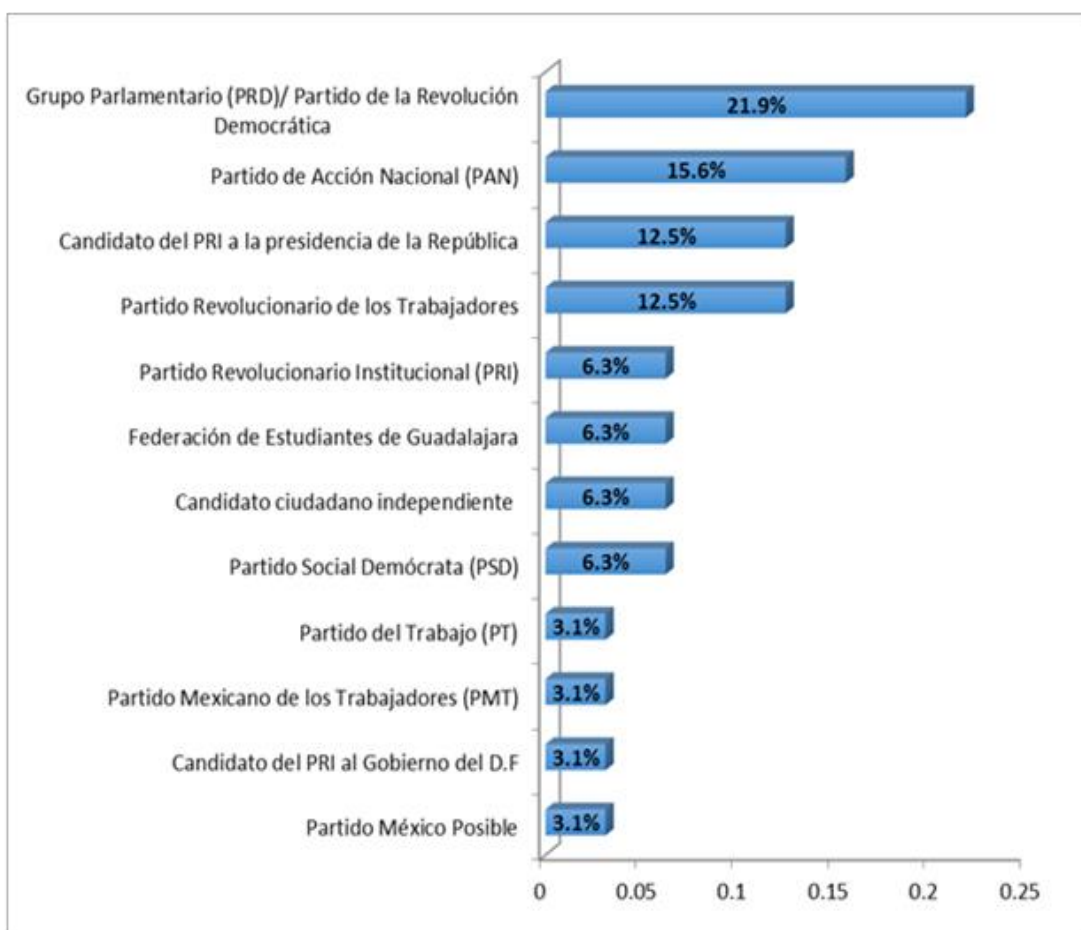


Ilustración 16- Partidos políticos y candidatos que se anuncian en la revista *Proceso* de 1976 a 2018.

Sobre inserción pagada por partidos políticos podemos observar en el gráfico No. 17 que el partido con mayor presencia es la promoción del libro escrito por el candidato a la presidencia Miguel de la Madrid por el PRI en el año 1981. En ese mismo año se pagaron las inserciones para promocionar al candidato a la gubernatura del Estado de México Alfredo del Mazo por el mismo partido y en tercer lugar se encuentran las inserciones del partido Unidad Ciudadana, en el año 1999.

La mayor presencia de inserciones pagadas de partidos se da en el sexenio del presidente José López Portillo, cuando este se consideraba durante la contienda como un partido corporativista por excelencia. Por este motivo no se ve la presencia de partidos de oposición, por el presupuesto principalmente y porque no se permitía una competencia real.

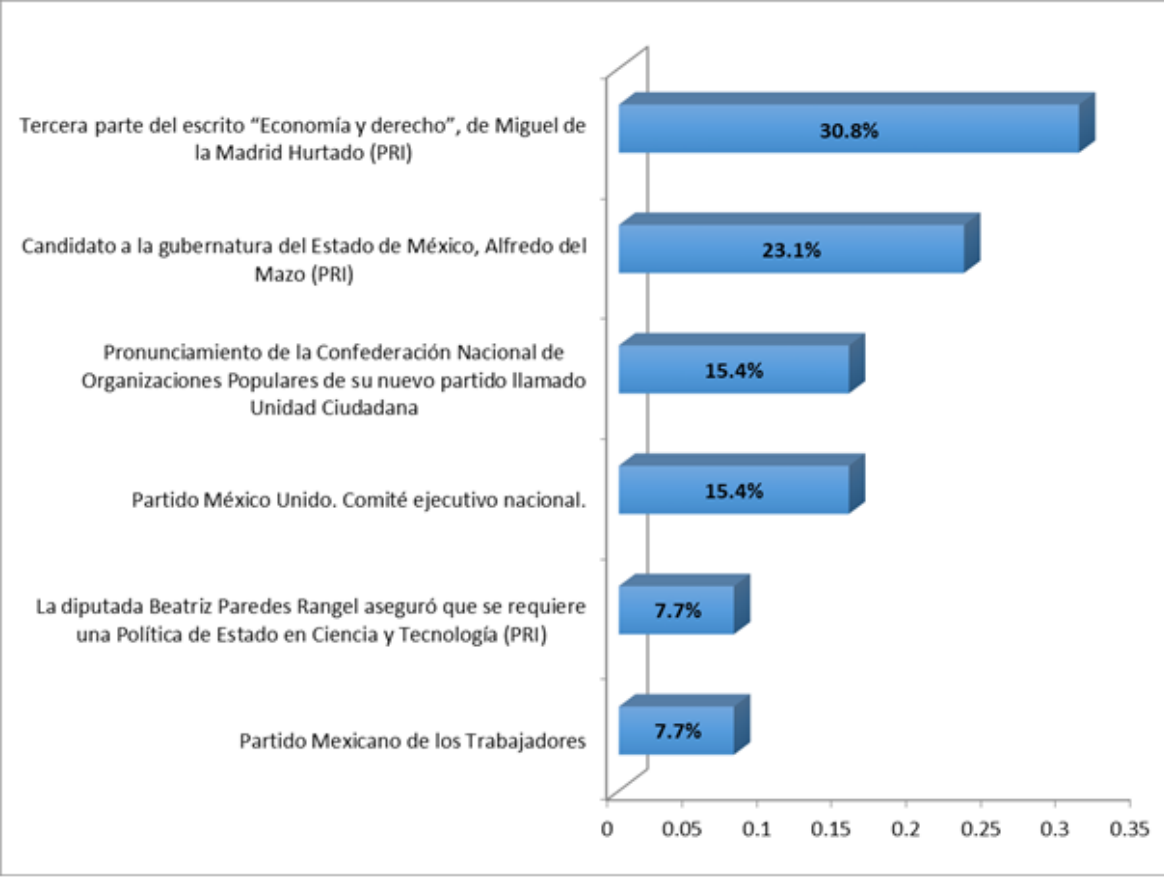


Ilustración 17- Inserciones pagadas por candidatos o partidos políticos en la revista *Proceso* de 1976 a 2018.

f) A través de los reportes de COMSOC se refuerza la hipótesis de que la publicidad oficial federal se asocia con instituciones gubernamentales que no forman parte de las secretarías que cumplen con funciones sustantivas en el gobierno federal

El Sistema de Gastos de Comunicación Social (COMSOC) permite dar seguimiento y realizar observaciones a las erogaciones que realiza la Administración Pública Federal en lo relacionado al concepto de comunicación social y publicidad. La información es proporcionada por la Secretaría de Gobernación y las Instituciones de la Administración Pública Federal la revisan y dan seguimiento junto a los Órganos Internos de Control, la Dirección General Adjunta de Control y Seguimiento de la Secretaría de la Función Pública y la Secretaría de Gobernación.

El sistema COMSOC es una herramienta que permite actualizar y consultar información navegando a través de ella. Esta no es lo suficientemente accesible para que alguien sin conocimientos en su funcionamiento pueda navegarla, por lo que después de recibir la capacitación adecuada, se procedió a realizar una búsqueda en el portal haciendo un filtro de las compras registradas en COMSOC por parte de organismos de la Administración Pública Federal a la revista *Proceso*, cuya razón social es Comunicación e Información S.A de C.V. De este modo se obtuvieron los resultados que se muestran en el gráfico No. 18 del lado izquierdo, en la columna titulada institución.

En la primera columna se puede visualizar el período de 2012 a 2018 porque la obligatoriedad de este registro es a partir del año 2012. El filtro de COMSOC se realizó por ejercicio fiscal, pero se puede encontrar por año calendario. En la columna titulada ‘revisión en *Proceso*’, está indicada la publicidad que se encontró en cada uno de los dos ejemplares analizados por año calendario en la revista de tal forma que podemos dar cuenta de que la publicidad oficial federal no coincide con lo reportado en el año calendario en COMSOC.

La plataforma nos permite ver lo reportado por año y en la muestra solo tenemos 2 ejemplares en igual período. Es decir, COMSOC abarca 52 ejemplares al año mientras que la muestra reporta la publicidad oficial federal inserta en la revista en solo esos dos números

seleccionados. Con este comparativo, se respalda el argumento de que la publicidad oficial en la revista *Proceso* pertenece a organismos del segundo círculo de forma arrolladora. También se comprueba lo que ya se ha descrito sobre la opacidad en los contratos de publicidad oficial, las inserciones pagadas y las columnas por encargo.

Lo que se reporta en COMSOC como versión oficial es diametralmente menor a lo que refleja la realidad, pues la muestra que se reporta en la tabla del lado derecho es solo el resultado, como ya se ha dicho, de dos ejemplares de la revista. Por poner un ejemplo: en el año 2012, COMSOC reporta un solo organismo que compró publicidad oficial a *Proceso* mientras que en dos ejemplares se encontraron 6 organismos anunciados. Esto quiere decir que al menos 5 organismos no fueron reportados ese año.

A través de este hallazgo se puede probar que la publicidad oficial se encuentra en una urdimbre de complicidades y opacidad, en la que también *Proceso* juega un papel importante. Es por ello que se deben analizar estas negociaciones a la luz de la afectación a sus notas de portada para ver si esto influye o no en su línea editorial.

Año	Institución	Comparación con instituciones anunciadas en ejemplares de ese año en Proceso
2012	INSTITUTO FEDERAL DE ACCESO A LA INFORMACION Y PROTECCION DE DATOS (IFAI)	13=Instituto Federal de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos/Instituto de Acceso a la información Pública del Distrito Federal 14=Instituto Electoral del Distrito Federal 65=Sindicatos/ STUNAM 5= UNAM/Difusión cultural/TV UNAM 7=Poder Judicial Federal/Suprema Corte de Justicia/Consejo de la Judicatura Federal 12=Gobierno de la Ciudad de México (antes del Distrito Federal)/Central de Abastos
2013	INSTITUTO FEDERAL DE ACCESO A LA INFORMACION Y PROTECCION DE DATOS (IFAI)	5= UNAM/Difusión cultural/TV UNAM
2013	CAMINOS Y PUENTES FEDERALES DE INGRESOS Y SERVICIOS CONEXOS (CAPUFE)	67=Comisión Nacional de Derechos Humanos
2013	INSTITUTO DE SEGURIDAD Y SERVICIOS SOCIALES DE LOS TRABAJADORES DEL ESTADO (ISSSTE)	41=Cámara de Diputados
2013	CENTRO DE INVESTIGACION Y DOCENCIA ECONOMICAS, A. C. (CIDE)	
2013	INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DR. JOSE MARIA LUIS MORA	
2013	COMISION NACIONAL DEL AGUA (CONAGUA)	
2014	CAMINOS Y PUENTES FEDERALES DE INGRESOS Y SERVICIOS CONEXOS (CAPUFE)	22=Asamblea Legislativa del Distrito Federal (CDMX)
2014	INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DR. JOSE MARIA LUIS MORA	5= UNAM/Difusión cultural/TV UNAM 68=Delegación Miguel Hidalgo/Delegación Cuauhtémoc 12=Gobierno de la Ciudad de México (antes del Distrito Federal)/Central de Abastos 7=Poder Judicial Federal/Suprema Corte de Justicia/Consejo de la Judicatura Federal 72=Instituto Federal de Telecomunicaciones 12=Gobierno de la Ciudad de México (antes del Distrito Federal)/Central de Abastos
2015	SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO (SHCP)	7=Poder Judicial Federal/Suprema Corte de Justicia/Consejo de la Judicatura Federal
2015	NACIONAL FINANCIERA, S.N.C. (NAFIN)	41=Cámara de Diputados
2015	BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.N.C. (BANCOMEXT)	53=Secretaría de Hacienda y Crédito Público
2015	INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DR. JOSÉ MARÍA LUIS MORA	5= UNAM/Difusión cultural/TV UNAM 67=Comisión Nacional de Derechos Humanos
2016	SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO (SHCP)	7=Poder Judicial Federal/Suprema Corte de Justicia/Consejo de la Judicatura Federal
2016	INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DR. JOSÉ MARÍA LUIS MORA	41=Cámara de Diputados
2016	EL COLEGIO DE LA FRONTERA NORTE, A. C. (COLEF)	53=Secretaría de Hacienda y Crédito Público 5= UNAM/Difusión cultural/TV UNAM 72=Instituto Federal de Telecomunicaciones 70=FIJLIJ CDMX
2017	INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL (IMSS)	7=Poder Judicial Federal/Suprema Corte de Justicia/Consejo de la Judicatura Federal
2017	NACIONAL FINANCIERA, S.N.C. (NAFIN)	67=Comisión Nacional de Derechos Humanos
2017	SERVICIO GEOLÓGICO MEXICANO (SGM)	5= UNAM/Difusión cultural/TV UNAM
2017	SECRETARÍA DE MARINA (SEMAR)	26=Universidad Autónoma de la Cd. De México
2017	COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA (CONAGUA)	12=Gobierno de la Ciudad de México (antes del Distrito Federal)/Central de Abastos
2017	INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DR. JOSÉ MARÍA LUIS MORA	70=FIJLIJ CDMX
2017	SECRETARÍA DE SALUD (SSA)	
2018	INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL (IMSS)	5= UNAM/Difusión cultural/TV UNAM
2018	COMISIÓN NACIONAL DEL SISTEMA DE AHORRO PARA EL RETIRO (CON SAR)	67=Comisión Nacional de Derechos Humanos
2018	SECRETARÍA DE SALUD (S. SALUD)	3= Sector Salud/Secretaría de salud
2018	SECRETARÍA DE MARINA (SEMAR)	72=Instituto Federal de Telecomunicaciones
2018	PETRÓLEOS MEXICANOS (PEMEX)	26=Universidad Autónoma de la Cd. De México
2018	COMISIÓN NACIONAL PARA LA PROTECCIÓN Y DEFEN SA DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS FINANCIEROS	7=Poder Judicial Federal/Suprema Corte de Justicia/Consejo de la Judicatura Federal
2018	INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DR. JOSÉ MARÍA LUIS MORA	

Tabla 2- Comparativo de publicidad oficial reportada en COMSOC por año con la publicidad oficial encontrada en igual período en los ejemplares de la revista Proceso de 2012 a 2018.

La publicidad oficial como instrumento del clientelismo genera una subordinación política (Stokes 2007) demostrada a través de la lealtad. La publicidad ayuda a posicionar agenda, merma la línea editorial y crea un beneficio material para el medio que vende el espacio, pues existen diarios que sobrecotizan el precio cuando los clientes son instituciones gubernamentales (Hughes, 2006). Esto se da, en gran medida, por la indiferencia de la audiencia y también por la poca solidaridad gremial.

La mayoría de las veces se crea un sobre ejercicio en publicidad oficial y “no por la idea de una política más amplia de comunicación social sino por la falta de planeación dejando así

que la negociación con los medios sean estos los que determinen los criterios de gasto” (Salazar Rebolledo, 2019, p. 14). Esto es evidente al ver la comparación entre lo reportado en COMSOC y lo encontrado en la revista *Proceso*.

Aún con estos hallazgos es importante seguir caracterizando a la revista con la finalidad de ir detallando uno a uno los diversos rasgos que se van encontrando y que terminan de caracterizar a la publicidad oficial con el interés de ver si esta ha afectado o no a las notas de portada.

g) La mayoría de la publicidad oficial pagada con dinero público se encuentra ubicada en páginas que buscan mayor visibilidad

Para proseguir con la caracterización de la publicidad oficial en la revista *Proceso*, se hizo un desglose por tipo de publicidad buscando un punto de vista más detallado en la que se incluye a la publicidad no oficial, la pagada por los estados de la república y aquella que es sufragada a nivel federal. Todo esto con la finalidad de cuantificar la totalidad de la publicidad inserta en la revista, quedando como se muestra en la tabla No. 3.

Número de inserciones por tipo de publicidad	
Publicidad oficial federal	473
Inserciones pagadas por organismos federales	47
Publicidad de partidos políticos	32
Inserciones pagadas por partidos políticos	13
565 Total PO Federal sin Estados	
Publicidad privada	1168
Inserciones pagadas por particulares o por organismos privados	63
Publicidad oficial pagada por los Estados de la República	197
Inserciones pagadas por los Estados de la República	31
1459 Total de P. Privada y Estados	
Gran Total	2024

Tabla 3- Los valores se muestran en número de menciones por tipo de publicidad. Se hace referencia al total de publicidad inserta en la revista *Proceso* (2024 anuncios).

El total de publicidad en la revista *Proceso* ocupa un 29.47%. Es decir, que casi un 30% del contenido del medio es publicidad, según resulta del análisis de la muestra de 85 ejemplares. La publicidad federal sola, sin tomar en cuenta partidos políticos ni estados de la república,

ocupa un 7.64% en el contenido total de la revista. Incorporando la publicidad comprada por los partidos políticos, ocupa un 8.29% de espacio, mientras que la publicidad privada representa para las ventas de publicidad en *Proceso* un 17.92% según la muestra seleccionada. Como se observa, la publicidad privada ocupa casi un 18% del contenido total de la revista, un poco más del doble que la publicidad pagada con dinero público.

La publicidad oficial federal, incluyendo la publicidad de los partidos políticos y los estados de la república, ocupan un 11.61%. Por ello, podemos afirmar que casi el 12% de la publicidad que se encuentra en los 85 ejemplares analizados es pagada con dinero público. Esta publicidad no es representativamente menor que la publicidad privada, ya que como se indicó, esta última es de alrededor del 18% y la oficial de casi un 12%. Como ya se ha explicado en el apartado anterior, no se entrará al análisis de la publicidad oficial pagada por los estados de la república, pero lo que sí se hará en este espacio será caracterizarla también, porque es publicidad sufragada con dinero público.

El porcentaje que representa para la revista *Proceso* la compra de publicidad con dinero público es muy alto, teniendo en cuenta que hay publicaciones que no permiten que un mismo patrocinador compre más del 3% de la publicidad del medio para no depender de él. Al ser el gobierno un actor que es el encargado de poner las reglas para la adjudicación de esta publicidad oficial y teniendo desde el punto de vista jurídico la ausencia de algo tan básico como una definición adecuada, sumado a la opacidad en su normatividad, se da una falta de mecanismos que permitan el control en los procesos de asignación. Por esta razón, haya medios como *Proceso* en el que a pesar de ser el gobierno un solo actor, se tenga que analizar de dónde proviene la publicidad y por quién es asignada.

Al tiempo de saber en qué porcentaje se asignan o está representada en la revista *Proceso* esta publicidad, es importante precisar que nuestro interés es la publicidad federal de entidades de primer y segundo círculo que representan casi el 8% del contenido total de la revista.

La publicidad oficial identificada, en su mayoría, se encuentra en páginas con número non, es decir, que están en una posición de izquierda a derecha, precisamente del lado en el que la

publicidad luce más visible. En su mayoría son planas completas, lo que nos lleva a relacionarlo con el costo de la misma teniendo en cuenta que son las de mayor precio.

Por lo anterior, podemos afirmar que la publicidad oficial federal se encuentra en su mayoría en una posición que resulta vistosa y con medidas lo suficientemente grandes como para no pasar desapercibida. Por lo anterior, resulta evidente que el monto pagado por gobierno federal la revista *Proceso* es alto en cada una de sus inserciones. La mayoría de la publicidad oficial federal pagada con dinero público está ubicada en página non, es decir, en página con una mayor visibilidad.

De los organismos considerados de primer círculo, el 51.48% está en página non, es decir, del lado derecho de la revista en un lugar con mayor visibilidad. Los organismos del segundo círculo también se encuentran en mayor porcentaje en una posición similar con un 56.43%. A partir de estos datos, se puede probar que la publicidad oficial analizada, en su mayoría, se encuentra en la página con mayor visibilidad dentro de la publicación en cuanto al lado en el que se encuentran. Al gobierno le interesa que su presencia se note en la revista.

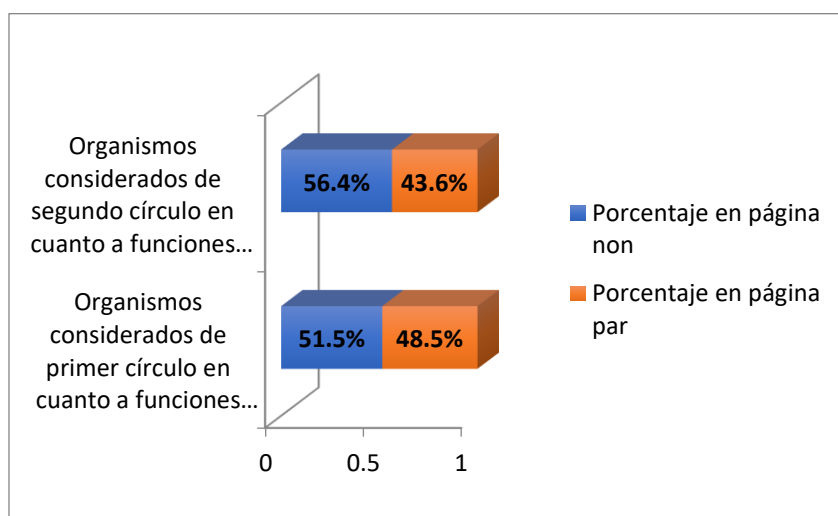


Ilustración 18- Comportamiento de los anuncios que aparecen en las páginas con número par y número non. Se incluyen solamente los organismos del segundo círculo.

A continuación, se presenta un ejemplo de la posición que ocupa un anuncio de publicidad oficial de la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) en la revista *Proceso*:



Ilustración 19-Ejemplar N°85 del 19 de junio de 1978, página 15. Ejemplo de ubicación de la publicidad oficial inserta en la revista Proceso.

h) Secretarías de Estado pertenecientes al segundo círculo, así como instituciones de banca, se anuncian en su mayoría en página menos visibles

Como podemos observar en la Ilustración No.20, los organismos que integran el segundo círculo, en específico los descentralizados y autónomos, los poderes de la unión y los órganos de gobierno, las organizaciones gremiales, las empresas estatales que desaparecieron en el transcurso del periodo analizado y la publicidad de partidos políticos, están en más de un 50% en una posición non, es decir que pagaron por aparecer en una página con mayor visibilidad. Mientras, las secretarías federales que pertenecen al segundo círculo, así como instituciones de banca, se anuncian en un alto porcentaje en páginas más baratas y con menor visibilidad dentro de la publicación.

Lo anterior nos indica que el comportamiento de los organismos que integran el segundo círculo no es homogéneo y las secretarías de estado pertenecientes a este tratan de mantener un perfil bajo en sus anuncios derivado de la posición de estos en el medio.

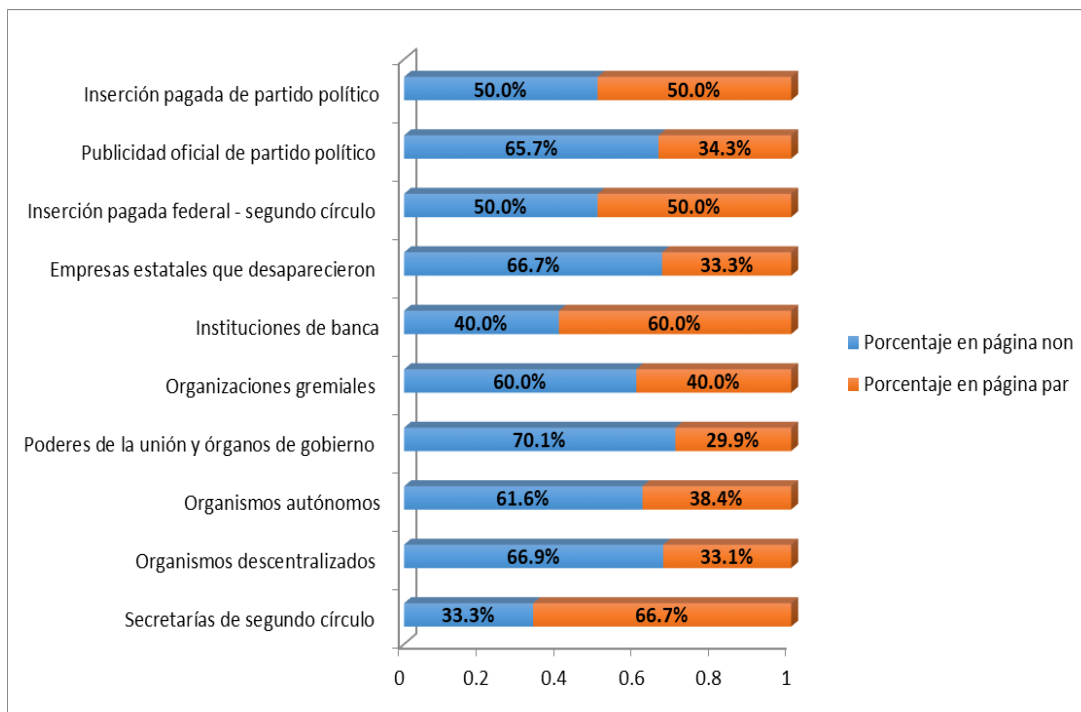


Ilustración 20- Ubicación de la publicidad oficial pertenecientes a instituciones gubernamentales del segundo círculo según el grado de visibilidad.

i) Más del 60% de los anunciantes de la revista *Proceso* eligen ubicarse en páginas con mayor visibilidad

Del total de la publicidad inserta en la revista *Proceso*, el 62.27% de los anuncios se encuentran en página non. Es decir, la mayoría se adquieren con la condición de aparecer en posiciones más visibles.

Como podemos ver en la ilustración No. 21, las inserciones pagadas por los partidos políticos y aquellas adquiridas por los estados están en un 54.35% en páginas no tan visibles por la posición que ocupan. Al pagar por inserciones dentro de la revista, a los partidos políticos y a los gobiernos estatales no les preocupa que aparezcan en las posiciones principales.

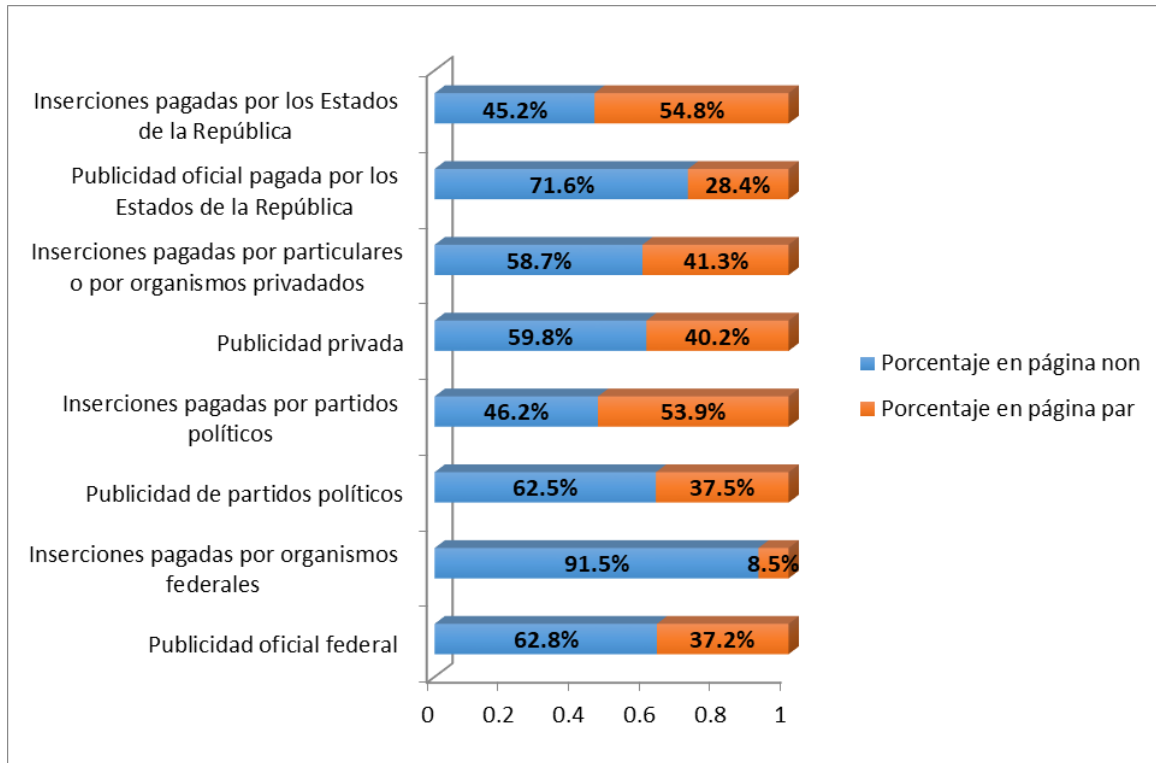


Ilustración 21- posición que ocupa la publicidad oficial según mayor o menor visibilidad.

j) Anunciantes del primer círculo son quienes pagan la publicidad más cara

La arena electoral es la más visible, pero hay otros escenarios en los que se dirime también el poder. Es por ello que la presencia en la revista *Proceso* se vuelve también una muestra de poder. Los actores o contendientes deciden estar presentes en esos ámbitos y es por ello que estos apartados guardan sentido, porque nos explican qué tanta importancia le dan a su presencia en la revista.

La posición de un anuncio dentro de un medio impreso guarda un sentido muy importante con relación a la presencia en la memoria del lector. Si tenemos en cuenta que quienes leen prensa escrita pertenecen a una élite y que la revista *Proceso* es consumida además por la élite política en particular, el que un organismo gubernamental se anuncie en la contraportada nos permite arribar a algunas conclusiones.

Como podemos observar en la ilustración No. 22, tanto los organismos del primero como del segundo círculo, pagan en su mayoría para que sus anuncios se encuentren en el interior de los ejemplares de la revista *Proceso* distribuidos a lo largo de las diversas secciones. En este apartado se analizan los anunciantes de publicidad que eligen pagar por aparecer en los lugares más caros de la revista. Estos son la contraportada y la página número 2 de cada ejemplar.

Por última, por pasta/interior vamos a entender en esta investigación a la página que está antes de cerrar el ejemplar, es decir, la penúltima hoja de cada edición. Por último, como pasta/exterior entendemos a la última página de un ejemplar en su cara externa, es decir, la que queda expuesta al lector. Tanto la contraportada como la pasta/interior y la pasta/exterior son páginas con mayor gramaje, más gruesas y pesadas, están impresas a color de alta calidad, son páginas barnizadas y muy llamativas por los tonos que utiliza.

La revista *Proceso* al ser enteramente fundada con una vocación periodística, hizo muy difícil poder caracterizar la publicidad por su ubicación de acuerdo a la sección, de ahí que se reporten otras secciones. No se distinguen los espacios por el nombre de la sección porque estas fueron cambiando o variando mucho en el tiempo. Por tal motivo, se eligieron aquellas en las que fuera significativa la presencia de la publicidad oficial. De este modo se llega a la caracterización de la contraportada, la pasta/interior y la pasta/exterior para diferenciarla de los anuncios publicados en página non o par.

En la ilustración No. 22 apreciamos que el 7.4% de los anuncios de los organismos del primer círculo se localizan en la contraportada, mientras que en el segundo círculo abarca solo el 6%. En total, tenemos un 18.5% de menciones del primer círculo que se anuncian en las páginas más caras que puede ofrecer la revista. Los organismos del primer círculo pagan por tener la presencia más importante dentro del medio, aunque no por mucho, pues el 14.8% de los organismos del segundo círculo se anuncian también en estos lugares de mayor valor visual y económico. En comparación, el primer círculo se anuncia apenas un 3.7% que el segundo.

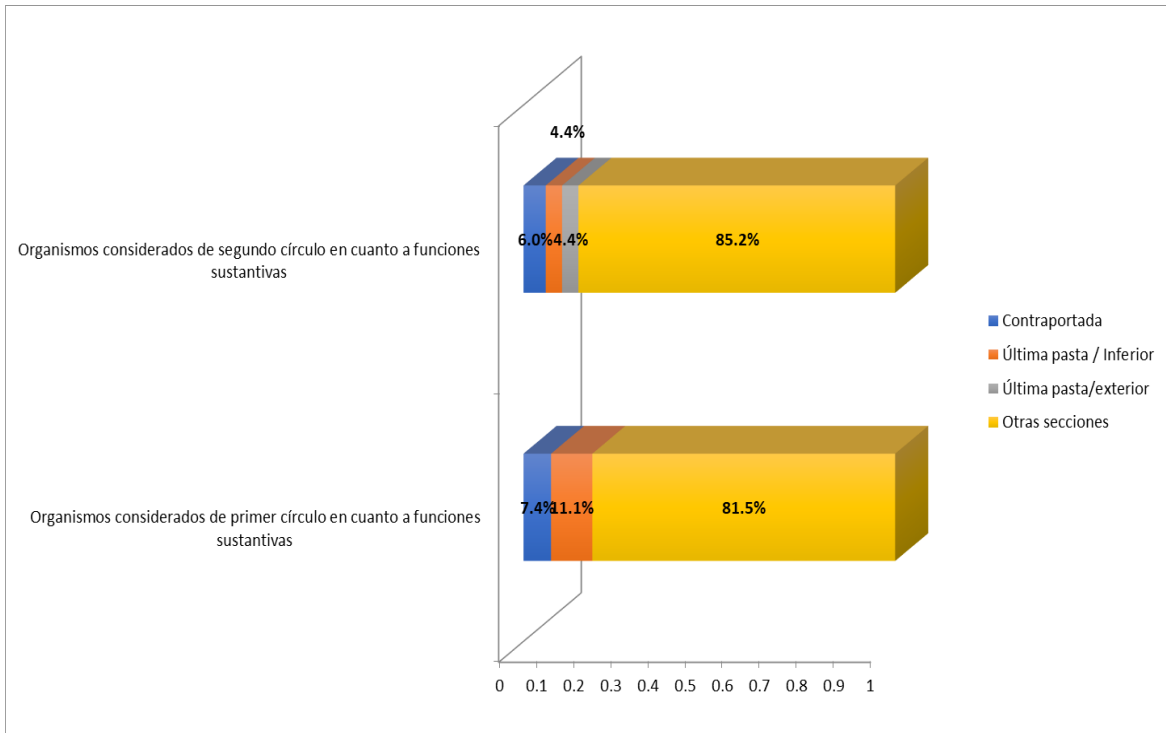


Ilustración 22- Sección en la que se anuncian los organismos de primer y segundo círculo dentro de la revista.

k) Los poderes de la unión, los órganos de gobierno y los organismos autónomos tienen los anuncios ubicados en las mejores secciones dentro de la revista *Proceso*

Como podemos observar en la ilustración No. 23, la publicidad oficial de los partidos políticos, los organismos autónomos y los poderes de la unión es la que mayor presencia tiene en las secciones más caras dentro de la revista. Estos tres tipos de instituciones son los que más se preocupan por presentar una mejor imagen en sus estrategias de comunicación basadas en publicidad oficial.

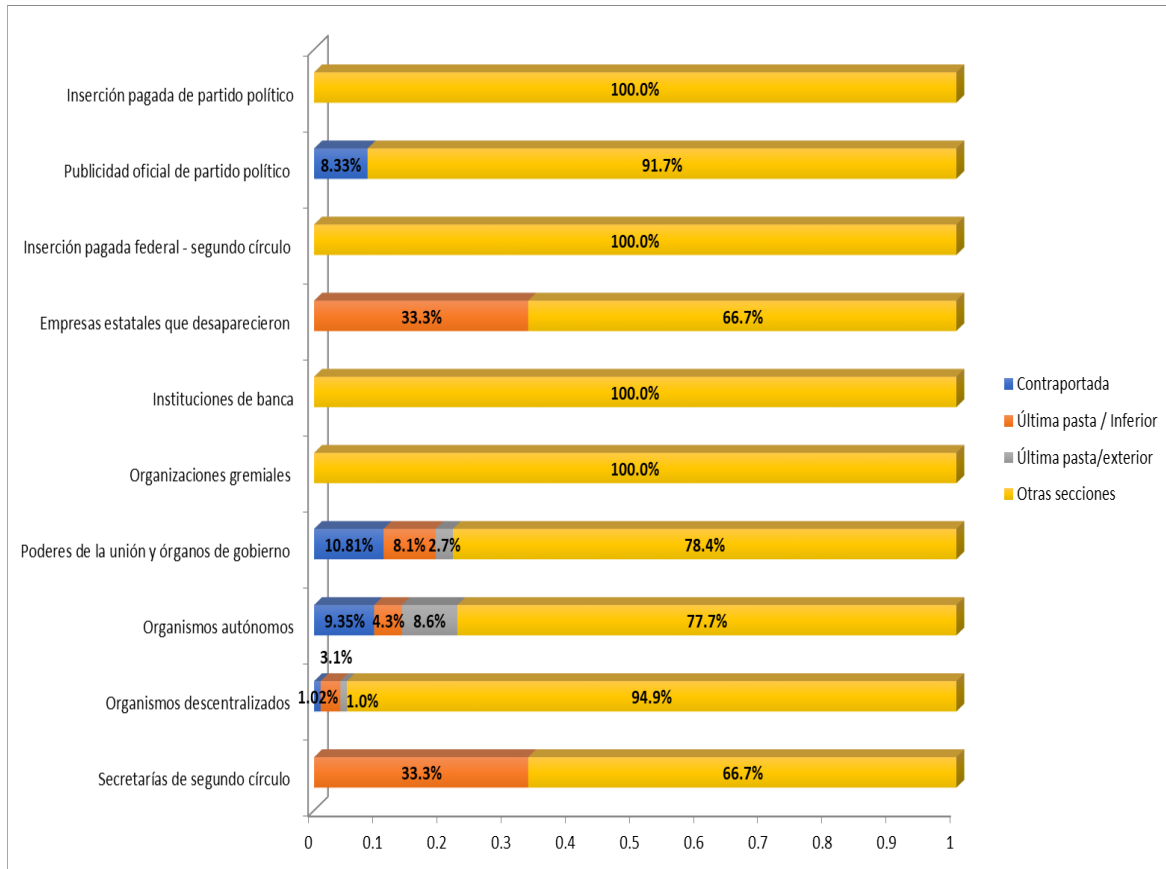


Ilustración 23- Caracterización de los anuncios de publicidad oficial pertenecientes al segundo círculo según la sección en la que se encuentran dentro de la revista.

1) Los gobiernos estatales son los que tienen mayor presencia en las secciones más caras de la revista *Proceso*

Como podemos ver en la ilustración No. 24, los actores que pagan más por aparecer en las mejores secciones de *Proceso* son los gobiernos estatales. Casi un 86% de publicidad oficial federal está inserta a lo largo de las diversas secciones de la revista. Esto significa que un 7% de los organismos paga por aparecer en la contraportada, un poco más de 4% por estar en la pasta/interior y un 3% en la pasta/exterior. Estos porcentajes en realidad son bajos, de lo que podemos deducir que los organismos a nivel federal tratan de no pagar tanto y quieren solo aparecer en el interior de la publicación.

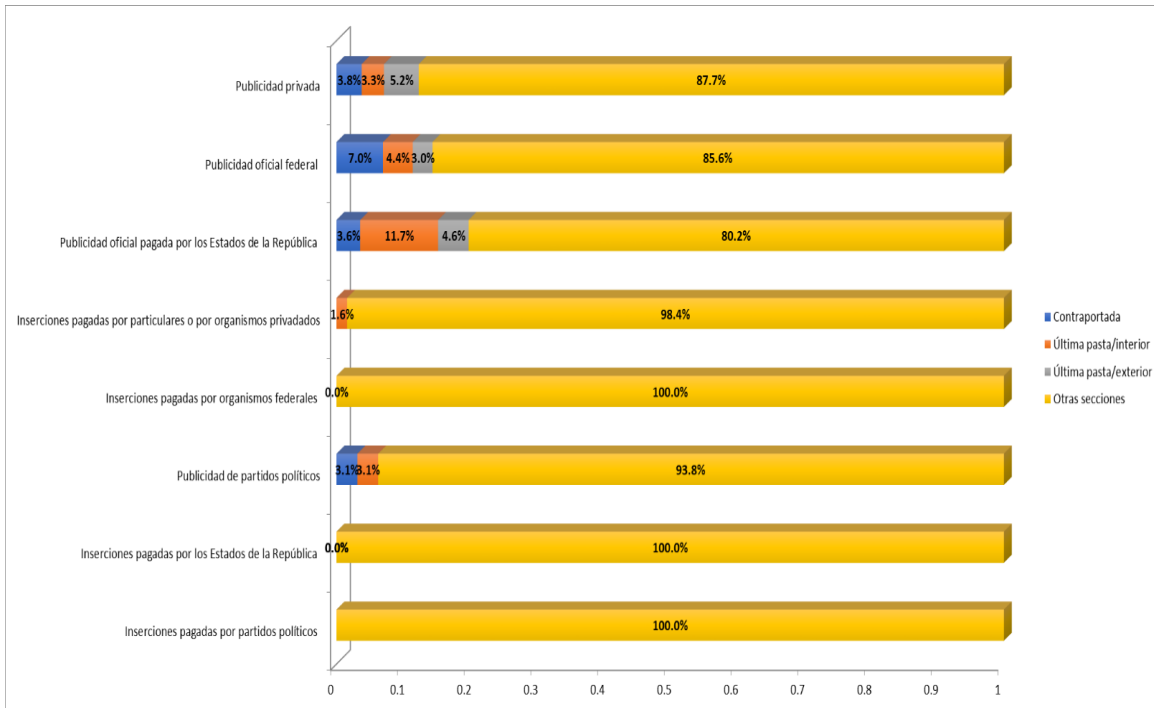


Ilustración 24- Caracterización por tipo de publicidad oficial inserta en la revista *Proceso* según la sección en la que se encuentran los anuncios.

m) Organismos del primer círculo se anuncian en mayor porcentaje ocupando una plana completa

Según la tabulación en sus catálogos de venta, la revista *Proceso* maneja 5 tamaños en su publicidad, siendo los más caros los de una página completa seguida por los anuncios de media página. Es importante resaltar que la mayoría de la publicidad oficial inserta en la revista se encuentra en planas completas.

Los organismos del segundo círculo se anuncian en un 65.4% en planas completas, según podemos apreciar en la gráfica siguiente, pero los organismos del primer círculo se anuncian un 1.3% más. Es decir, los anuncios del primer círculo ocupan un mayor tamaño que los del segundo, siendo estos los que pagan mayor cantidad de anuncios pequeños de 1/6 de página.

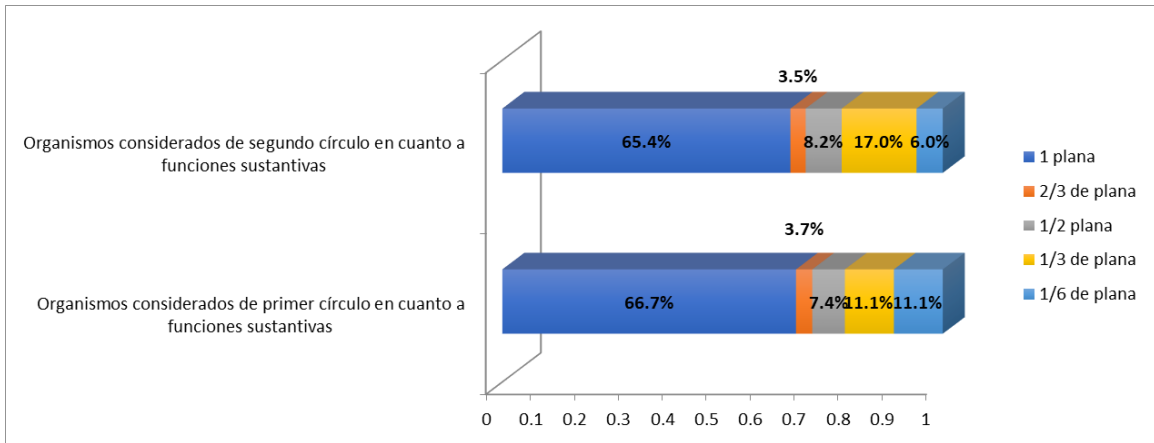


Ilustración 25- Caracterización de la publicidad oficial del primer y segundo círculo de acuerdo al tamaño que ocupan sus anuncios dentro de la revista.

n) Las inserciones pagadas y las secretarías del segundo círculo son las que ocupan el tamaño más grande de los anuncios dentro de la revista

Las inserciones pagadas por los partidos políticos y los organismos federales son las de mayor presencia en planas completas junto a las adquiridas por las secretarías de estado pertenecientes al segundo círculo. Los organismos de los que varían más los tamaños de anuncios son los descentralizados, pues casi en un 30% adquieren espacios de 1/3 de plana y en un 56% son planas completas.

La publicidad de partidos políticos es la que mayor número de anuncios pequeños presenta, pues un 8.3% son de 1/6 de plana, seguidos por los organismos autónomos y los descentralizados con un 7.9% de anuncios de igual tamaño.

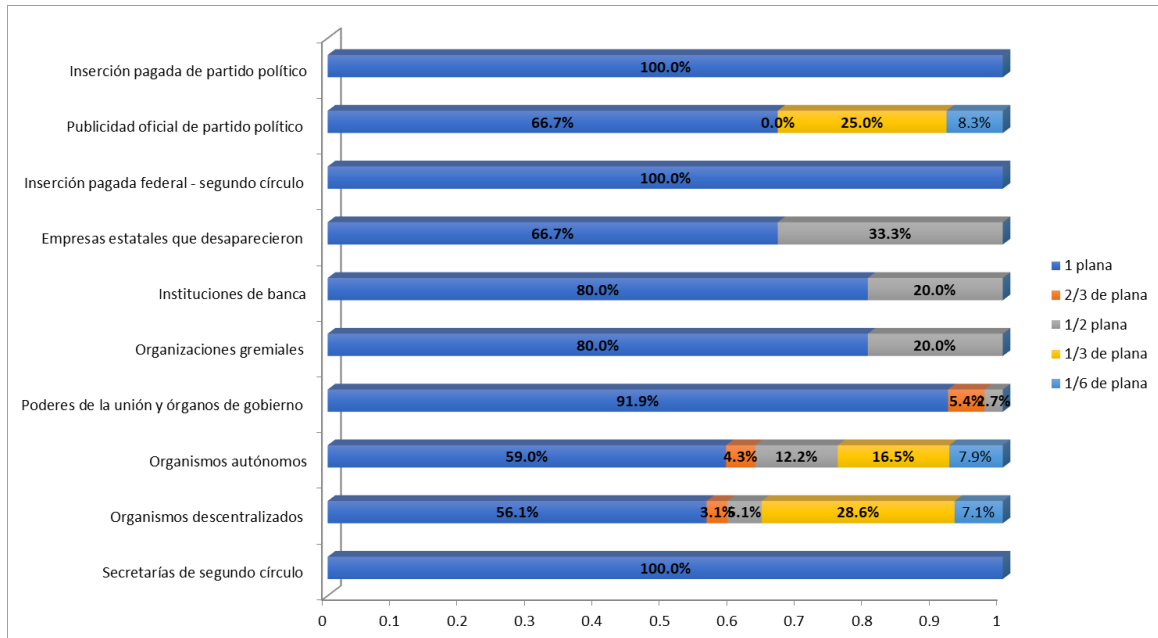


Ilustración 26- Caracterización de la publicidad oficial del segundo círculo de acuerdo al tamaño de sus anuncios dentro de la revista.

o) La publicidad privada es la que menor porcentaje de publicidad a plana completa presenta

El único tipo de publicidad que no presenta variación en tamaño es la relacionada a las inserciones pagadas por los partidos políticos pues todas ocupan planas completas. Como podemos apreciar en la gráfica No. 27, la publicidad pagada por los estados de la república es la que presenta más anuncios en medias planas mientras que la privada es la que tiene la mayor cantidad en tamaño pequeño. Por su parte, la publicidad oficial federal tiene un 60% de planas completas. De esto se deriva que el gobierno paga para aparecer en un tamaño preferencial.

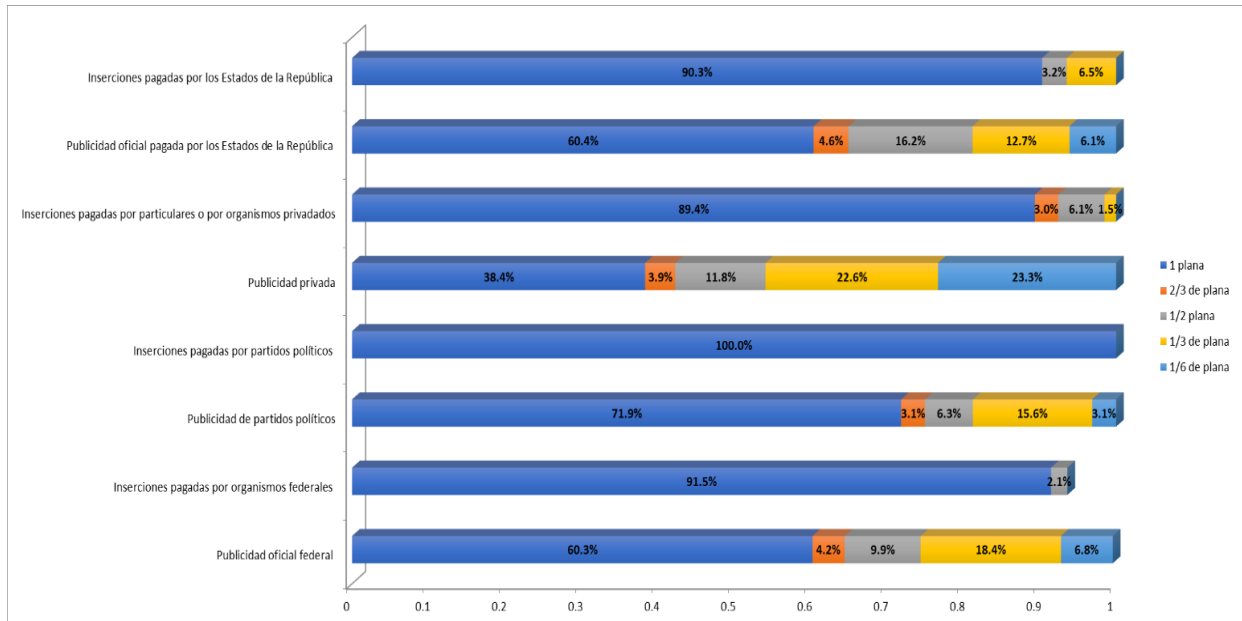


Ilustración 27- Caracterización de la publicidad oficial inserta en la revista *Proceso* de acuerdo al tamaño de sus anuncios en la revista.

p) Las notas de portada de la revista *Proceso* no se ven afectadas por la publicidad oficial porque los anunciantes no son sujetos de la crítica contenida en estas.

Se analizaron 219 notas de portada que se encontraron en los 85 ejemplares de la muestra y se contrastaron con la publicidad oficial inserta en cada uno de los números. De este comparativo se desprende que los organismos que se anuncian en la revista no guardan una relación directa con las notas que se cubren en el medio. Esto quiere decir que la nota no se ve afectada directamente por la publicidad oficial que se encuentra en su interior. De tal modo, los organismos que se anuncian no son objeto de la crítica de la revista.

Como se explicó anteriormente, la crítica no se hace desde la subordinación ni la resistencia sino desde el poder y eso se nota mediante los actores que respaldan a través de la publicidad de nicho a la propia revista. Como podemos observar en la tabla siguiente, en efecto no hay una relación entre los temas de la portada de la revista *Proceso* y quienes se anuncian, o al menos, no directamente, lo cual se comprueba con la tabla posterior en la que se hace el

comparativo de la columna de si se relaciona o no con la publicidad oficial y las características de la historia.

En la columna de si se relaciona o no con la publicidad oficial se encontró que, de 219 notas, 3 notas sí se relacionan con la publicidad oficial, 20 no se relacionan en nada y 196 no lo hacen directamente. Esta columna se compara con la de las características de la historia utilizando la Chi cuadrada en la que si el coeficiente de Pearson es menor de 0.05 en la columna de Asymptotic Significance, entonces sí hay una relación estadísticamente significativa. Sin embargo, en este caso $p=0.362$ y por ser mayor que 0.05, no hay una relación estadísticamente significativa.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	27.935 ^a	26	.362
Likelihood Ratio	25.263	26	.504
Linear-by-Linear Association	.985	1	.321
N of Valid Cases	219		

a. 33 cells (78.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .04.

Tabla 4- comprobación de la no relación entre las notas de portada de la revista Proceso y los organismos que se anuncian.

En la tabla No. 5 se identifica muy bien que, en temas de delincuencia, crimen o policía, por poner algunos ejemplos, de 31 notas solo 1 se relaciona y las otras 30 no, o no directamente. El resultado que arroja es que la publicidad oficial no se relaciona directamente con las características de la historia insertas en las notas de portada de la revista *Proceso*, las cuales en su mayoría son de foco nacional. De las 219 notas 30 tienen un foco local, 156 tienen un foco nacional y 33 tienen un foco internacional.

		Característica de la historia															Total
		Gobierno/ Legislatura	Campañas/ Elecciones / Política	Policía/ Crimen, delincuencia	Tribunales	Defensa/ Militar/ Seguridad Nacional	Economía / Negocios	Educación	Vivienda/ Infraestructura	Accidentes/ desastres naturales	Salud	Derechos Humanos	manifestacion es/ Protestas	Problemas sociales	Otros		
		Se relaciona con publicidad oficial	Sí	4	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	
	No	7	0	3	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	4	17	
	No directam ente	82	31	27	3	2	7	1	2	3	2	6	5	7	16	194	
Total		93	31	31	4	2	7	1	3	3	2	7	7	8	20	219	

Tabla 5- Relación entre publicidad oficial y características de la historia.

Ejemplos de los tres principales temas que aborda *Proceso* en sus notas de portada:

Del tema 1=Gobierno/Legislatura que corresponde a la información relacionada al poder formal e institucionalizado, seleccionamos la nota de portada correspondiente al 23 de junio de 1986 con el titular “Cuatro meses de pugnas. Silva Herzog: lo dejaron solo y se fue”, que ocupa un total de 5 páginas y 1/3 en el interior de la edición.



Ilustración 28- Portada de la edición del 23 de junio de 1986.

Se analizó si esta nota se relaciona con la publicidad oficial tomando en cuenta el contexto. En el ejemplar se encontró publicidad oficial de las siguientes instituciones o conjunto de ellas: 1) Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), 2) Universidad con participación estatal/Instituto Mora/Centro de Investigación y Docencia Económicas/ El Colegio de la Frontera Norte/ Colegio de México/ Revista bimestral Diálogos, 3) Universidad Autónoma de Puebla (ahora denominada BUAP) / Editorial Universidad Autónoma de Puebla (Ahora BUAP) y 4) Universidad Autónoma de Sinaloa (UAS).

Organismos que se anuncian	Nota de portada
15=Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)	Cuatro meses de pugnas. Silva Herzog: lo dejaron solo y se fue.
96=Universidad con participación estatal/Instituto Mora/Centro de Investigación y Docencia Económicas/El Colegio de la Frontera Norte/Colegio de México/Revista bimestral Diálogos	
17=Universidad Autónoma de Puebla (Ahora BUAP) / Editorial Universidad Autónoma de Puebla (Ahora BUAP)	
21=Universidad Autónoma de Sinaloa (UAS)	

Tabla 6- Organismos que se anuncian en relación al tema de portada.

El análisis consistió en ver si está relacionada la publicidad oficial del ejemplar con los títulos de la nota de portada, si no lo está o si esto se da de forma no directa. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que los organismos que se anuncian en la revista guardan una relación en la que no directamente se ve afectada la nota que aparece en la portada. Presumiblemente los organismos que pagan la publicidad contenida en el ejemplar no son objeto de la crítica.

En el tema 2= Campañas/ Elecciones / Política, tomamos en cuenta los contenidos sobre elecciones/ campañas/ política, política y religión, así como abusos y escándalos en períodos de elección/ campaña de acuerdo a la clasificación de Mellado que ya analizamos con anterioridad.

Presentamos a continuación la nota fechada el 21 de junio del 2009 con el título en portada: “¿Cómo burlar la ley electoral y seguir en campaña?” y una cobertura de 5 páginas y 2/3.



Ilustración 29- Portada de la revista Proceso correspondiente al 21 de junio de 2009.

Se anuncian en el ejemplar los siguientes organismos o conjunto de ellos: 1) la UNAM/ Difusión cultural/ TV UNAM, 2) el Poder Judicial Federal/ Suprema Corte de Justicia/ Consejo de la Judicatura Federal, 3) la Universidad Autónoma de Puebla (Ahora BUAP) / Editorial Universidad Autónoma de Puebla (Ahora BUAP), 4) la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, 5) el Instituto Electoral del Distrito Federal, 6) el Instituto Electoral del Estado de México, 7) la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México, 8) la Cámara de Diputados y 9) el Gobierno de Oaxaca.

Organismos que se anuncian	Nota de portada
5= UNAM/Difusión cultural/TV UNAM	Cómo burlar la ley electoral y seguir en campaña
7=Poder Judicial Federal/Suprema Corte de Justicia/Consejo de la Judicatura Federal	
17=Universidad Autónoma de Puebla (Ahora BUAP) / Editorial Universidad Autónoma de Puebla (Ahora BUAP)	
26=Universidad Autónoma de la Cd. De México	
14=Instituto Electoral del Distrito Federal	
89=Instituto Electoral del Estado de México	
103= Secretaría de Cultura CDMX	
41=Cámara de Diputados	
66=Gobierno de Oaxaca	

Tabla 7- Organismos que se anuncian contra nota de portada.

El análisis consistió en ver si está relacionada la publicidad oficial del ejemplar con los títulos de la nota de portada, si no lo está o solo se da una relación indirecta. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que los organismos que se anuncian en la revista guardan una relación en la que no directamente se ve afectada la nota que aparece en la portada. Presumiblemente, los organismos que se anuncian no son objeto de la crítica.

En el tema 3=Policía/ Crimen / Delincuencia se incluyen incidentes criminales, de corrupción y delitos financieros, tendencias criminales, medidas de defensa ante crímenes y procesos judiciales sobre un hecho criminal específico, teniendo en cuenta la clasificación de Mellado ya revisada con anterioridad.

Se elige como muestra la nota del 19 de junio de 1995 con el título “El dinero sucio de Ruiz Massieu al detalle, las transacciones en Estados Unidos”, con una cobertura de 11 páginas completas y 2/3.



Ilustración 30- Portada correspondiente al 19 de junio de 1995.

En esta edición se anuncian 1) la UNAM/ Difusión cultural/ TV UNAM, 2) el Fondo de Cultura/ SEP/ CONACULTA Canal 22 y 3) la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Organismos que se anuncian	Nota de portada
5= UNAM/Difusión cultural/TV UNAM	El dinero sucio de Ruiz Massieu al detalle, las transacciones en Estados Unidos
6=Fondo de Cultura/ SEP/ CONACULTA Canal 22	
139=Universidad Autónoma de Nuevo León	

Tabla 8- Organismos que se anuncian en relación con la nota de portada.

Como en los casos anteriores, el análisis consistió en ver si está relacionada la publicidad oficial del ejemplar con los títulos de la nota de portada, si no lo está o solo se da una relación indirecta. La hipótesis específica relacionada con esta variable es que los organismos que se anuncian en la revista guardan una relación en la que no directamente se ve afectada la nota que aparece en la portada. Presumiblemente, los organismos que se anuncian no son objeto de la crítica.

Las notas de portada que sí tienen relación con la publicidad oficial son tres, como puede observarse en la siguiente tabla. De las 219 notas de portada solo estas guardan relación. Aunque el foco de esta investigación no está en la publicidad oficial estatal o regional, se documenta que la Universidad de Sinaloa se anuncia dos veces cuando el tema de portada es sobre el gobernador del estado de Sinaloa. Las otras dos notas de portada son de foco nacional. Una, habla de los ultras, que son una facción de estudiantes de la UNAM, mientras esta institución se anuncia una vez en el interior. La última nota es sobre el sistema de justicia y se anuncia el Poder Judicial.

La media en número de hojas de cobertura que da *Proceso* a las notas que presenta en portada es de 3 páginas. Si estas notas relacionadas dan una cobertura al interior de la revista de 4 a 6 páginas, eso quiere decir que desarrollaron una cobertura por encima de la media,

independientemente de qué organismos se anuncien o no y de si están relacionados o no con los temas que abordan en esa edición.

NOTA DE PORTADA	PUBLICIDAD OFICIAL INSERTA
1.- A punta de represión. Sinaloa, el mejor negocio de Toledo Corro.	Se anuncia 2 veces la universidad estatal de Sinaloa
2.- UNAM: Los ultras (facción de estudiantes de la UNAM)	Se anuncia la UNAM una vez
3.- El nuevo sistema de justicia, en riesgo de naufragio.	Se anuncia el Poder Judicial una vez

Tabla 9- Relación entre notas de portada y publicidad oficial inserta en la revista.

A continuación, revisamos las notas de portada que sí se relacionan con la publicidad oficial inserta en el mismo ejemplar de la revista *Proceso*:

V14 CARACTERÍSTICAS DE LA HISTORIA	V15 SECCIÓN	V15A EXTENSIÓN/ITEM	V16 FOCO GEOGRÁFICO	V17 CUESTIONAMIENTO, CRÍTICA O DENUNCIA DE PERIODISTA	V18 SE RELACIONA CON LA PO
1.- Gobierno/Legislatura	Sin sección	4 páginas completas	Local	Sí	Sí
2.- Manifestaciones/Protestas	Sin sección	6 páginas completas	Nacional	Sí	Sí
3.- Tribunales	Justicia	4 páginas completas	Nacional	Sí	Sí

Tabla 10- Notas de portada que sí se relacionan con la publicidad oficial inserta en el mismo ejemplar de la revista *Proceso*.

Hay 13 notas de portada cuya cobertura es de más de 10 páginas en el interior. Estas son en su mayoría suplementos a los que está dedicada la edición completa. Uno es sobre Allende,

otro sobre Sudáfrica 2010 y el último sobre Brasil 2014. A estas le sigue la cobertura de su número de aniversario de la revista que festejaba sus 40 años. Las demás coberturas son: una sobre gobierno/ legislatura, dos sobre campañas /elecciones/ política, dos más sobre policía/ crimen y delincuencia, una sobre accidentes/ desastres naturales, una sobre derechos humanos y dos sobre problemas sociales. Estas son las notas de portada que tienen una mayor cobertura dentro de la revista.

Como conclusión podemos afirmar que la respuesta a la pregunta de cómo se ha comportado la publicidad oficial de instituciones federales y su relación con las notas de portada de la revista *Proceso* se explica a partir de dos componentes:

1. Respecto a las funciones sustantivas y secundarias:

- ✓ Los organismos que realizan funciones sustantivas son quienes pagan la publicidad más cara dentro de la revista *Proceso*, por lo que tienen la publicidad mejor ubicada, mucho más visible y que ocupa en su mayoría planas completas.
- ✓ Los organismos que realizan funciones secundarias nos permiten desagregar la publicidad como bloque y entender que no es monolítica. Encontramos en este grupo a secretarías de estado que no tiene funciones sustantivas, organismos descentralizados, organismos autónomos, poderes de la unión u órganos de gobierno, organizaciones gremiales, instituciones de banca y empresas estatales. Los organismos descentralizados son los que tienen una mayor presencia en cuanto a tipo de publicidad oficial, pero las instituciones que presentan mayor número de menciones en la revista pertenecen a cultura y educación. El 95% de la publicidad oficial es comprada por organismos que tienen funciones secundarias, lo cual se refuerza con los datos reportados en COMSOC. El 45% de la publicidad proviene de instituciones que se anuncian de 1 a 3 veces.
- ✓ La mayoría de la publicidad oficial pagada con dinero público se encuentra ubicada en páginas que buscan mayor visibilidad. Las secretarías de estado con funciones secundarias, así como instituciones de banca, se anuncian en páginas menos visibles. Más del 60% de los anunciantes incluyendo públicos y privados eligen ubicarse en páginas con mayor visibilidad. De los organismos con funciones secundarias los

Poderes de la Unión, órganos de gobierno y organismos autónomos son los anuncios ubicados en las mejores secciones dentro de la revista, mientras que los gobiernos estatales también buscan tener mayor presencia en las secciones más caras. Las inserciones pagadas y las secretarías del segundo círculo son las que ocupan el tamaño más grande de los anuncios dentro de la revista mientras que la publicidad privada es la que tiene menor porcentaje de publicidad en planas completas.

- ✓ La revista *Proceso* de alguna forma sí está capturada con relación a su línea editorial porque no son sujetos de su crítica los organismos que realizan funciones secundarias. Por ejemplo, no critica al INBA. Se induce un tipo de captura, pero hay que ir separando la publicidad en sus diferentes tipos porque no funciona como un bloque homogéneo, por lo que tenemos que se critica al primer círculo, pero no al segundo.

2. Las notas de portada de la revista *Proceso* no se ven afectadas por la publicidad oficial porque los anunciantes no son sujetos de la crítica contenida en ellas. La relación que pudiera llegar a existir es muy baja. La mayoría de las notas cubren temas locales o nacionales que no necesariamente se relacionan con las instituciones que realizan funciones secundarias dentro del gobierno.

CAPÍTULO 7

Desplome de la publicidad oficial en momentos de conflicto prensa-poder

A la pregunta de ¿cómo se comportó la inserción de publicidad oficial en momentos de conflicto entre la revista *Proceso* y el gobierno?, se responde que la publicidad oficial que se encuentra en este medio se desploma durante varios momentos en que el gobierno es reactivo a la crítica que hace de él, lo cual es visible cuantitativamente en al menos cuatro momentos.

En dos de los sexenios se sigue esta condición dramática permeando hasta el sexenio subsecuente. Es decir, no solo se vio a la baja en el sexenio en el que entró en conflicto con la figura presidencial y el gobierno, sino también en los posteriores. Esto pudiera darse porque casi siempre las tensiones se generaron en el último tramo del período de gobierno.

Los conflictos principales que se identificaron en esta investigación se dieron en los sexenios de López Portillo, Salinas, Fox y Calderón. A pesar de la transición por el cambio de partido en el poder, el gobierno mantuvo el mismo criterio gubernamental hacia la prensa. Aunque han sido dos partidos en el gobierno, han presentado un mismo posicionamiento o criterio ante la línea editorial de la revista *Proceso*.

En la siguiente tabla podemos ver que el número de menciones o anuncios en los sexenios de transición no varía en demasía. Es por ello que se afirma que la relación prensa poder se mantuvo en el tiempo.

Número más alto de anuncios de publicidad oficial por sexenio

1980	33	López Portillo
1985	9	De la Madrid Hurtado
1989	12	Salinas de Gortari
1997	18	Zedillo Ponce de León

2000	21	Fox Quezada
2010	17	Calderón Hinojosa
2016	9	Peña Nieto

Tabla 11- Número más alto de menciones de publicidad oficial por sexenio insertos en la revista Proceso de 1976 a 2018.

Con el reforzamiento de los organismos autónomos a partir de mediados de los años noventa, hubo un incremento en la compra de publicidad oficial teniendo como resultado que la figura autoritaria del presidente se fuera desdibujando y con ello el gobierno iba perdiendo control sobre la prensa.

Con el siguiente gráfico podemos dar cuenta del comportamiento de la publicidad oficial a lo largo del tiempo desde sus primeras apariciones en el año 1977 y hasta el año 2018. En este apartado se entrará al análisis específico del comportamiento de la publicidad a través de los sexenios, pero como los efectos se antepusieron o siguieron al motivo del conflicto en sí, es por ello que se decidió profundizar sobre los momentos de tensión aguda entre la revista y el gobierno en lugar de hacerlo cronológicamente.

**COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA PUBLICIDAD OFICIAL Y LAS
INSERSIONES FEDERALES (1977-2018)**

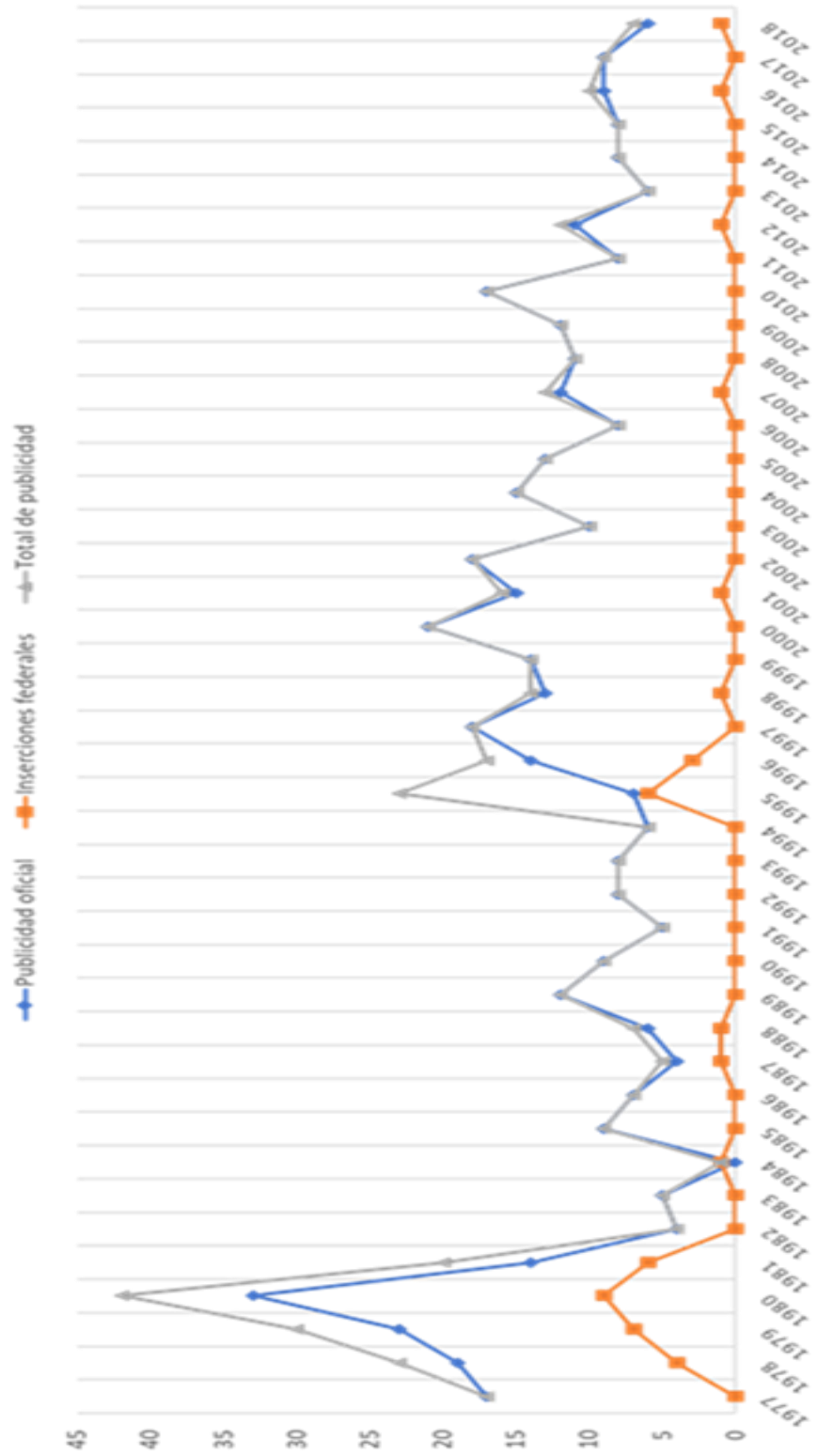


Ilustración 31- Comportamiento histórico de la publicidad oficial y las inserciones federales (1977-2018).

a) El mayor número de menciones en publicidad oficial en la revista Proceso se da del año 1977 al año 1981

Durante el año 1976, cuando nace la revista *Proceso*, no presenta publicidad oficial. Esta aparece a partir del ejemplar número 11. La muestra utilizada para este trabajo de investigación presenta por los criterios ya descritos, dos números por año. Es por este motivo que se inicia el análisis a partir del ejemplar número 33, el cual contiene publicidad oficial y corresponde al año 1977.

La siguiente gráfica inicia en 1977 y muestra el número total de publicidad oficial de primer y segundo círculo, incluyendo las inserciones pagadas por organismos federales que pertenecen a ambos. No se tienen en cuenta los anuncios e inserciones de partidos políticos.



Ilustración 32- Comportamiento histórico de la publicidad oficial federal y de las inserciones pagadas federales presentes en la revista *Proceso* de 1977 a 2018.

En la siguiente tabla se presenta el escenario completo de la publicidad oficial dividido por sexenios. Aquí sí se incluyen inserciones pagadas por organismos federales, publicidad de partidos políticos e inserciones pagadas por partidos políticos. Podemos dar cuenta de que el sexenio en el que existe un mayor porcentaje de publicidad oficial es el del presidente López

Portillo con un 27.27% del total y el período en el que hubo una menor presencia fue con el presidente Miguel de la Madrid con 6.47%.

Presidente - Sexenio	Publicidad oficial federal %	Inserciones pagadas por organismos federales %	Total de publicidad oficial sin partido político %	Publicidad de partidos políticos %	Inserciones pagadas por partidos políticos %	Total con partido político %
2=José Guillermo López Portillo Y Pacheco	23.87	61.73	27.27	6.25	61.53	26.87
3=Miguel de la Madrid Hurtado	6.48	6.38	6.47	18.75	15.38	7.36
4=Carlos Salinas de Gortari	9.83	0	8.95	6.25	0	8.59
5=Ernesto Zedillo Ponce de León	18.41	21.27	18.66	40.62	15.38	19.82
6=Vicente Fox Quesada	16.52	2.12	15.23	25	7.69	15.61
7=Felipe Calderón Hinojosa	15.27	4.25	14.28	3.12	0	13.33
8=Enrique Peña Nieto	9.62	4.25	9.14	0	0	8.42

Tabla 12- Comportamiento de los anuncios de publicidad oficial federal en la revista Proceso de 1977 a 2018.

Como ya se mencionó, en entrevista con Salvador Corro, miembro del consejo de administración de la revista *Proceso*, este indica que en diciembre de 1976 “el gobierno entrante trató de congraciarse con *Proceso* y la incorporó a las pautas de la publicidad oficial, pero la revista mantuvo inalterada su línea editorial” (Ibarra, 2010, p. 8). A eso obedece el aumento de la publicidad oficial en ese rango de años. El gobierno trataba de que la revista mesurara su línea crítica y creyó que lo conseguiría a través del subsidio gubernamental con la compra de publicidad oficial. Este momento es el que nos estaría mostrando el porcentaje del 27.27% que es la punta de la gráfica en ventas en publicidad oficial.

b) Momentos de conflicto prensa-poder

-Del “no pago para que me peguen” a las amenazas de muerte a los periodistas fundadores de la revista *Proceso*

Durante el sexenio de López Portillo se buscó que la revista *Proceso* sirviera al presidencialismo para reformar la visión de gobierno. Es por ello que a partir del número 11, el gobierno federal comienza a comprar publicidad oficial e inserciones pagadas. La cantidad de publicidad oficial inserta en algunos números de la revista es de hasta 33 anuncios en un mismo ejemplar. Del total de la muestra analizada, los pertenecientes al sexenio de López Portillo son los que presentan el mayor número de menciones.

El primer momento de tensión entre *Proceso* y el gobierno comienza con el nacimiento de la revista, pues surge como fruto del conflicto entre periodistas del periódico *Excélsior* y el poder presidencial de ese momento representado por Echeverría.

El segundo momento de conflicto importante entre los periodistas y el gobierno se da en el año 1982. El 7 de junio el presidente López Portillo dice lo siguiente con motivo del día de la libertad de prensa:

¿Una empresa mercantil, organizada como negocio profesional, tiene el derecho a que el Estado le dé publicidad para que sistemáticamente se le oponga? Esta, señores, es una relación perversa, una relación morbosa, una relación sadomasoquista que se aproxima a muchas perversidades que no menciono aquí por respeto a la audiencia. Te pago para que me pegues. ¡Pues no faltaba más!

Frente a las empresas mercantiles que viven de la publicidad y que de ella obtienen anuncios no altruistas, como los partidos políticos, ante cuya responsabilidad rindo respeto, sino que quieren hacer negocio con la publicidad del Estado, hablando sistemáticamente mal del Estado para frustrar los propósitos que el Estado tiene al hacer publicidad, ahí estamos en una relación perversa que debemos vigilar. [...]

¿Debe el Estado, que tantas actividades subsidia, subsidiar también la oposición sistemática de los partidos políticos, gratificando vanidades profesionales que persiguen el lucro? (Cantú, 2017, pp. 40-41).

La antesala de este discurso se dio el 25 de agosto de 1981 cuando la revista *Proceso* publicó un reportaje sobre el desorden y la corrupción en Petróleos Mexicanos. Esta investigación se basó en una realizada por funcionarios de Programación y Presupuesto llevada a cabo en el área de José Ramón López Portillo, hijo del presidente en turno. Con este texto se enfrentaba a uno de los pre candidatos del PRI a la presidencia, José Díaz Serrano, con Miguel de la Madrid. No gustó para nada al gobierno de José López Portillo la filtración de esa investigación (Cantú, 2017).

De esta historia da cuenta el desplome en la compra de la publicidad oficial por parte del gobierno federal que en el año 1980 había llegado a 33 inserciones y que en 1982 eran solo 4 anuncios adquiridos por organismos del gobierno federal.

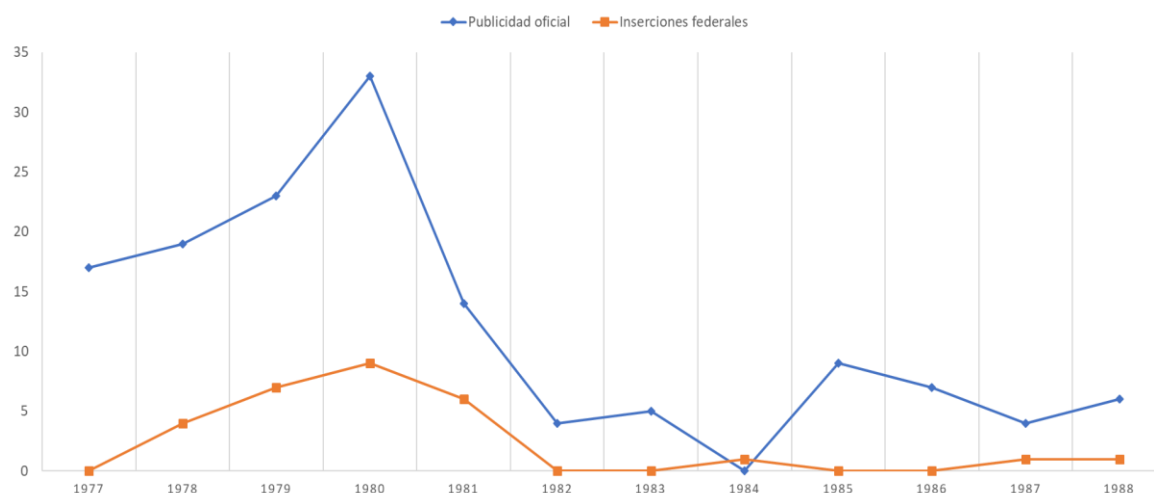


Ilustración 33- Comportamiento de la publicidad oficial en momentos de conflicto entre la revista *Proceso* y el gobierno federal durante los sexenios de los presidentes López Portillo (1976-1982) y De la Madrid (1982-1988).

Siguiendo los reportajes que le son incómodos al poder:

El chayote creció y se institucionalizó, aunque su florecimiento máximo se da en cada campaña del candidato del PRI a la presidencia de la república. Así sucedió con Luis Echeverría, con José López Portillo y con Miguel de la Madrid (Cantú, 2017, p. 150).

De este modo venía sucediendo y era un secreto a voces hasta que la revista *Proceso* documentó el proceder del chayote, así como los embutes. Los periodistas de la revista no fueron cercanos al presidente para cubrir la fuente y en una ocasión los cartones de Naranjo ridiculizando al primer mandatario causaron molestia a Miguel de la Madrid.

En 1984, cuando Julio Scherer estaba a punto de ser recibido por el presidente de México, Manuel Alonso, coordinador para asuntos de prensa y relaciones públicas, se le acercó y le

dijo: “mi querido Julio, si no respetas al presidente, si lo ofendes, ¿qué puedo hacer por ti?” (Cantú, 2017, p. 151).

En el año 1986 se iba a llevar a cabo el mundial de fútbol en México y la revista *Proceso* sacó una serie de reportajes sobre el negocio en este deporte que no gustaron al gobierno federal, culminando con la rechifla que en ese año le realizaron al presidente en la inauguración del evento y que la revista recogió de inmediato (Cantú, 2017, p. 153).

Siendo su Secretario de Gobernación Manuel Bartlett, el presidente Miguel de la Madrid envió al director de la Dirección Federal de Seguridad, José Antonio Zorrilla Pérez, a detener un reportaje que podría afectar al Secretario de Gobernación. Por este motivo fueron amenazados tanto los fundadores de *Proceso* como sus familias, decidiendo los periodistas no presentar el mencionado reportaje.

Con esta serie de antecedentes, podemos ver que ese sexenio de Miguel de la Madrid fue bastante difícil para *Proceso*, lo cual provocó que para 1984 no aparecieran anuncios en la revista.

-Buscando trascender al director general de la revista *Proceso* y la presencia de fuerzas políticas alternas al ejecutivo

En el año 1992 se formalizó el Tratado de Libre Comercio con América del Norte y en los años anteriores la revista *Proceso* estuvo presentando una serie de reportajes que molestaron al gobierno Federal. A los periodistas del medio les parecía que “no se negociaba desde una posición justa por el carácter imperial de Estados Unidos y que el ingreso al primer mundo parecía distante por nuestra pobreza y los indígenas” (Cantú, 2017, pp. 289-290).

Esta molestia del gobierno es visible en el siguiente gráfico y se manifiesta en una baja considerable de la publicidad oficial comprada a la revista en el año 1991, para luego ir normalizándose en los años subsecuentes.

En 1992, Fernando Gutiérrez Barrios, Secretario de Gobernación, se presentó en las oficinas de *Proceso* para detener un reportaje que sobre José Córdoba Montoya, jefe de la oficina de la presidencia, se preparaba. Sin embargo, la revista no cedió, tensando aun más la relación.

En 1993, *Proceso* publica un reportaje sobre una recaudación que realiza el presidente Salinas entre los hombres más ricos de México para que el PRI se pudiera mantener en el poder y esta filtración tampoco fue del agrado del gobierno federal. Para 1994, Luis Donaldo Colosio es asesinado y la cobertura no gustó tampoco al gobierno. El presidente Salinas le propone a Vicente Leñero, fundador de *Proceso*, que trasciendan a Scherer, dando como resultado que para 1996 este dejara la dirección general del medio.

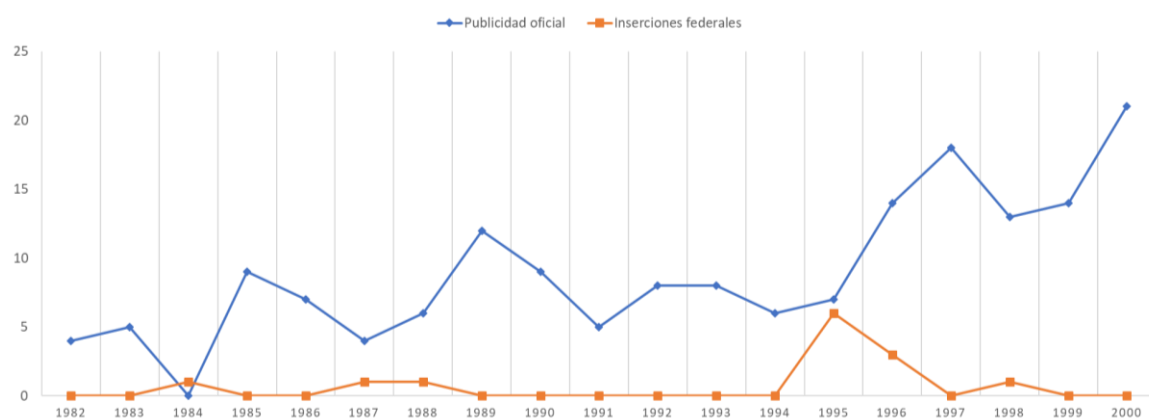


Ilustración 34- Comportamiento de la publicidad oficial federal e inserciones pagadas de instituciones federales en los momentos de conflicto entre la revista *Proceso* y el gobierno federal en los sexenios de Salinas de Gortari (1988-1994) y Zedillo Ponce de León (1994-2000).

Con Zedillo, propiamente no hay un conflicto en sí entre la redacción de *Proceso* y el gobierno, pero en este sexenio fuerzas alternas se conforman y es a partir del año 1997 que el Congreso ya no es de mayoría priísta. Este momento histórico es importante porque es a partir de aquí que empiezan a tomar fuerza los organismos autónomos creando un contrapeso. En la presencia de publicidad oficial, este momento sí es muy visible, porque ya no hay un desplome como ocurrió en el sexenio de López Portillo, justamente porque de forma paulatina estos organismos autónomos y los poderes de la unión comienzan a gestionar su propio presupuesto y a decidir en dónde se anuncian.

-Transición y agresión política: buscando la desacreditación periodística.

Como podemos ver en el siguiente gráfico, en el año 2000 hay un repunte de compra de publicidad oficial derivado de la transición y del reforzamiento de los poderes de la unión y de los organismos autónomos.

Con Vicente Fox, “*Proceso* sufrió su agresión desde el principio del gobierno. Los panistas acusaron a la revista de autocensura. *Proceso* había puesto límite al partidismo de uno de sus grandes reporteros, Francisco Ortiz Pinchetti, entusiasta de Fox. Exigieron que reprodujera la crónica en campaña de Ortiz Pinchetti, misma que había provocado el conflicto. Hubo amenazas. Nos desacreditaron en México, en el extranjero [...]” (Cantú, 2017, p. 338). Julio Scherer Ibarra, hijo de Julio Scherer García, fundador de *Proceso*, fue acusado de un fraude y perseguido 5 años de forma constante, con la amenaza de la consignación al penal.

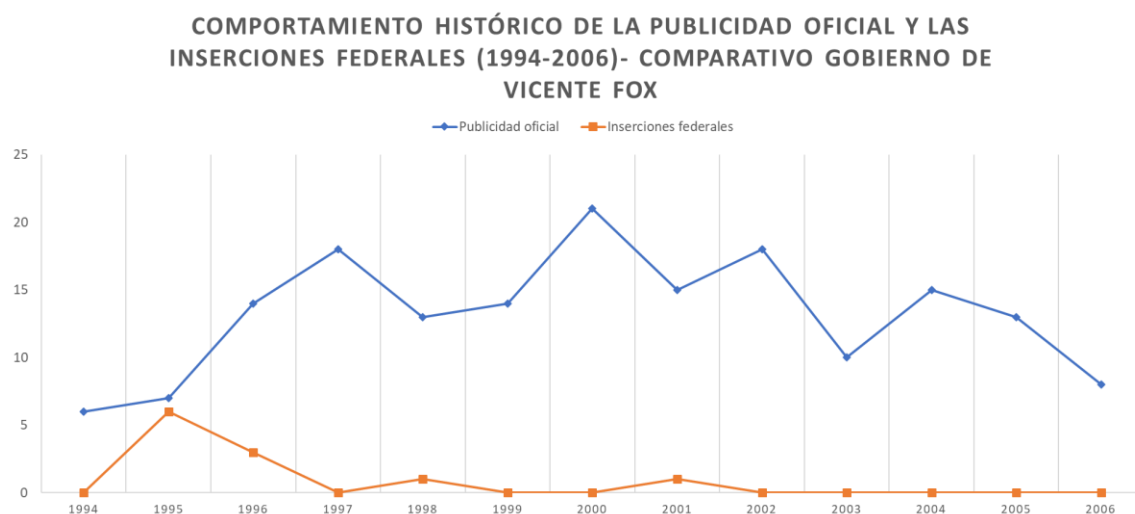


Ilustración 35- Comportamiento de la publicidad oficial e inserciones pagadas por instituciones federales durante momentos de conflicto entre la revista *Proceso* y el gobierno federal, en el sexenio de Fox Quezada (2000-2006).

Para *Proceso*, el boicot publicitario comenzó en 2005, en represalia por la publicación de un reportaje de la periodista Olga Wornat sobre la nulidad del matrimonio religioso de Marta

Sahagún, quien, como primera dama, presentó además una demanda civil por daño moral contra el medio y la escritora.

-Bloqueo sistemático de publicidad oficial contra gasto excesivo gubernamental que llega a la SCJN

Como puede observarse en el siguiente gráfico, a partir del sexenio de Calderón, la compra de publicidad oficial sufre una baja notable. Esto es explicado por Julio Scherer y por Enrique Krauze en los números de *Proceso* 1613 y 1697.

En abril del año 2009 la revista presenta una demanda ante la Comisión Nacional de Derechos Humanos por un bloqueo sistemático de la publicidad oficial desde Los Pinos a la que recae la recomendación 35/2012 emitida por el organismo.



Ilustración 36- Comportamiento de la publicidad oficial federal e inserciones pagadas por instituciones federales en momento de conflicto con el gobierno federal durante los sexenios de los presidentes Calderón Hinojosa (2006-2012) y Peña Nieto (2012-2018).

Una explicación importante de por qué en momentos de conflicto ya no es tan evidente el declive de la publicidad oficial se debe al fortalecimiento de los organismos autónomos y a

que la figura del presidencialismo se va diluyendo. En este sentido, los organismos del segundo círculo escapan al control absoluto por parte del presidente.

Hacia finales del año 2011, por una cuestión electoral, la publicidad oficial vuelve a aumentar en la revista *Proceso*. Al inicio del sexenio de Enrique Peña Nieto, llega la publicidad oficial a un punto alto cuando comienza la difusión de las reformas que había pactado el mandatario con todas las fuerzas de oposición y que para él representaban su gran triunfo por el trabajo de cabildeo y negociación que implicó.

Como conclusión, podemos plantear que a la pregunta de ¿cómo se comportó la inserción de publicidad oficial de instituciones federales en momentos de conflicto entre la revista *Proceso* y el gobierno?, se responde con base en que la relación entre ambos fue tensa de manera permanente. El comportamiento de la publicidad oficial varió de acuerdo al nivel de conflicto que mantenían. Cuando el gobierno pensaba que la relación era buena y que podía tener injerencia en la línea editorial crítica de *Proceso*, la publicidad oficial en la revista aumentó a niveles altísimos de hasta 33 inserciones por ejemplar; y en momentos en que el conflicto era agudo se llegaron a tener cero inserciones.

La revista nace con los mismos valores priistas de justicia social. Es por ello que podían mantener en ocasiones un punto de encuentro con ese partido en el gobierno, pero poco a poco, debido a los cambios en la dirigencia del PRI, se va alejando la institución política de esos principios mientras que *Proceso* se mantiene atendiendo sus mismos valores.

Se podría pensar que, con la transición en el poder, la relación entre el gobierno y la revista sería más cercana, teniendo en cuenta que la militancia del Partido Acción Nacional (PAN) estaba integrada por personas consideradas de élite por la cultura, educación e ingresos que tenían, pues en su mayoría eran empresarios e intelectuales con los que *Proceso* también compartía intereses. Sin embargo, ocurrió lo mismo. El PAN al llegar al poder no lo hace con la gente fundadora del partido y es por ello que tanto PRI como PAN se vieron fundidos en una misma línea a seguir con los medios. Esa relación fue tensa con la prensa y ponderó la idea de poder controlarla para que su crítica no les afectara.

El gobierno ha tratado de inhibir la función vigilante de la prensa como ya se ha hablado extensamente en esta investigación, para que no se fomente la denuncia, la crítica y el cuestionamiento. Para la revista *Proceso*, el mantener su línea crítica le ha permitido obtener algunos beneficios. El cuestionar, denunciar y criticar está relacionado con la venta de ejemplares. El lector, si bien no estaba educado para exigir este tipo de contenidos, ahora comienza a crearse un nicho para este tipo de información. Es decir, se busca ahora adaptar el contenido a las expectativas del lector.

Para sustentar esta afirmación están los estudios de Greenslade (2007), Schudson (2003) y Jebril (2013). La revista resulta una vitrina en la cual pueda ser visto el que se anuncia por parte del lector. Además, se trata de un medio que a través de esta crítica logra aumentar su prestigio profesional y se percibe como una revista seria y con credibilidad. Con esto logra ser atractiva también para el anunciante. De ahí que podemos dar cuenta, a través del comportamiento de la publicidad oficial, de que a pesar de los problemas que la revista pueda tener con el sujeto de su crítica y que le deje de comprar publicidad, existen organismos con funciones secundarias que se anuncian en la revista y que ayudan a que aun cuando la relación es tensa, se aminoren los momentos de crisis aguda que tanto pudieran afectar financieramente al medio.

El momento de conflicto en que hay un desplome de la publicidad oficial comienzan con la frase ‘no pago para que me peguen’. Hasta ese momento se trataba de un castigo financiero basado en no comprarle publicidad oficial a la revista, pero conforme los reportajes de *Proceso* fueron afectando más la imagen pública del presidente en turno, escaló a tal nivel que llegaron a las amenazas de muerte a los periodistas fundadores de la revista y eso se refleja en el porcentaje de compra de publicidad oficial que fue el más bajo en el tiempo analizado.

Durante un segundo momento de conflicto agudo, el gobierno no dudó en buscar que fuera retirado el director de *Proceso* por la incomodidad que le estaban causando sus investigaciones reflejadas en las notas de la revista. En este contexto de los años noventa, empiezan a gestarse fuerzas políticas alternas al ejecutivo y los organismos autónomos comienzan a ganar relevancia. Por ello, si bien se ve afectada de forma importante la

presencia de publicidad oficial, empieza a darse un contrapeso y la caída no es tan dramática como lo fue en los años de 1976 a 1994.

Durante el periodo de transición, de 1999 al año 2000, hay un incremento importante en la publicidad oficial, pero casi de inmediato comienza a haber un cambio de estrategia en el que el gobierno con el partido en turno (PAN) se vuelve agresivo hacia los periodistas de la revista buscando la desacreditación de estos.

El último de los momentos de crisis aguda represente el regreso a viejas prácticas a través de un bloqueo sistemático de publicidad oficial hacia *Proceso* y a un gasto excesivo gubernamental de compra de publicidad oficial hacia los medios oficialistas. Este suceso llega a enfrentar al Poder Judicial con el Poder legislativo a través de la declaratoria de la omisión de sus actividades legislativas que realiza la Suprema Corte de Justicia de la Nación, buscando que realicen una ley secundaria que permita la transparencia en la asignación de la publicidad oficial.

De esta forma, vemos que el fortalecimiento de los organismos autónomos y los poderes de la unión, así como el respaldo financiero a través de la compra de publicidad oficial por parte de las instituciones que cumplen con funciones secundarias en el gobierno, ha apoyado a que no haya un desplome grave en la compra de publicidad oficial a la revista y se puede observar cómo el comportamiento de la publicidad oficial corre paralelo al grado de molestia que tiene el gobierno federal hacia los reportajes de *Proceso*.

CAPÍTULO 8

Temas abordados por Proceso en sus portadas y relación con la línea editorial

A la pregunta de que si ¿existe relación significativa entre características de la historia de las notas y valoración del periodista?, se responde que sí se da. En la mayoría de las notas de portada el tema es gobierno, campañas políticas y crimen. Esta temática va muy relacionada con la línea editorial de la revista, en la que menciona que es a través de esta cobertura informativa que se pretende influir en el acontecer nacional.

Es importante resaltar que, inclusive, el tipo de publicidad oficial que más veces se anuncia en la revista *Proceso* está relacionado o se asocia más con los valores periodísticos que muestra la revista.

Entre las características de la historia de los títulos de las notas que se encuentran en la portada y la valoración que el periodista hace de las notas en cuanto a si critican, cuestionan o denuncian, hay un nivel de correlación alta, según puede observarse en la siguiente tabla.

De las 219 notas de portada, 203 critican, cuestionan o denuncian, mientras que 16 no lo hacen. Se consideró como crítica, denuncia o cuestionamiento que publiquen información desfavorable. Lo siguiente era conocer quién es el sujeto de esa información desfavorable y para ello la información ya obtenida se relacionó con la columna de características de la historia para saber de estas notas que critican, cuestionan o denuncian cuál era el tema.

Se realizó una correlación entre las dos columnas y se llegó a los siguientes resultados: que sí hay una relación estadísticamente significativa entre las notas de portada y la valoración de los periodistas, es decir, que los periodistas de *Proceso* sí están apegados a los valores periodísticos en el cumplimiento de la función vigilante al gobierno. De las 219 notas de portada, 153 critican, cuestionan o denuncian al gobierno/ legislatura, campañas/ elecciones/ política o a la policía/ crimen, delincuencia.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	98.129 ^a	13	.000
Likelihood Ratio	59.343	13	.000
Linear-by-Linear Association	49.639	1	.000
N of Valid Cases	219		

a. 19 cells (67.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .07.

Tabla 13- Comprobación de la relación estadísticamente significativa entre las notas de portada y la valoración de los periodistas.

Lo anterior se sostiene a través de la demostración de que sí hay una relación estadísticamente significativa entre características de la historia y la valoración de los periodistas, porque como se puede apreciar el valor p es igual a .000. En la tabla que presentamos a continuación, podemos observar que el coeficiente de Phi es de .669. Teniendo en cuenta que mientras más cerca está de 1 más fuerte es esa relación, podemos afirmar que en el caso que nos ocupa es alta.

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	.669	.000
	Cramer's V	.669	.000
	Contingency Coefficient	.556	.000
N of Valid Cases		219	

Tabla 14- Comprobación del coeficiente de Phi que prueba la relación entre la variable de características de la historia y valoración de los periodistas.

En la siguiente tabla podemos observar que cuando los temas son gobierno /legislatura, campañas/ elecciones y policía/ crimen / delincuencia, es cuando más cuestionan, critican y denuncian. Esto se comprueba al revisar los valores correspondientes a la línea de sí existencia de cuestionamiento crítica y denuncia, donde en relación con el gobierno se tiene un valor de 92, seguidos de cerca por campañas/elecciones/política con 31 y policía / crimen / delincuencia con 30.

Cuestionamiento, crítica o denuncia * Característica de la historia Crosstabulation

Count

		Característica de la historia															Total
		Gobierno/ Legislatura	Campañas/ Elecciones/ Política	Policía/ Crimen, delincuencia	Tribunales	Defensa/ Militar/ Seguridad Nacional	Economía / Negocios	Educación	Vivienda/ Infraestructura	Accidentes/ desastres naturales	Salud	Derechos Humanos	manifestacion es/ Protestas	Problema s sociales	Otros		
Cuestionamiento, crítica o denuncia	No	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	12	16
	Sí	92	31	30	4	2	7	1	3	3	2	5	7	8	8	203	
Total		93	31	31	4	2	7	1	3	3	2	7	7	8	20	219	

Tabla 15- Características de la historia en relación con el cuestionamiento, crítica o denuncia por parte de los periodistas.

Al analizar el tema gobierno, es evidente que la tendencia de los periodistas es a criticar, denunciar y cuestionar. En la tabla se puede ver que solo en una nota no se critica y en 92 sí. Un ejemplo de esto es la nota publicada en la portada de la revista *Proceso* el 8 de noviembre de 1982 con el título “Un gobierno que expira. La obsesiva remoción de funcionarios, reflejo de un sexenio sin brújula” con una cobertura de 6 páginas y 2/3.



Ilustración 37- Portada de la revista *Proceso* publicada el 8 de noviembre de 1982.

Se identifica que el título de esta nota se relaciona con la variable V17=Cuestionamiento, crítica, denuncia del periodista a través de la nota de portada, porque “el rasgo que define al modelo vigilante no es la postura política del periodista o del medio, sino la función de cuestionar, criticar y/o denunciar a instituciones o individuos pertenecientes a la elite política, económica o a la sociedad civil organizada [...] con el objeto de maximizar la transparencia y la eficacia de la gobernanza [...] (Mellado, 2015).

En cada nota se caracteriza si hay cuestionamiento, crítica y/o denuncia o no la hay, es decir, se diferencia entre si la hay o no. La hipótesis específica relacionada con estas variables es que en la mayoría de las notas de portada el tema es gobierno, campañas políticas y crimen. Esta temática va muy relacionada con la línea editorial de la revista, en la que menciona que es a través de esta cobertura informativa que se pretende influir en el acontecer nacional.

Del tema 2= Campañas/ Elecciones / Política que son noticias sobre elecciones, campañas, política y religión, así como abusos y escándalos en período de elección/campaña [...], tomamos la nota de portada titulada “Clouthier, resentido y temerario. PAN y PRI reducen a

folclor el drama de Sinaloa” que se publicó el 3 de noviembre de 1986, cuya cobertura en el interior ocupa 5 páginas y 2/3.



Ilustración 38- Portada de la revista *Proceso* correspondiente al 3 de noviembre de 1986.

Se identifica que el título de esta nota se relaciona con la variable V17=Cuestionamiento, crítica, denuncia del periodista a través de la nota de portada de acuerdo a lo planteado por Mellado y que presentamos con anterioridad.

Del tema 3=Policía/Crimen/Delincuencia que involucra incidentes criminales, corrupción y delitos financieros, tendencias criminales [...], medidas de defensa ante crímenes y procesos judiciales sobre un hecho criminal específico [...] (Mellado, 2015), elegimos la nota de portada publicada el 5 de noviembre de 1977 con el título “16 meses de corrupción en Excelsior”, cuya cobertura ocupa 6 páginas completas.



Ilustración 39- Portada de *Proceso* correspondiente al 5 de noviembre de 1977.

Se identifica que el título de esta nota se relaciona con la variable V17=Cuestionamiento, crítica, tal y como sucede con las otras dos presentadas.

La revista *Proceso*, como se explicará a continuación, es fundada por periodistas quienes se propusieron que la organización que creaban estuviera siempre dirigida y administrada por profesionales que trabajaran en la revista. Un dato importante es que, en un principio, cuando nació el medio, el diseño de la misma estaba a cargo de un periodista y no de un diseñador, con la finalidad de lograr que sobresalieran las notas y los titulares que se presentaban en la portada. No se tenía un pensamiento empresarial como lo haría un mercadólogo o publicista. Las fotografías en portada tardaron en aparecer, lo mismo que el interés en mejorar el diseño. Por eso guarda importancia hablar del tipo de papel que tenía la revista.

En un principio parecía periódico. Eran páginas de color amarillento, delgadas y fáciles de romper. Poco a poco va migrando a un papel de mejor calidad que también era amarillo pero que estaba satinado de forma ligera para finalmente tener el papel que se presenta hasta hoy que es grueso, de mayor gramaje, brillante, casi de lujo. Las inserciones pagadas también

logran presentarse en tiempos más actuales impresas en un papel que es casi tan grueso como el de la portada.

Con esta descripción del tipo de papel podemos darnos cuenta de que el valor que para ellos tenía la revista estaba en la información, los reportajes, la cobertura de sus notas al interior y no el diseño o la forma en que se presentaba la revista. Su interés no era vender por la presentación sino por el contenido.

Para reforzar el hallazgo de la importancia que tienen los valores periodísticos para los periodistas de *Proceso*, se presenta un análisis del discurso del editorial No.1 en la que están vertidos los valores periodísticos que los fundadores quieren preservar. Es importante para saber si en el tiempo se conservaron o no a través de sus notas de portada esos valores.

a) Editorial número 1 de la revista Proceso y su posicionamiento frente al gobierno

Proceso pone en claro desde el editorial cuáles van a ser sus valores y la ética a la que se ciñen los periodistas, pues a pesar del contexto, los antecedentes y la realidad que se vive, en su ejemplar número uno podemos darnos cuenta del lugar que para los periodistas que laboran en la revista tiene la sociedad y la forma en que se explicitan las luchas de poder que se mantienen con el gobierno.

Para efectos de este capítulo, es importante analizar la forma en que los periodistas se asumían a sí mismos en esos años. Para entrar al análisis se toma como punto de partida la propuesta de Geertz (2003) que al retomar a Weber nos dice que “el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, (por ello) consideró que la cultura es esa urdimbre y que su análisis ha de ser una ciencia interpretativa en busca de significaciones” (p.20).

Recurrimos en este capítulo de forma únicamente enunciativa a la importancia del discurso, porque inserto en la editorial del ejemplar número 1 de la revista *Proceso*, se ha convertido en el eje del semanario, el cual no se puede comprender sin antes hacer un repaso tanto por la historia del periódico *Excélsior* como por la ideología y valores de los periodistas

fundadores como Vicente Leñero y Enrique Maza, ambos miembros del Consejo de Administración, así como de Salvador Corro, subdirector de información de *Proceso*.

La revista semanal *Proceso*, según la editorial del ejemplar número 1 publicada el 6 de noviembre de 1976, nace de la lucha por la libertad de expresión por parte de la prensa (a través de los periodistas) y el poder (del Gobierno) que no respeta esa legitimidad.

Para la mejor comprensión del discurso de la línea editorial de la revista, tiene un gran peso el aspecto contextual, que en palabras de Thompson (2002) nos dice que:

Las formas simbólicas se insertan siempre en contextos y procesos socio-históricos específicos en los cuales, y por medio de los cuales, se producen y reciben.

(...)

Un discurso puede distinguirse sólo atendiendo a los contextos sociales, institucionales y procesos en los cuales se expresa, transmite y recibe, analizando las relaciones de poder, las formas de autoridad, los tipos de recursos y otras características de dichos contextos (pp. 216-217).

El discurso que se convirtió en la línea editorial de *Proceso* se distingue porque no se trata de un discurso de sumisión, sino a la inversa. Es un discurso de dominación, de legitimación y de poder, de ahí la importancia de analizar la postura de los periodistas con respecto al gobierno mexicano, analizado a través de sus discursos –en la revista y en entrevistas personales- y de cómo estos construyen una realidad social por medio de procesos simbólicos.

Giménez (2006) estructura el concepto de cultura para decirnos que es el “proceso de continua producción, actualización y transformación de modelos simbólicos a través de la práctica individual y colectiva, en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados” (p.39). Es por ello que el abordaje que se hace en este capítulo “atiende a los contextos sociales, institucionales y procesos en los cuales se expresa, transmite y recibe el discurso, y analiza las relaciones de poder, las formas de autoridad, los tipos de recursos y otras características de dichos contextos” (Thompson & Caviedes, 2002, p. 217).

Es importante entrar en el análisis de la ideología y sus mecanismos de operación para probar que el discurso de los periodistas se da desde una posición de poder y no de resistencia o de subordinación. Según la propuesta de Thompson y Caviedes (2002) “la ideología es significado al servicio del poder” (p. XVI), es decir, a través de este análisis se desentrañarán las formas en las que el significado sirve para establecer y sostener las relaciones de poder sistemáticamente asimétricas o de dominación a través de la legitimación.

Son importantes los usos sociales de las formas simbólicas vistas desde el contexto, porque a través de las expresiones lingüísticas podemos comprender la ideología. Thompson y Caviedes (2002) nos proponen los siguientes modos de operación de la ideología:

Modos generales	Algunas estrategias típicas de la operación simbólica
Legitimación	-Racionalización -Universalización -Narrativización
Simulación	-Sustitución -Eufemización -Tropo (sinécdoque, metonimia, metáfora)
Unificación	-Estandarización -Simbolización de unidad
Fragmentación	-Diferenciación -Expurgación del otro
Cosificación	-Naturalización -Eternalización -Nominalización/pasivización

Tabla 16- Modos de operación de la ideología.

Por estrategias de legitimación, el autor explica que la racionalización es una cadena de razonamientos para obtener apoyo. En la universalización los intereses de algunos se representan como si sirvieran a los de todos. La narrativización, por su parte, son historias que recuentan el pasado y que narran el presente como parte de tradición inmemorial.

Como estrategia de simulación nos dice que son las relaciones de dominación que se pueden establecer y sostener al ocultarse, negarse o simularse o al representarse de una manera que desvíe la atención. Al respecto la sustitución es un término que usualmente se atribuye a un objeto o individuo, transfiriéndole connotaciones positivas o negativas. Asimismo, en la eufemización, las instituciones, acciones o relaciones sociales se describen o redesciben en términos que generan una valoración positiva.

El tropo es el uso del lenguaje figurado, la sinécdoque es cuando se usa un término que representa una parte para referirse a la totalidad y viceversa mientras que en la metonimia se designa una cosa con el nombre de otra sirviéndose de alguna relación entre ambas. Por su parte, en la metáfora se le cargan características que no posee literalmente para darle sentido positivo o negativo.

En la estrategia de unificación, las relaciones de dominación se pueden establecer si se construye en el plano simbólico una forma de unidad que abarque a los individuos en una unidad colectiva, sin importar las diferencias o divisiones, como en la estandarización que es el establecimiento de un marco de referencia estándar. La simbolización de unidad es la construcción de símbolos de unidad, de identidad colectiva y de identificación.

Como estrategia de fragmentación se explica que las relaciones de dominación se pueden mantener al fragmentar aquellos individuos y grupos que podrían ser capaces de organizar un desafío efectivo a las fuerzas dominantes, a quienes se proyecta como maligno, dañino o amenazador como la diferenciación que es enfatizar las divisiones, diferencias y distinciones entre los grupos y las características que los desunen.

La expurgación del otro que es la construcción, dentro o fuera, de un enemigo que se retrata como maligno, dañino o amenazador y ante el cual se convoca a todos para que se opongan a él. Por su parte, las estrategias de cosificación son las relaciones de dominación que se pueden establecer y sostener al representar un estado de cosas histórico y transitorio como si fuese permanente, natural e intemporal. Elimina el carácter histórico y social de los fenómenos como en la naturalización que es una creación social y es tratada como natural.

En contraposición, en la eternalización los fenómenos son tratados como invariables, recurrentes, permanentes y en la nominalización pasiva los verbos se dan en forma pasiva.

Para un correcto y prudente análisis, se fragmentó el discurso de los 6 párrafos, uno por uno, para entrar a su estudio. En el recuadro negro se encuentran incluidos los tipos de estrategia utilizados en la operación de la ideología, según la propuesta anteriormente descrita.



Ilustración 40- Portada correspondiente al ejemplar del 6 de noviembre de 1976.

Editorial:

A la condición azarosa de todo proyecto humano se añaden, en el caso de este semanario, que hoy inicia su presencia en la vida pública mexicana, modalidades que le confieren una peculiar naturaleza. Esta publicación surge, entre dificultades remontadas penosamente, al calor de la lucha por la libertad de expresión, lucha perenne entre la prensa que busca ser responsable y el poder que no se ciñe a la legitimidad.

Racionalización: Cadena de razonamientos para identificarnos como seres humanos.

Universalización y eternización: Hace parecer que el proyecto (revista *Proceso*) es de interés colectivo justamente por nuestra naturaleza humana. Es propuesto como invariable, permanente.

Construcción de unidad: que hoy inicia su presencia en la vida pública mexicana, como estrategia de unificación. Naturalización y simbolización de unidad porque a través de las modalidades del semanario se pretende legitimar que es único y que nos pertenece a todos por naturaleza.

Narrativización: nos cuenta el pasado que describe el presente como algo inmemorial.

Eternalización: es recurrente, permanente esa lucha de la prensa y el poder.

Universalización: en lo que respecta a la lucha del gremio perteneciente a la prensa, representado en la lucha del semanario *Proceso*.

Estandarización: en la frase la lucha perenne de toda la prensa, haciéndonos parte de un marco de referencia estándar que es ese gremio. Hace una diferenciación de la prensa con el gobierno y expurgación del otro, al describirlo como maligno, dañino o amenazador.

Nominalización: pasivización de la prensa y el poder, los verbos se dan en forma pasiva.

Este semanario nace de la contradicción entre el afán de someter a los escritores públicos y la decisión de estos de ejercer su libertad, su dignidad. Estas prendas valen en tanto posibiliten el que a través de ellas se expresen los que no pueden hacerlo de otro modo. Como bien lo han entendido quienes, de varias emocionantes maneras contribuyeron a su aparición, *Proceso* no sirve solo al propósito – que en sí mismo resultaría menor – de dar voz a un grupo de trabajadores del periodismo. La tarea real de *Proceso* trasciende a los periodistas que lo hacen, en la medida en que asuman su compromiso con su tiempo y con su país.

Metáfora: en la frase “nace de la contradicción, porque la contradicción no tiene hijos, no es ser humano y no es mujer”.

Universalización: porque habla de todos los escritores públicos y las decisiones de estos

Estandarización: escritores públicos visto como gremio al que se pertenece, este semanario está hecho por tus pares.

Eternalización: someter es una palabra que nos habla de algo invariable o recurrente que se da.

Eufemización: al decir estas prendas (prenda es una cosa que se deja a cambio de otra, es un término jurídico, previsto en el código de comercio), se está refiriendo a las palabras y no a cosas. De que pueden verse reflejados en las palabras del semanario. Es visto como algo positivo.

Universalización: el semanario representa los intereses de esos que no pueden expresarse y solo podrán hacerlo a través de la revista *Proceso*.

Sinécdoque: se usó el término que representa una parte de los que no se sienten libres de expresarse, como parte de la totalidad, da la impresión de acoger a todos los que no tienen un lugar donde expresarse.

Unificación y estandarización: “porque es a través de este semanario que encontramos a todos los que no son escuchados. Ahí estarán todos”. Estas palabras buscan la identidad colectiva de los que no nos sentimos escuchados como simbolización de unidad.

Diferenciación: enfatiza que lo entienden solo los que contribuyeron a su aparición.

Naturalización: creyendo que solo tienen capacidad de entender los que contribuyeron a su aparición, hacen la construcción de que los fundadores tienen un valor superior, por medio de una narrativización a través de la cual legitiman el semanario.

Racionalización: el texto va desmenuzando la cadena de fines para los cuales se crea el semanario, con el objetivo de razonar con el lector, para obtener apoyo.

Universalización: en que los intereses no son solo de un grupo de trabajadores, sino de más personas fuera de ese gremio.

Eufemismo: las tareas se describen en términos que generan una valoración positiva.

Metonimia: “Su compromiso con su tiempo”. Un compromiso con las acciones que se están llevando a cabo en el país o con la sociedad cambiante o con el lector.

Narrativización: a través del texto, “la tarea real del semanario *Proceso* trasciende a los periodistas (...) que asuman su compromiso (...)”. De acuerdo a los hechos históricos, en la toma del periódico *Excelsior*, periodistas faltos de ética y valores fueron los que lo realizaron. Por ello nos invitan a hacer memoria de ese hecho y tenerlo en la memoria.

Nominalización-pasivización: la tarea es una acción que *Proceso* como no es una persona, no puede hacer.

En sí mismo, *Proceso* es un acto de confianza en la capacidad de nuestra sociedad para madurar como nación. Agobiados por signos en contrario, lo peor que puede ocurrir a los mexicanos es desesperar de las posibilidades democráticas de remontar la crisis que hoy nos abruma. Con la ruindad que es propia del anónimo, surcan hoy el país toda clase de adjetivaciones contra el régimen. Con el solo hecho de proclamar su nombre y el de sus autores, *Proceso* ejercerá su actividad crítica sin sumarse a tal desahogo. Por lo demás, sería un íntimo propósito el aparecer solo para combatir a un gobierno que vive sus últimas horas.

Eufemización: porque se describe o reescribe una valoración positiva.

Narrativización: que el semanario *Proceso* sea un acto de confianza es presentado como algo inmemorial.

Simbolización de unidad: la revista *Proceso* nos hará madurar como Nación.

Nominalización-pasivización: “*Proceso* es un acto de confianza”. El semanario no es un acto. Están mal usadas las palabras.

Universalización y narrativización: porque a través del recuento del pasado, narra el presente como un momento de oportunidad y se presenta como un interés de todos los que sean mexicanos.

Simbolización de unidad: recurre a la mexicanidad como signo de unión.

Diferenciación: enfatiza la división hacia las personas ruines que hablan en contra del gobierno escondidos en el anonimato.

Narrativización: el semanario *Proceso* será crítico sin caer en la queja o el amarillismo, lo hará como algo ejemplar.

Nominalización-pasivización: “*Proceso* ejercerá su actividad crítica” como si fuera un ser humano. Le damos características de ser humano.

Expurgación del otro: el texto nos hace la construcción de que es el gobierno un enemigo amenazador ante el cual el semanario está respondiendo, mas no lo perseguirá porque entiende que él mismo está en sus últimas horas.

En medio de señales ominosas, entre las cuales la información y la crítica pública pudieran parecer exóticas o peligrosas, *Proceso* asume el compromiso de brindarlas. Nos empeñamos en hacerlo porque estamos persuadidos de que es importante contribuir a que la nación se conozca a sí misma para que a partir de su propia conciencia pueda delinear su porvenir justo y libre.

Diferenciación: la crítica pública y la información, diferenciadas de acciones despreciables, ante lo que el semanario asumirá compromisos en realizar lo que nadie ha hecho.

Racionalización: a través del texto se va razonando con el lector para obtener su apoyo. “Señales ominosas entre las cuales la información y la crítica pública pudieran parecer exóticas o peligrosas”.

Universalización: las críticas públicas y la información estarán en el semanario como si esto les sirviera a todos o fuera una solución para todos.

Estandarización: porque dice que será en medio de señales ominosas. Es decir, nos da un marco de referencia en el que se llevarán a cabo las acciones o se están llevando a cabo.

Diferenciación: porque algunos medios no cubren lo peligroso o exótico. Se están diferenciando de esos medios, ya que el semanario *Proceso* si asume el compromiso de hacer lo que otros no quieren hacer.

Nominalización-pasivización: “*Proceso* asume compromisos” como si fuera un ser humano cuando no lo es.

Simbolización de unidad: porque a través de la revista *Proceso*, la nación se conocerá a sí misma.

Nominalización-pasivización: “la nación”. ¿El sujeto es la nación? ¿Y desaparecen los ciudadanos, los hombres, el lector?

Naturalización: da por hecho que una revista creará conciencia para delinear el porvenir justo y libre, cuando un semanario no tiene esa función.

Narrativización: la revista contribuirá a que los ciudadanos trasciendan y sean parte de esta tradición inmemorial llamada *Proceso*.

Eufemización: “para que a partir de su propia conciencia...” Es decir, en el presente lo que sucede es que está inconsciente. El hombre no está en la realidad, vive de una forma en que por eso no actúa, porque los ciudadanos están con los sentidos y el cerebro adormilados.

Testigo del transcurrir social, del *Proceso* inacabable de los hechos con que el hombre edifica su historia, este semanario aspira a no ser mero relator de los acontecimientos, simple correa transmisora entre la realidad y los lectores. Puesto que el hacer humano tiene sentido, se

requiere también un *Proceso* analítico para determinar si tal afán sirve o no para mejorar a los hombres y las comunidades que ellos integran.

Nominalización-pasivización: testigo ¿quién? El verbo se da en forma pasiva.

Metáfora: “el hombre edifica su historia”. Se le carga una característica que no posee literalmente para darle sentido positivo.

Eternatización: es tratado como invariable y permanente, porque la revista *Proceso* no será solo testigo ni relator de los acontecimientos, sino que lo acompañará a hacer historia con el lector o a través de su desarrollo en la sociedad.

Metonimia: “correa transmisora entre la realidad y los lectores”. Se le designa el nombre de otra cosa, sirviéndose de la relación entre ambas. Un canal de comunicación en lugar de correa transmisora.

Estandarización: marco de referencia a través del cual el hombre edifica su historia. O sea, a través de la revista. En el proceso inacabable de los hechos, ese es el marco de referencia. Es una estrategia de unificación.

Simbolización de unidad: porque se propone mejorar a los hombres y a las comunidades. Requiere de un análisis que la revista *Proceso* va a hacer.

Universalización: porque el análisis es de interés de todos los hombres y comunidades, según la narrativa.

Narrativización: narra el presente como algo inmemorial.

Eternalización: porque el hacer humano adquiere sentido a través de un *Proceso* analítico que mejora a los hombres y sus comunidades de forma invariable y recurrente.

Proceso de los hechos, *Proceso* a los hechos y a sus protagonistas: estas son las líneas de acción de nuestro semanario. Golpeados por la inquina política en términos que causaron asombro dentro y fuera de México, por la impudicia de la agresión y la relevancia de quienes la concibieron, sus miembros no harán de *Proceso* un semanario de despecho y el resentimiento. Primero, porque comprenden la naturaleza política de los hechos en los que se les ha involucrado. Y, en segundo lugar y, sobre todo, porque los conforta y obliga la solidaria generosidad de un vasto número de mexicanos decididos a que el silencio no cubra por completo a esta nación.

Nominalización- pasivización: “*Proceso* de los hechos, *Proceso* a los hechos”. Los verbos se dan en forma pasiva.

Expurgación del otro: gobierno golpeador, que es el enemigo, dañino y amenazador, pero al que la revista *Proceso* hará frente sin despecho ni resentimiento.

Narrativización: los fundadores de *Proceso* causaron asombro dentro y fuera de México por la deshonestidad de la agresión y el hecho de que el gobierno fue el golpeador. A ello obedece el inicio de esta tradición inmemorial.

Universalización: causaron asombro a todos dentro y fuera de México. Nos golpearon a todos es lo que quieren dar a entender.

Sinécdoque: “sus miembros” (¿quiénes?). Hace referencia a que son todos los miembros los que no harán de la revista *Proceso* un semanario de despecho ni resentimiento.

Simbolización de la ciudad: el golpe causó asombro dentro de México y eso nos une, pues es un símbolo de identidad colectiva y de identificación.

Naturalización: de que el “gobierno golpea”. La naturaleza de la política es golpear. La agresión y deshonestidad son características de ella.

Universalización: “solidaridad generosa de un vasto número de mexicanos”.

Narrativización: el texto narra el presente como tradición inmemorial.

Racionalización: lleva al lector a través de una cadena de razonamientos para obtener apoyo en todo el párrafo.

Metáfora: “el silencio no cubra por completo a esta nación”.

Simbolización de unidad: “la solidaria generosidad de los mexicanos”. Referencia al país como símbolo de unidad.

Diferenciación: de los políticos como grupo del que hay que diferenciarse como periodista.

Para conocer cómo vivieron el nacimiento de la revista *Proceso* los periodistas que han trabajado desde su fundación, se recurrió a las entrevistas personales contenidas en la tesis de Scherer Ibarra (2010), como fuente secundaria, para hacer un cruce de la información que se contiene en el discurso de su editorial y los testimonios que los protagonistas dan al respecto. Los entrevistados fueron dos fundadores: Vicente Leñero (editor en la fundación, subdirector y miembro del consejo de administración) y Enrique Maza (articulista y miembro del consejo de administración), a quienes se sumó un trabajador con más de diez años de antigüedad, Salvador Corro (jefe de la agencia de noticias APRO y subdirector de información). Los puestos reportados son los que tenían en el año 2010.

A la pregunta expresa de cuál es la misión, visión y/o valores institucionales de la revista, Leñero y Maza coinciden en que “la misión estaba señalada implícitamente en la editorial del ejemplar 1 de *Proceso*. Queríamos hacer un periodismo libre, una revista hecha y manejada administrativamente por periodistas, no por empresarios... que fuera sostenida por sus lectores, más que por su publicidad” (Ibarra, 2010, p. 75).

Sobre los valores de la organización, Leñero dice:

Nos animaba en un principio, como motor fundamental, el lema, la lucha por la libertad de expresión que había sido medalla en nuestra salida de *Excélsior*... Pensamos que un

periodista corrupto no puede ser jamás (por los compromisos que implican sus actos de corrupción) un verdadero, un buen periodista (Ibarra, 2010, p. 77).

Maza, al respecto, señala que “(...) los valores que uno encontraba en *Proceso* y en sus líderes: [eran] profesionalismo, integridad, proyecto periodístico, independencia del poder y del dinero, claridad de objetivos, excelencia profesional [y] significado en el trabajo (Ibarra, 2010, p. 77).

Corro opina que:

Desde sus orígenes *Proceso* definió perfectamente su misión en el editorial contenido en el número uno, que es sustancialmente vigente porque define entre otras cosas que: la tarea real de *Proceso* trasciende a los periodistas que lo hacen, en la medida en que asuman su compromiso con su tiempo y con su país... Esta editorial advierte que la lucha perenne entre la prensa que busca ser responsable y el poder que no se ciñe a la legitimidad. Piensa que sus valores también estuvieron bien establecidos desde el principio en: el ejercicio pleno de la libertad ante cualquier poder político, económico o de otro tipo, dignidad y responsabilidad (Ibarra, 2010, p. 83).

A la pregunta de a qué se debe el éxito de la revista, Leñero la atribuye al talento sin duda privilegiado de Julio Scherer García, a la búsqueda de exclusivas y al carácter crítico de sus contenidos. Maza afirma que el éxito responde:

A su libertad, a su capacidad informativa profesional, a su independencia y a su claridad y calidad de crítica informada, no panfletaria. La gente se enteraba de lo que estaba pasando, tenía confianza en la honestidad de la revista y de su personal, sabía que no estaba vendida y que estaba bien informada, era original porque descubría lo que se ocultaba o se quería ocultar, y lo fundamentaba porque no era protagónica sino profesional (Ibarra, 2010, p. 81).

Corro se lo explica por:

La fidelidad hacia sus valores expuestos desde su nacimiento: a la actitud crítica como resultado del ejercicio pleno de la libertad ante cualquier poder político, económico o de otro tipo a la de su dignidad, responsabilidad y pasión por el periodismo (Ibarra, 2010, p. 88).

A la pregunta de cómo era la relación entre *Proceso* y el gobierno en esos años, Leñero dice que:

La relación era tirante, por momentos sumamente conflictiva, pero *Proceso* estuvo al margen del poder. Los poderosos, los políticos, siempre estuvieron cerca. El director y sus reporteros se contactaban con ellos, no para conciliarse, sino para obtener, lateralmente información. La tensión siempre se da cuando uno jala la cuerda de un lado y el otro del otro lado. No puede haber tensión si es sólo uno, el periodista, el que tironea. Un periodista alejado de los protagonistas del poder no puede ser un buen periodista. Hay que estar cerca, no para doblegarse a él sino para dialogar, discutir, “tensionar” con él. No era lo común en el gremio. Buena parte del periodismo de entonces prefería halagar al poder, aprovecharse de él, doblegarse, etc. El éxito de *Proceso* se debe a que hizo lo contrario (Ibarra, 2010, p. 110).

Para Corro, la relación de “*Proceso* ha sido tirante, lejana y hasta violenta, mientras que la relación del resto de la prensa con el gobierno siempre fue tersa, de complicidad y servilismo. *Proceso* mantiene una posición crítica” (Ibarra, 2010, p. 89).

El análisis de los contextos, nos dice Thompson, “es una actividad indispensable para el estudio de la acción e interacción, de la producción y de la recepción” (2002, p.219). A través de la organización interna de las formas simbólicas del discurso, de las formas de interpelación con el lector a través de la editorial y en la forma en que se asumen a sí mismos los periodistas como sujetos enunciadores, es que el discurso de los periodistas de *Proceso* se corresponde con el posicionamiento asumido en la editorial contenida en el ejemplar número uno de la revista. Esto es propio de los valores mostrados frente al poder político, congruentes con la ética que persiste en el pensamiento de los fundadores.

Las operaciones más frecuentes en el discurso son la legitimación y la cosificación, es decir, los periodistas de la revista se están dirigiendo a los lectores en este editorial, buscando legitimar su labor y el contenido que encontrarán en la revista; mostrando la relación entablada con el poder del gobierno como algo que guarda dimensiones históricas.

La revista *Proceso* ha visibilizado y también ha cuestionado esta relación que se tiene con el poder del estado, pues como explica Thompson (2002), “la posición ocupada por un individuo en un campo o institución, y la recepción prevista de una forma simbólica por parte

de los individuos a quienes se dirige, son condiciones sociales de producción que moldean la forma simbólica producida” (p.227). Es decir, al legitimizarse *Proceso*, es una institución que se dirige hacia los lectores y, tal como lo tiene previsto desde su editorial, se propone incidir socialmente para generar un cambio al permitirle al ciudadano común desde la comodidad del hogar, del trabajo, de la familia, etc., cuestionar el poder del Estado. Dicho en otras palabras, tal y como se planteó en su fundación: dándole voz a los que no pueden ser escuchados.

Dentro de la valoración de las formas simbólicas, Thompson (2002) nos dice que:

Al adquirir un valor simbólico, una obra puede ganar un nivel de legitimidad. En la medida que un trabajo se reconoce como legítimo, su productor recibe honor, prestigio y respeto, sin embargo, este proceso de valoración rara vez es consensual o rara vez está libre de conflicto (2002, pp. 230-231).

De conformidad con lo anteriormente descrito, es a través del editorial de la revista *Proceso*, que los periodistas del medio se asumen como legítimos herederos y detentores del poder periodístico, del uso de la palabra como acción social.

Como conclusión, a la pregunta de si existe relación significativa entre las características de la historia de las notas de portada de la revista *Proceso* y la valoración del periodista, podemos responder que sí porque en casi el 70% de sus notas de portada crítica, cuestiona o denuncia mientras que estas tienen temas relacionados con gobierno/legislatura, campañas/elecciones/política o bien de policía/crimen, delincuencia.

La crítica que emite la revista *Proceso* la hace basada en sus valores periodísticos apegados a un compromiso profesional, con la integridad que denota un proyecto periodístico que mantiene su independencia del poder y del dinero y que tiene claridad en sus objetivos. La estrategia que siguió la revista la desarrolló desde una posición de poder y no de sumisión, a través de la contratación de intelectuales, académicos y críticos con un alto nivel de educación cuya crítica representaba un problema para el gobierno. Es por ello que fueron lo suficientemente astutos como para desarrollar una estrategia en la que los sujetos de su crítica no fueran los que financieramente proveen altos ingresos a la revista, de tal suerte que como

explica Salazar (2019), el nivel de crítica que se publica se puede concebir como el resultado de un juego estratégico que se tiende entre el gobernante y la prensa” (2019, p.5).

Otro elemento que nos permite afirmar la posición de *Proceso* en el ecosistema mediático como de poder, es la ubicación que la revista tiene en los puestos de periódico, las tiendas de conveniencia, supermercados, librerías, cafeterías y todos los sitios en lo que podemos encontrar su versión impresa. Estos lugares siempre son los más visibles, es decir, está en el frente donde puede ser ubicada fácil y rápidamente.

El contexto en el que surge la revista hace la diferencia porque entonces no es sujeta a la manipulación ya que desde su nacimiento contaba con el apoyo del sector culto de México y con ello se hacía posible un arriesgado ejercicio de la libertad de expresión, a diferencia de otros medios que a lo mejor no tenían esa vocación periodística ni los recursos para aliarse con un sector que los apoyara financieramente.

CONCLUSIONES

La publicidad oficial no es monolítica y por lo tanto no se puede generalizar que toda ella sea el mayor distractor o inhibidor de la crítica. El caso de la revista *Proceso* nos permite responder a la siguiente pregunta: ¿cuándo sí puede la publicidad oficial posibilitar la crítica? En este sentido podemos afirmar que para eso se deben cumplir las siguientes condiciones:

1. La publicidad oficial está esencialmente representada por organismos o instituciones que llevan a cabo funciones secundarias que representan oposición dentro del gobierno (segundo círculo) y lo que se critica en la revista no está vinculado con ese mismo círculo.
2. Las notas de portada de la revista no se ven afectadas por la publicidad oficial porque los anunciantes no son sujetos de la crítica de dichas notas.
3. La revista se vuelve un actor atractivo como espacio en el que se dirimen posiciones electorales, lo cual responde a un tiempo y un contexto en el que sabe negociar desde un plano de poder. No se mantiene pasiva o desinteresada.
4. El apego a sus valores periodísticos a pesar del partido en el poder, el golpeteo financiero, las amenazas de muerte, la persecución y la intimidación.

La revista *Proceso* corrobora desde un punto de vista generalista que la publicidad oficial inhibe la línea editorial crítica. Eso es visible en el hecho de que cuando en las notas de portada se critica al primer círculo del gobierno federal este no se anuncia en sus páginas. Sin embargo, esta afirmación general se ve matizada por el hecho de que al desagregar la publicidad oficial, el origen de la que está presente en la revista proviene de un segundo círculo de gobierno en el que sobresale por el número de menciones la publicidad oficial de la Universidad Nacional Autónoma de México, Bellas Artes (INBA), la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), el Fondo de Cultura Económica (FCE) y el Canal

gubernamental 22; al tiempo de que el mayor número de ingresos los obtiene de los organismos o instituciones que se anuncian una sola vez.

El primer hallazgo que se identifica es que la relación de la publicidad oficial de instituciones federales con las notas de portada de la revista *Proceso*, se explican a partir de dos componentes. En primer lugar, se caracterizan las funciones sustantivas y las funciones secundarias. Los organismos que realizan funciones sustantivas son quienes pagan la publicidad más cara dentro de la revista. Es decir, tienen la publicidad mejor ubicada, mucho más visible y que ocupa en su mayoría planas completas.

A su vez, los organismos que realizan funciones secundarias, nos permiten desagregar la publicidad oficial como bloque y entender que no es monolítica, por lo que encontramos en este grupo a secretarías de estado que no tienen funciones sustantivas, organismos descentralizados, organismos autónomos, poderes de la unión u órganos de gobierno, organizaciones gremiales, instituciones de banca y empresas estatales. Los organismos descentralizados son los que tienen una mayor presencia en cuanto a tipo de publicidad oficial, pero las instituciones que presentan mayor número de menciones en la revista pertenecen a cultura y educación. El 95% de la publicidad oficial es comprada por organismos que tienen funciones secundarias, lo cual se refuerza con los datos reportados en COMSOC. El 45% de la publicidad proviene de instituciones que se anuncian de 1 a 3 veces.

La mayoría de la publicidad oficial pagada con dinero público se encuentra ubicada en páginas que buscan mayor visibilidad. Las secretarías de estado con funciones secundarias, así como instituciones de banca, se anuncian en páginas menos visibles. Más del 60% de los anunciantes incluyendo públicos y privados eligen ubicarse en páginas con mayor visibilidad. Los anuncios ubicados en las mejores secciones dentro de la revista son aquellos que pertenecen a organismos con funciones secundarias: los poderes de la unión, órganos de gobierno y organismos autónomos.

Caracterizando también a la publicidad oficial de los estados de la república o la publicidad regional, se encontró que los anuncios de los gobiernos estatales también buscan tener mayor presencia en las secciones más caras de la revista. Los anuncios de inserciones pagadas y las

secretarías del segundo círculo son las que ocupan el tamaño más grande, así como el mayor volumen de anuncios dentro de la revista, mientras que los anuncios de publicidad privada son los que tienen menor porcentaje de publicidad en plana completa.

De alguna forma podemos afirmar que sí existe captura en la revista *Proceso* con relación a su línea editorial porque no son sujetos de su crítica los organismos que realizan funciones secundarias. Por poner un ejemplo, no critica al INBA, que es uno de los anunciantes que más menciones tiene en la revista. Entonces, se podría inducir un tipo de captura. Por ello se encontró la necesidad de ir separando la publicidad en sus diferentes tipos porque no funciona como un bloque homogéneo y es así que se descubre que la revista *Proceso* critica a actores que pertenecen al primer círculo, pero no al segundo.

En segundo lugar, las notas de portada de la revista *Proceso* no se ven afectadas por la publicidad oficial porque los anunciantes no son sujetos de la crítica contenida en estas. La relación que pudiera llegar a existir es muy baja. La mayoría de las notas cubren temas locales o nacionales que no necesariamente se relacionan con las instituciones que realizan funciones secundarias dentro del gobierno.

Como otro hallazgo, se puede indicar que la inserción de publicidad oficial de instituciones federales en momentos de conflicto entre la revista *Proceso* y el gobierno se comportó de la siguiente manera:

1. La negociación que se intentó basar en una relación clientelar.

A partir del ejemplar número 11, el gobierno pensaba que la relación con *Proceso* era buena y que podía tener injerencia en la línea editorial crítica de la revista. Por ello, la publicidad oficial aumentó a niveles altísimos de hasta 33 inserciones en algunos ejemplares en el sexenio del presidente López Portillo. En momentos en que el conflicto se tornó agudo porque el gobierno no logró inhibir la crítica, se llegaron a tener cero inserciones de publicidad oficial en el sexenio de Miguel de la Madrid. La revista nace con los mismos valores priistas de justicia social. Es por ello que podían mantener en ocasiones un punto de encuentro con ese partido en el gobierno, pero poco a poco, debido a los cambios en la dirigencia del PRI, se va alejando el partido

de esos principios mientras que *Proceso* se mantiene atendiendo sus mismos valores. Por esto el gobierno busca sumar a *Proceso* a esta relación clientelar que mantiene con otros medios a lo cual sus integrantes respondieron que no.

2. En periodo de transición de partido en el poder, se busca la desacreditación del medio. Se podría pensar que, con la transición, la relación entre el gobierno y la revista sería más cercana, porque la militancia del Partido Acción Nacional (PAN) era considerada de élite por la cultura, educación, e ingresos que tenían, pues en su mayoría eran empresarios e intelectuales con los que *Proceso* también compartía intereses. Sin embargo, ocurrió lo mismo que con el PRI. El PAN al llegar al poder no lo hace con la gente fundadora del partido con los que *Proceso* compartía ideales y es por ello que tanto PRI como PAN se vieron fundidos en una misma línea a seguir respecto de los medios. Esa relación fue tensa con la prensa y ponderó la idea de poder controlarla para que su crítica no les afectara. Durante el periodo de transición, de 1999 al año 2000, hay un incremento importante en la publicidad oficial, pero casi de inmediato comienza a haber un cambio de estrategia en el que el gobierno se vuelve agresivo hacia los periodistas de la revista buscando su desacreditación.

3. El gobierno trata de inhibir la función vigilante de *Proceso*, pero la revista crea un lector y anunciante de nicho.

El gobierno ha tratado de inhibir la función vigilante de la prensa como ya se ha hablado extensamente en esta investigación para que no se fomente la denuncia, la crítica y el cuestionamiento. Para la revista, el mantener su línea crítica le ha permitido obtener algunos beneficios. El cuestionar, denunciar y criticar está relacionado con la venta de ejemplares. El lector, si bien no estaba educado para exigir este tipo de contenidos, con *Proceso* comienza a crearse un nicho para este tipo de información. Es decir, se busca ahora adaptar el contenido a las expectativas del lector. Al respecto de esta afirmación están los estudios de Greenslade (2007), Schudson (2003) y Jebril (2013).

4. Las amenazas de muerte llegan a *Proceso* y el gobierno busca intervenir en su Consejo de Administración. La forma en que el gobierno quiso castigar a la revista por los reportajes que le eran adversos, durante el gobierno de López Portillo, fueron de tipo financiero sustentado en la idea de que no pago para que me peguen. La publicidad oficial se desplomó de manera alarmante, pero conforme los reportajes de *Proceso* fueron afectando más la imagen pública del presidente en turno, escaló a tal nivel que el gobierno llega a las amenazas de muerte a los periodistas fundadores de y eso se refleja en el porcentaje de compra de publicidad oficial que fue el más bajo en el tiempo analizado con apenas un 6.47% durante el sexenio de Miguel de la Madrid.

En otro momento de conflicto agudo, el gobierno, encabezado por Carlos Salinas, no dudó en buscar a toda costa que fuera retirado el director de *Proceso*, por la incomodidad que le estaban causando sus investigaciones reflejadas en las notas de la revista.

5. El comportamiento de la publicidad oficial con fuerzas políticas alternas actuando como aliados.

En el contexto de los años noventa empiezan a gestarse fuerzas políticas alternas al ejecutivo y los organismos autónomos comienzan a ganar relevancia. Por esto, la publicidad oficial, si bien se ve afectada de forma importante, no llega a niveles tan bajos como en épocas anteriores gracias a los contrapesos al gobierno que continúan contratándola.

6. En años recientes, la constante es el bloqueo sistemático de la publicidad oficial. El último de los momentos de crisis aguda entre el gobierno y la revista muestra que se recurre a un regreso a viejas prácticas a través del bloqueo de la publicidad oficial y a un gasto excesivo gubernamental de compra de publicidad oficial hacia los medios oficialistas. Esto llega a enfrentar al Poder Judicial con el Poder Legislativo a través de la declaratoria de la omisión de sus actividades legislativas que realiza la Suprema

Corte de Justicia de la Nación, buscando que realicen una ley secundaria que permita la transparencia en la asignación de la publicidad oficial.

De esta forma vemos que el fortalecimiento de los organismos autónomos y los poderes de la unión, así como el respaldo financiero a través de la compra de publicidad oficial por parte de las instituciones que cumplen con funciones secundarias en el gobierno, ha apoyado a que no haya un desplome grave en la compra de publicidad oficial a la revista y se puede observar cómo el comportamiento de la publicidad oficial corre paralelo al grado de molestia que tiene el gobierno federal hacia los reportajes de *Proceso*.

Como tercer hallazgo se puede establecer que hay una relación significativa entre las características de la historia de las notas de portada y la valoración del periodista, porque en casi el 70% de sus notas cuestiona o denuncia. De igual modo, abordan temas relacionados con gobierno /legislatura, campañas/ elecciones/ política o bien de policía/ crimen y delincuencia.

La crítica que emite la revista *Proceso* está basada en sus valores periodísticos apegados a un compromiso profesional, con integridad la que denota un proyecto periodístico que mantiene su independencia del poder y del dinero y que tiene claridad en sus objetivos.

La estrategia que siguió *Proceso* se desarrolló desde una posición de poder y no de sumisión, a través de la contratación de intelectuales, académicos y críticos con un alto nivel de educación cuya crítica representaba un problema para el gobierno. Es por esto que fueron lo suficientemente astutos como para desarrollar una estrategia en la que los sujetos de su crítica no fueran los que financieramente proveen altos ingresos a la revista.

El contexto en el que surge la revista hace la diferencia porque entonces no es sujeta a la manipulación ya que desde su nacimiento contaba con el apoyo del sector culto de México y con ello se hacía posible un arriesgado ejercicio de la libertad de expresión, a diferencia de otros medios que a lo mejor no tenían esa vocación periodística ni los recursos para aliarse con un sector que los apoyara financieramente.

Para cerrar este trabajo de investigación, se presentan dos cuestionamientos que van más allá de la transparencia gubernamental en la asignación de los recursos y surgen con respecto a la inquietud de considerar únicamente a la publicidad oficial como medio de financiamiento de los medios o como subsidio gubernamental para garantizar la pluralidad de voces.

Esto, a la luz de que se ha probado que la publicidad oficial es generadora de clientelismo, nos obliga a preguntarnos lo siguiente: ¿se debería crear un mecanismo alterno para garantizar la pluralidad de voces y regresarle a la publicidad oficial la función para lo que fue creada? ¿Qué tanto debe intervenir el estado para que haya una pluralidad de voces y opiniones?

BIBLIOGRAFÍA

- Ahmed, A. (2017). Con su enorme presupuesto de publicidad, el gobierno mexicano controla los medios de comunicación. *The New York Times*.
- Alsina, M. R. (2005). *La construcción de la noticia*: Paidós Barcelona.
- Avignolo, M. L. (2004). A la prensa le llevará tiempo reconquistar credibilidad. *Clarín*.
- Avilés, R. (2000). Estado, sociedad y medios de comunicación. *Razón y Palabra*(17), 6.
- Azula, C. A. O. (2010). Apuntes sobre el derecho del ciudadano a informarse de lo que sucede en la administración pública. *Revista de Derecho (16081714)*, 11.
- Becerra, M. A. (2015). *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y Améric: De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y Améric*: Grupo Planeta Spain.
- Benson, R. (2010). What makes for a critical press? A case study of French and US immigration news coverage. *The International Journal of Press/Politics*, 15(1), 3-24.
- Bérain, F. (2001). Rossana. "Prensa y poder político en México". *Razón y palabra, Revista electrónica especializada en Comunicación*(23).
- Bourdieu, P. (2008). *El oficio de sociólogo*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Brambila, J. A. (2014). Comunicación en la guerra contra el narcotráfico: La estrategia publicitaria de la SEDENA (2007-2011). *CONfines de relaciones internacionales y ciencia política*, 10(20), 9-33.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods*: Oxford university press.
- Burkholder, A. (2016). *La red de los espejos: una historia del diario Excélsior, 1916-1976*: Fondo de Cultura Económica.
- Camarillo, J. L. L. (2018). *Proyecto de tesis para obtener el grado de Doctor: Periodismo en contingencia: Labores del reportero en la región noreste de México*. Retrieved from México:
- Canel, M. J. (2019). *La Comunicación de la Administración Pública: Para gobernar con la sociedad*: Fondo de Cultura Económica.
- Canel, M. J., & Sanders, K. (2010). Para estudiar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión.

- Canes-Wrone, B., & Dorf, M. C. (2015). Measuring the chilling effect. *NYUL Rev.*, 90, 1095.
- Cantú, J. (2017). Scherer y su guerra contra el poder autoritario. *Proceso*.
- Cañizález, A. (2008). Publicidad oficial y asignación de frecuencias. Las nuevas fronteras de la censura. *Revista Mexicana de Comunicación*, 20(110), 17-19.
- Cárdenas, J. (2019). *Las trampas de la publicidad oficial*. Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM.
- Carpizo, J. (2006). *El presidencialismo mexicano*. México D.F.: Siglo XXI Editores.
- Castaño, P. (2017). Propaganda o información: ¿Cómo se regula la publicidad oficial en México? *Vice*. Recuperado de https://www.vice.com/es_mx/article/78qe8d/propaganda-o-informacion-como-seregula-la-publicidad-oficial-en-mexico.
- Castillo, L. (2014). Medios y elecciones 2012: viejos y nuevos desafíos para la comunicación política en México. *Nósis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 23(45), 22-49.
- Colombié, E. (2017). La censura va en aumento. *El Universal*.
- Colombo, F. (1997). *Últimas noticias sobre el periodismo: Manual de periodismo internacional*: Anagrama.
- Cook, P., & Heilmann, C. (2013). Two types of self-censorship: public and private. *Political studies*, 61(1), 178-196.
- Covert, T. A., & Wasburn, P. C. (2007). Information sources and the coverage of social issues in partisan publications: A content analysis of 25 years of the Progressive and the National Review. *Mass Communication & Society*, 10(1), 67-94.
- Chirinos, M. (2014). Estudio 2014: censura y autocensura en medios y periodistas de Venezuela: LA ORDEN ES EL SILENCIO. *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*(168), 10-15.
- de Diputados, C. (2012). Constitución política de los estados unidos mexicanos. *México: Cámara de diputados*.
- de la Federación, D. O. (2014a). Decreto por el que se expide la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; y se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación y de la Ley Federal de

- Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos; Decreto por el que se expide la Ley General de Partidos Políticos; y, Decreto por el que se expide la Ley General en Materia de Delitos Electorales. *Estados Unidos Mexicanos*, 23.
- de la Federación, D. O. (2014b). Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión'. México: Secretaría de Gobernación. *México: Poder Ejecutivo, Lunes, 14.*
- de Lomnitz, L. A., Elena, R. S., & Adler, I. (2004). *Simbolismo y ritual en la política mexicana: Siglo XXI.*
- Delarbre, R. T. (1992). *La sociedad ausente. Comunicación, democracia y modernidad.* México D.F.: Cal y Arena.
- Delarbre, R. T. (2001). *Mediocracia sin mediaciones, prensa, television y elecciones.* México D.F.: Cal y Arena.
- Delarbre, R. T. (2010). *Simpatía por el rating.* México D.F.: Cal y Arena.
- DeLeón-Vázquez, S. (2009). Cambios en la configuración de la comunicación pública en México: el caso del periodismo político en Aguascalientes.
- Denton, R. E. (1998). *The 1996 presidential campaign: a communication perspective:* Greenwood Publishing Group.
- Ley que crea la Agencia de Noticias del Estado Mexicano, DOF 02-06-2006 C.F.R. (2006).
- Ley General de Comunicación Social, (2018).
- Durkheim, E. (2011). *Las reglas del método sociológico* (A. Ferrer, Trans.). Coyoacán, México D.F.
- EFE (Producer). (2018, 22 de diciembre de 2019). Proponen ejemplos de España y Uruguay para publicidad oficial en México.
- Enríquez, E. d. J. M. J. (2014). *Mi experiencia como editor en la Revista Proceso. Informe académico por actividad profesional para optar por el título de Licenciado en lengua y literaturas hispánicas.* (Licenciatura en lengua y literaturas hispánicas), Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México.

- Escobedo, J. F. (2002). Comunicación gubernamental sin perspectiva estratégica. Nuevas reglas, parte irremplazable de la agenda del cambio de régimen. *Revista Mexicana de Comunicación*, 15(74), 26-27.
- Espinosa, R. M. (2014). *Artículo 134 constitucional y su interpretación judicial electoral en México*: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
- Fabián Ruíz, J. (2017). Los órganos constitucionales autónomos en México: una visión integradora. *Cuestiones constitucionales*(37), 85-120.
- Fernández Ruiz, J. (2006). Derecho administrativo y administración pública. *Porrúa, México*, 660.
- Festenstein, M. (2018). Self-censorship for democrats. *European Journal of Political Theory*, 17(3), 324-342.
- Fuentes-Berain, R. (2001). Prensa y poder político en México. *Razón y Palabra*.
- FUNDAR. (2015). *Libertad de expresión en venta, acceso a información y censura indirecta en publicidad oficial paráfrasis*. Retrieved from Ciudad de México:
- FUNDAR. (2017). *Contar “lo bueno” cuesta mucho. El gasto en publicidad oficial del gobierno federal de 2013 a 2016*. Retrieved from Ciudad de México:
- FUNDAR, & 19, A. (2009). Publicidad oficial en México: la censura estructural. Retrieved from <http://www.fundar.org.mx/mexico/pdf/libertaddeexpresion.pdf> website:
- FUNDAR, & Artículo19. (2015). *El gasto en publicidad oficial del gobierno federal en 2014 (COMSOC)*. Retrieved from México:
- Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Giménez, G. (2007). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales* (Vol. 18): Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- González, C. (2006). *Escenas del periodismo mexicano: historias de tinta y papel: El Universal, Excelsior, Unomásuno, El Financiero, La Jornada, Reforma*: Fundación Manuel Buendía.
- González Macías, R. (2011). El periodismo mexicano: entre la modernidad y el atraso. *Revista iberoamericana de comunicación. no. 21 (2011)*.
- Graber, D. A. (2002). *The power of communication: Managing information in public organizations*: SAGE.
- Granados Chapa, M. Á. (1981). Examen de la comunicación en México.

- Greenslade, R. (2007). The good news about bad news-it sells. *The Guardian*, 7.
- Guerrero, M. A. (2006). *Medios de comunicación y la función de transparencia*: Instituto Federal de Acceso a la Información Pública México DF.
- Guerrero, M. A. (2010). Los medios de comunicación y el régimen político. *Instituciones y procesos políticos*, 231.
- Guerrero, M. A. (2016). *Democracia y medios en Mexico: El papel del periodismo*: Instituto Nacional Electoral Ciudad de México.
- Guerrero, M. A. (2017) *Entrevista personal/Interviewer: A. G. A. Mora*. Ciudad de México.
- Guerrero, M. A. (2018). *¿ Cómo se informa hoy en México? Cinco tendencias noticiosas ante la narrativa oficial*: Universidad Iberoamericana.
- Guerrero, M. A., & Ramírez, M. M. (2015). El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina. *Temas de comunicación*(29).
- Gunter, B. (2014). La comunicación y los medios: metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa. In K. B. Jensen (Ed.), *La comunicación y los medios: metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*. México D.F. : Fondo de Cultura Económica.
- Hallin, D. (2000). La Nota Roja: Popular journalism and the transition to democracy. *Tabloid tales*. New York: Rowman and Littlefield Publishers.
- 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.
- Hansen, E. K., & Moore, R. L. (1990). Chilling the messenger: Impact of libel on community newspapers. *Newspaper Research Journal*, 11(2), 86-99.
- Hansen, E. K. S. (2001). Muzzling the watchdogs: An empirical study of factors associated with the chilling effect of actual and threatened libel suits on United States daily newspapers.
- Hernández Rodríguez, R. (2016). Historia mínima del PRI. *México, El Colegio de México*.
- Hughes, S. (2006). *Newsrooms in conflict: Journalism and the democratization of Mexico*: University of Pittsburgh Pre.
- Hughes, S., & Lawson, C. (2005). The barriers to media opening in Latin America. *Political communication*, 22(1), 9-25.

- Ibarra, M. S. (2010). *Revista Proceso, en busca de un rediseño organizacional*. (Maestría en Comunicación), Universidad Iberoamericana A.C., México D.F.
- Jebril, N. (2013). Is watchdog journalism satisfactory journalism?
- Jensen, K. B. (2014). *La comunicación y los medios, metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Katz, I. (2010). *México: Publicidad gubernamental, Asuntos Capitales* Retrieved from México:
- Krippendorff, K. (1980). *Metodología de análisis de contenido, teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Lanza, E. (2017). *CIDH- Informes anuales, Informe de la Relatoría Especial para la libertad de expresión*. Retrieved from
- Lasswell, H., & Lerner, D. (1951). The policy orientation. *Communication Researchers and Policy-Making*.
- Lawson, J. C. H., & Lawson, C. (2002). *Building the fourth estate: Democratization and the rise of a free press in Mexico*: Univ of California Press.
- Leyva, G. M. (1993). *La revista Proceso y Julio Sherer García: un caso sui generis en la historia del periodismo mexicano de la segunda mitad del siglo XX*. (Licenciatura en Comunicación), Universidad Nacional Autónoma de México, México D.F.
- Libres, M. (2018). *Bases mínimas para la regulación de la publicidad oficial*. Retrieved from <https://imco.org.mx/temas/bases-minimas-la-regulacion-la-publicidad-oficial/>:
- Manual del Alcalde*. (2016). Retrieved from Oaxaca:
- Márquez, M. (2012). Valores normativos y prácticas de reporte en tensión: percepciones profesionales de periodistas en México/Normative Values and Reporting Practices in Tension: Professional Perceptions of Journalists in Mexico. *Cuadernos. info*(30), 97-110.
- Márquez Ramírez, M., & Hughes, S. (2017). Panorama de los perfiles demográficos, laborales y profesionales de los periodistas en México: Reporte de Investigación. *Global Media Journal*, 14(26), 91-152.
- Mastrini, G. (2011). Medios públicos y derecho a la comunicación: una aproximación desde América Latina. *Lecciones del Portal InCom*.

- Mastrini, G., Bizberge, A., & de Charras, D. (2013). *Las políticas de comunicación en el siglo XXI: nuevos y viejos desafíos*: La Crujía Ediciones.
- Mellado, C. (2015). *Journalistic role performance around the globe Project. Desempeño de roles periodísticos alrededor del mundo. Libro de códigos para análisis de noticias de la prensa escrita nacional*: JRP.
- Mendoza, L. R. (2012). *Derecho laboral*. Estado de México: Red Tercer Milenio.
- México, G. d. (2010). Ley de instituciones de crédito (DOF 25-05-2010). *México, DF*.
- Mill, J. S. (1989). On Liberty and Other Writting. In M. G. S. Rebolledo (Ed.), *Aliados estratégicos y los límites de la censura: el poder de las leyes para silenciar a la prensa*. Ciudad de México: Cambridge University Press.
- Norris, P. (2014). "Watchdog journalism". In M. Bovens, R. Goodin, & T. Schillemanns (Eds.), *The Oxford Handbook of Public Accountability* (pp. 525-553). Oxford: Oxford University Press.
- OEA. (2011). *Principios sobre regulación de publicidad oficial y libertad de expresión*. Retrieved from Organización de Estados Americanos:
- Orme, W. A. (1997). *A culture of collusion: An inside look at the Mexican press*: North-South Center Press Miami.
- Orozco, G., & González, R. (2011). Una coartada metodológica. *Tintable*.
- Palacio, O. L. L., Granados, L. F. M., & Villafañez, L. C. C. (2014). Guía para construir estados del arte. *Bogotá: International Corporation of Networks of Knowledge*.
- Papí, N. (2008). El género entre bastidores. El caso de las periodistas de la Comunidad de Valencia: Alicante: Universidad de Alicante.
- Pasquali, A. (1991). In Q. e. u. r. d. s. público? (Ed.), *El orden reina*. Caracas: Monte Ávila.
- Paz, A., Romero, S., Díaz, B., Vera, L. R. R., & Vargas, M. (2010). Tratamiento informativo de los principios básicos organizacionales de Venezuela realizado por los canales de televisión públicos y privados. *Diálogos de la comunicación*(81), 5.
- Pérez, P. M. (2017). *Prensa y Poder en el Periodismo Regional: La Articulación del Clientelismo Mediático en el Estado de México*. Universidad Iberoamericana Ciudad de México, Ciudad de México.
- Perkins, M. (2001). Violence against the press in Latin America: Protections and remedies in international law. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78(2), 275-290.

- Peschard, J. (2000). Los medios de comunicación en la construcción de la cultura política democrática en México. *América Latina Hoy*(25), 87-94.
- Pino, M. G. (2007). Prohibición de censura previa en la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Reflexiones en torno a la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. *Ars Boni et Aequi*(3), 81-96.
- Popper, K. R., & Loedel, E. (1957). *La sociedad abierta y sus enemigos* (Vol. 353): Paidós Buenos Aires.
- Proceso. (1976). Editorial. *Proceso*.
- Reed, L., & Ruiz, M. C. (1998). *El periodismo en México: 500 años de historia*. México D.F.: Edamex.
- Reig, R. (2010). Periodismo y muerte: Bases teóricas y psicosociales, y el caso de México. *Razón y Palabra*, 15(74).
- Ricalde, M. C. (2006). Imágenes y representaciones en el periodismo de izquierda en México. *Palabra clave*, 9(2), 77-90.
- Riorda, M. (2008). " Gobierno bien pero comunico mal": análisis de las Rutinas de la Comunicación Gubernamental. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*(40), 25-52.
- Riva Palacio, R. (1997). A culture of collusion: the ties that bind the press and the PRI. *A Culture of Collusion: An Inside Look at the Mexican Press, Miami, North South Center Press/Lynne Rienner*.
- Rodelo, F. V. (2009). Periodismo en entornos violentos: el caso de los periodistas de Culiacán, Sinaloa. *Comunicación y sociedad*(12), 101-118.
- Rodríguez Munguía, J. (2007). La otra guerra secreta. Los archivos prohibidos de la prensa y el poder. *México, Grijalbo*.
- Rovetto, F. L., & Figueroa, L. (2015). La cocina del trabajo periodístico. Desigualdades de género y distribución de poder en las redacciones informativas de la provincia de Santa Fe. *Question*, 1(48), 494-509.
- Ruiz, E. S. (1988). Los medios de difusión masiva y la centralización en México. *Mexican Studies/Estudios Mexicanos*, 4(1), 25-54.

- Salazar Rebolledo, G. (2018). Resistiendo el clientelismo. Publicidad gubernamental y subsistencia de la prensa crítica. *Colombia Internacional*(95), 203-230.
- Salazar Rebolledo, G. (2019). Aliados estratégicos y los límites de la censura: el poder de las leyes para silenciar a la prensa. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 64(235), 495-522.
- Saldaña, V. (2018). *Curso de Mercadotecnia política otoño 2018*. Retrieved from Ciudad de México:
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México D.F.: McGraw Hill México.
- Santillán, J. R. (2008). La construcción periodística de la democracia en México de 1988 al 2000. *Zer*, 13(24).
- Scherer, J. (1990). *El poder. Historias de familia*. México D.F.: Grijalbo.
- Scherer, J. (2012). *Vivir*. Ciudad de México: Grijalbo.
- Scherer, J. (2015). *Los presidentes (nueva edición): Nueva edición aumentada, revisada y autorizada por el autor*: Grijalbo.
- Scherer, J., & Monsiváis, C. (2003). *Tiempo de saber: prensa y poder en México*: Aguilar, SA de Ediciones-Grupo Santillana.
- Schudson, M. (2003). *The sociology of news*: Norton New York.
- Silverstone, R. (2013). *Media and morality: On the rise of the mediapolis*: John Wiley & Sons.
- Stokes, S. C. (2007). Political clientelism *The Oxford handbook of political science*.
- Swanson, D. L. (2001). Political communication research and the mutations of democracy. *Annals of the International Communication Association*, 24(1), 189-205.
- Thompson, J. B., & Caviedes, F. (2002). *Ideología y cultura modernateoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Tuchman, G. (1998). La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*(4), 199.
- UNESCO. (2017). *Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios, Informe Mundial*. Retrieved from Nueva York:

Waisbord, S. (2014). *Vox populista: Medios, periodismo, democracia*: Gedisa Barcelona, España.

ANEXOS

Anexo 1: Libro de códigos para el análisis de contenido

Introducción:

Este libro de códigos ha sido concebido para analizar la publicidad oficial dentro de la Revista Proceso y la relación que guardan las noticias o notas de portada con la publicidad oficial.

Medidas:

V1: Número de ejemplar de la revista

1= Ejemplar de fecha 6 de noviembre de 1976

33=Ejemplar de fecha 20 de junio de 1977

53= Ejemplar de fecha 5 de noviembre de 1977

85= Ejemplar de fecha 19 de junio de 1978

105= Ejemplar de fecha 6 de noviembre de 1978

137= Ejemplar de fecha 18 de junio 1979

157= Ejemplar de fecha 5 de noviembre 1979

190= Ejemplar de fecha 23 de junio 1980

209= Ejemplar de fecha 1 de noviembre 1980

242= Ejemplar de fecha 20 de junio de 1981

261= Ejemplar de fecha 2 de noviembre de 1981

294= Ejemplar de fecha 21 de junio de 1982

314= Ejemplar de fecha 8 de noviembre de 1982

346= Ejemplar de fecha 20 de junio de 1983

366= Ejemplar de fecha 5 de noviembre de 1983

398= Ejemplar de fecha 16 de junio de 1984

418= Ejemplar de fecha 5 de noviembre 1984

450= Ejemplar de fecha 17 de junio de 1985

470= Ejemplar de fecha 2 de noviembre de 1985

503= Ejemplar de fecha 23 de junio de 1986

522= Ejemplar de fecha 3 de noviembre de 1986

555= Ejemplar de fecha 22 de junio 1987

574= Ejemplar de fecha 31 de octubre de 1987

607= Ejemplar de fecha 20 de junio de 1988

627= Ejemplar de fecha 7 de noviembre de 1988

659= Ejemplar de fecha 17 de junio de 1989

679= Ejemplar de fecha 4 de noviembre de 1989

711= Ejemplar de fecha 18 de junio de 1990

732= Ejemplar de fecha 10 de noviembre de 1990

763= Ejemplar de fecha 17 de junio de 1991

783= Ejemplar de fecha 4 de noviembre de 1991

816= Ejemplar de fecha 22 de junio de 1992

835= Ejemplar de fecha 2 de noviembre de 1992

868= Ejemplar de fecha 19 de junio de 1993

888= Ejemplar de fecha 8 de noviembre de 1993

920= Ejemplar de fecha 20 de junio de 1994

940= Ejemplar de fecha 7 de noviembre de 1994

972= Ejemplar de fecha 19 de junio de 1995

992= Ejemplar de fecha 6 de noviembre de 1995

1024= Ejemplar de fecha 17 de junio de 1996

1044= Ejemplar de fecha 3 de noviembre de 1996

1077= Ejemplar de fecha 22 de junio de 1997

1096= Ejemplar de fecha 2 de noviembre de 1997

1129= Ejemplar de fecha 21 de junio de 1998

1149= Ejemplar de fecha 8 de noviembre de 1998

1181= Ejemplar de fecha 20 de junio de 1999

1201= Ejemplar de fecha 7 de noviembre de 1999

1233= Ejemplar de fecha 18 de junio de 2000

1253= Ejemplar de fecha 5 de noviembre de 2000

1285= Ejemplar de fecha 16 de junio de 2001

1305= Ejemplar de fecha 4 de noviembre de 2001

1337= Ejemplar de fecha 16 de junio de 2002

1357= Ejemplar de fecha 3 de noviembre 2002

1390= Ejemplar de fecha 22 de junio 2003

1409= Ejemplar de fecha 2 de noviembre de 2003

1442= Ejemplar de fecha 20 de junio de 2004

1462= Ejemplar de fecha 7 de noviembre de 2004

1494= Ejemplar de fecha 19 de junio de 2005

1514= Ejemplar de fecha 6 de noviembre de 2005

1546= Ejemplar de fecha 18 de junio de 2006

1566= Ejemplar de fecha 5 de noviembre de 2006

1598= Ejemplar de fecha 17 de junio de 2007

1618= Ejemplar de fecha 4 de noviembre del 2007

1651= Ejemplar de fecha 22 de junio de 2008

1671= Ejemplar de fecha 9 de noviembre 2008

1703= Ejemplar de fecha 21 de junio del 2009

1722= Ejemplar de fecha 1 de noviembre del 2009

1755= Ejemplar de fecha 20 de junio 2010

1775= Ejemplar de fecha 7 de noviembre del 2010

1807= Ejemplar de fecha 19 de junio del 2011

1827= Ejemplar de fecha 6 de noviembre 2011

1859= Ejemplar de fecha 17 de junio de 2012

1879= Ejemplar de fecha 4 de noviembre de 2012

1911= Ejemplar de fecha 16 de junio del 2013

1931= Ejemplar de fecha 3 de noviembre del 2013

1964= Ejemplar de fecha 22 de junio de 2014

1983= Ejemplar de fecha 2 de noviembre de 2014

2016= Ejemplar de fecha 21 de junio de 2015

2036= Ejemplar de fecha 8 de noviembre de 2015

2068= Ejemplar de fecha 19 de junio de 2016

2088= Ejemplar de fecha 6 de noviembre de 2016

2120= Ejemplar de fecha 18 de junio de 2017

2140= Ejemplar de fecha 5 de noviembre de 2017

2172= Ejemplar de fecha 17 de junio de 2018

2192= Ejemplar de fecha 4 de noviembre de 2018

V2: Número total de inserciones de publicidad

10=10 publicidades

11=11 publicidades

12=12 publicidades

13=13 publicidades

14=14 publicidades

15=15 publicidades

16=16 publicidades

17=17 publicidades

18=18 publicidades

19=19 publicidades

20=20 publicidades

21=21 publicidades

22=22 publicidades

23=23 publicidades

24=24 publicidades

25=25 publicidades

26=26 publicidades

27=27 publicidades

28=28 publicidades

29=29 publicidades

30=30 publicidades

31=31 publicidades

32=32 publicidades

33=33 publicidades

35=35 publicidades

36=36 publicidades

39=39 publicidades

40=40 publicidades

41=41 publicidades

42=42 publicidades

46=46 publicidades

V3: Tipo de publicidad

1= Pública

2= Privada

3=Inserción pagada

4=Partido Político

V4: Tipo de publicidad privada que se anuncia

1=Vinos y licores, cigarros

2=Autos y Camiones

3=Aseguradoras

4=Joyería

5=Comida, panaderías y restaurantes

6=Universidades, Centros de estudios, Asociaciones, Cámaras, Colegios

7=Librerías, editoriales, revistas

8=Proceso

9=Agencias de viajes, aerolíneas, hoteles

10=Radiodifusora, estación de radio

11=Telecomunicaciones

12=Electrónica y Cómputo

13=Empresa petrolera y de energía

14=Agencias de noticias, televisoras, empresas de cable, agencias de publicidad

15=Organizaciones Civiles de activismo y fundaciones

16=Tercerización personal, Outsourcing

17=Laboratorio fotográfico, Fotocopiadoras, Agencia fotográfica, Reparación de equipo fotográfico

18=Muebles, diseño de interiores

19=Empresas siderúrgicas, Acereras, Construcción, Industrial, Químicas, Herramientas.

- 20=Farmacéuticos, Hospitales, productos de la salud, productos de belleza, ópticas
- 21=Bancos, Afores, Casa de Bolsa, Casa de empeño.
- 22=Papelería.
- 23=Videoclubs, Entretenimiento, Cines, Conciertos, Música, Centros culturales, Museos.
- 24=Fundaciones, Cámaras
- 25=Zapatería, Ropa, Textiles, Camisería, Sastrería.
- 26=Sitio Web
- 27=Inmobiliaria, vivienda
- 28=Industria Refresquera Mexicana.
- 29=Expos, Ferias, Coloquios, Festivales.
- 30=Iglesias.
- 31=Corporaciones multinacionales.
- 32=Empresa Alimenticia, Envasados, Procesamiento de alimentos
- 33=Empresa de transportes, mensajería
- 34=Agencias de Investigación de mercados
- 35=Oxxo

V5: Tipo de Dependencia de Gobierno que se anuncia

- 1= Lotería Nacional
- 2= Bellas Artes (INBA)
- 3= Sector Salud, Secretaría de salud
- 4= Gobierno de Guanajuato, Dirección de Turismo

- 5= UNAM/Difusión cultural, TV UNAM.
- 6=Fondo de Cultura Económica (FCE)
- 7=Poder Judicial Federal, Suprema Corte de Justicia, Consejo de la Judicatura Federal.
- 8=Gobierno de Tabasco, Universidad Juárez
- 9=FIL de Guadalajara
- 10=Gobierno del Estado de Quintana Roo, Secretaría de Cultura, Secretaría de Turismo
- 11=Gobierno del Estado de Guerrero, Instituto Guerrerense de la Cultura, Dirección General de Turismo del Estado de Guerrero.
- 12=Gobierno de la Ciudad de México (antes del Distrito Federal), Central de Abastos.
- 13=Instituto Federal de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos (IFAI)
- 14=Instituto Electoral del Distrito Federal (IEDF)
- 15=Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)
- 16=Cámara nacional de transportes y comunicación
- 17=Universidad Autónoma de Puebla (Ahora BUAP), Editorial Universidad Autónoma de Puebla (Ahora BUAP)
- 18=Instituto Nacional de Antropología e Historia INAH
- 19=Universidad Autónoma de Zacatecas (UAZ)
- 20=Universidad Autónoma de Guerrero (UAG)
- 21=Universidad Autónoma de Sinaloa (UAS)
- 22=Asamblea Legislativa del Distrito Federal (CDMX)
- 23=Universidad Pedagógica Nacional (UPN)
- 24=Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM)
- 25=Universidad de Guadalajara

- 26=Universidad Autónoma de la Cd. De México
- 27=Gobierno del Estado de México, Poder Legislativo Estado de México
- 28=Museo Chiapas de Ciencia y Tecnología, Gobierno de Chiapas, Universidad Autónoma de Chiapas
- 29=Instituto Federal Electoral (Ahora INE)
- 30=Ayuntamiento Constitucional de Naucalpan de Juárez, Dirección de prensa y Relaciones públicas
- 31=Universidad Autónoma de Tlaxcala
- 32=Estado de Querétaro, Publicaciones del gobierno de Querétaro, Museo de Arte de Querétaro.
- 33=Gobierno del Estado de Sonora
- 34=Museo Nacional de Antropología
- 35=Instituto Politécnico Nacional Planetario Luis Enrique Erro, Centro de Investigaciones y de estudios avanzados del I.P.N
- 36= Presidencia Municipal de Tlaxcala, Gobierno de Tlaxcala
- 37=Centro Cultural Tijuana (CECUT), Secretaría de cultura
- 38=Canal OnceTv
- 39= Secretaria de Relaciones Exteriores
- 40=Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación
- 41=Cámara de Diputados
- 42=Gobierno de Puebla
- 43=Pronósticos para la Asistencia Pública
- 44=Gobierno del Estado de Veracruz

- 45=Comisión Federal de Electricidad (CFE)
- 46=Instituto Mexicano de Cirugía Ambulatoria
- 47=Comité Central Consejeros Ciudadanos
- 48=Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT – Dirección de publicaciones
- 49=Dirección general de Radio, Televisión y Cinematografía de SEGOB
- 50=Comisión Permanente de Contralores Estados-Federación
- 51=Nacional Financiera
- 52=Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos
- 53=Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- 54=Dirección de Relaciones Públicas, Departamento de pesca, activa en distintas Secretarías
- 55=Radio Educación
- 56=Revista trimestral Museo de Arte Moderno (INBA)
- 57= Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)
- 58= Programa Nacional de protección al salario (y el Congreso del Trabajo)
- 59=Secretaría de patrimonio y fomento industrial
- 60=Secretaría de Turismo
- 61=Asesoría de difusión cultural de comisión federal de electricidad (CFE)
- 62=Gobierno de Nuevo León
- 63=Desarrollo Integral para la Familia (DIF), Información y Relaciones públicas
- 64= Secretaría del Trabajo
- 65=Sindicatos, STUNAM.
- 66=Gobierno de Oaxaca

- 67=Comisión Nacional de Derechos Humanos
- 68= Delegación Miguel Hidalgo, Delegación Cuauhtémoc
- 69=Gobierno de Tlalneantla, Gobierno de Huixquilucan
- 70=FILIJ CDMX
- 71=FIL de Oaxaca
- 72=Instituto Federal de Telecomunicaciones
- 73=Universidad Autónoma de Tabasco
- 74=Centro Vacacional Oaxtepec (IMSS)
- 75=Fondo Nacional para Actividades Sociales (FONAPAS) cartelera cultural del Departamento del Distrito Federal (DDF)
- 76=Colegio Nacional
- 77=Universidad Veracruzana, Editorial
- 78=Universidad Autónoma de Chapingo
- 79=Secretaría de Programación y Presupuesto (después “incorporada” a la Secretaria de Hacienda y Crédito Público)
- 80=Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE)
- 81= Siderúrgica Mexicana (SIDERMEX)
- 82= Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado
- 83=Banco Nacional de Crédito Rural (BANRURAL) ahora Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero (FND)
- 84=Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (BANOBRAS)
- 85=Fondo de Fomento y Garantía para el Consumo de los Trabajadores (FONACOT) actualmente Fondo de Fomento y Garantía para el Consumo de los Trabajadores (INFONACOT)

- 86=Certificados de la Tesorería de la Federación (CETES)
- 87=Delegación Álvaro Obregón
- 88=Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
- 89=Instituto Electoral del Estado de México
- 90=Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro
- 91=CONACINE
- 92=Comisión Nacional de la Industria Azucarera (después privatizada como Azúcar SA)
- 93=Gobierno del Estado de Michoacán/Secretaria de cultura
- 94=Instituto Mexicano de Cinematografía
- 95=Gobierno de Coahuila
- 96=Universidad con participación estatal Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE)
- 97=Gobierno de Chihuahua
- 98=Portal y palacio de gobierno, Saltillo, Coahuila
- 99=Secretaría de turismo Baja California Norte
- 100=Tizapan Municipio de Zacualtipan, Hidalgo
- 101=Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
- 102=Secretaria de Turismo Baja California Sur
- 103= Secretaría de Cultura CDMX
- 104=Festival Internacional de Cine de Guadalajara
- 105=Gobierno de Sinaloa
- 106=Secretaría de Cultura Hidalgo, Foro Cultural Efrén Rebolledo
- 107=Gobierno de Tamaulipas

- 108=Infonavit
- 109=Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación CONAPRED
- 110=Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)
- 111=Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación INEE
- 112=Gobierno de México/Secretaría de Gobernación
- 113=Secretaría de Comunicaciones y Transportes
- 114=Universidad del Caribe
- 115=Secretaría de Energía
- 116= Gobierno del Estado de Zacatecas, Secretaria de Turismo
- 117=Comisión Nacional de los Derechos Humanos
- 118=Delegación Xochimilco
- 119=Instituto Nacional de las Mujeres
- 120= Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ)
- 121=Gobierno de Aguascalientes
- 122=Universidad Autónoma de Tamaulipas
- 123=Secretaría de Economía
- 124=Universidad Autónoma de Nuevo León
- 125=Ayuntamiento de Zapopan
- 126= Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca, Instituto de Investigaciones en Humanidades, Instituto de Investigaciones Sociológicas.
- 127= Banca Serfín (Privatizada en 1992 y en el 2000 Santander adquiere Serfín)
- 128= Bancreser (privatizada en agosto de 1991)
- 129=Gobierno de Nayarit

130=Procuraduría General de la República PGR

131=Pronósticos para la Asistencia Pública

132= Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Feria metropolitana del libro con la participación del Sistema de transporte colectivo)

133= Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social (dependiente del CONACYT)

134=Instituto Nacional de Ciencias Penales INACIPE

135= Instituto de Acceso a la información Pública del Distrito Federal

136=Canal 22

137= CONACULTA, Centro Nacional de las Artes

138= SEP ediciones con CONASUPO, Coordinadora de Investigación y posgrado, Instituto Nacional para la educación de los adultos, Programa Nacional de Lectura, Seminario de estudios superiores libro en coedición.

139= Colegio con participación estatal, El Colegio de la Frontera Norte

140= Universidad con participación estatal, Colegio de México - Revista bimestral Diálogos del COLMEX

141= Universidad con participación estatal, Instituto Mora

142= Canal 13

143= Consejo nacional de recursos para la atención de la juventud (CREA) Ahora IMJUVE organismo desconcentrado de la Secretaría de Desarrollo Social.

144=Festival Cervantino

V5 BIS Partido político que se anuncia

1=Partido Revolucionario de los Trabajadores (PRT)

- 2=Candidato ciudadano independiente
- 3=Federación de Estudiantes de Guadalajara
- 4=Grupo Parlamentario (PRD)/ Partido de la Revolución Democrática
- 5= Candidato del PRI al Gobierno del D.F
- 6=Partido de Acción Nacional (PAN)
- 7= Partido Revolucionario Institucional (PRI)
- 8=Partido Mexicano de los Trabajadores (PMT)
- 9=Partido del Trabajo (PT)
- 10= Partido Socialdemócrata (PSD)
- 11=Partido México Posible
- 12=Candidato del PRI a la presidencia de la república

V5 TER Inserción Pagada y/o gacetillas

- 1=Denuncia ciudadana/Bernardo Graue Toussaint Ex diplomático/ Analista político
- 2=Coordinadora Nacional de Estudiantes Mexicanos (CNEM)
- 3=A la opinión pública, denuncia hacia Miguel de la Madrid, Juan Manuel Márquez Zavala
- 4=Carta abierta a la Opinión Pública, Carlos Cabal Peniche
- 5= A la opinión pública, denuncia hacia la quema de la librería Tata Vasco, Qro., firman maestros y alumnos de centros de enseñanza superior
- 6=BANCOMER. Sobre gasto público, deuda y desequilibrio fiscal
- 7= IV Informe del gobernador de OAXACA, General Eliseo Jiménez Ruiz, Oficina de Prensa
- 8=Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos
- 9= Informe del Gobernador de Nuevo León, Pedro Zorrilla Martínez

- 10=Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana a la opinión pública.
- 11=Manifiesto en defensa de Ciudad Lázaro Cárdenas, a nombre de la sociedad civil, los micro, pequeños y medianos empresarios, dirigida al presidente Vicente Fox, al gobernador constitucional y a accionistas y directivos del Grupo Villacero.
- 12=Carta abierta dirigida al presidente Felipe Calderón, firmada por Francisco Posada Varela y Enrique Roíz Pardo, miembros de la Compañía Contratista Nacional.
- 13=Carta abierta de Cooperativa la Cruz Azul, S. C.L. dirigida al presidente Enrique Peña Nieto y a otros organismos gubernamentales/firmada por Armando Valverde Talango, presidente del Consejo de Administración.
- 14=Mejor que curar, prevenir, IMSS
- 15= II Informe de Eliseo Jiménez Ruiz, a Oaxaca, Ex gobernador del estado de Oaxaca Eliseo Jiménez Ruiz
- 16=Jose Luis Andrade Ibarra en la Asamblea del PRI, Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (S.N.T.E).
- 17= Alimentos Para el Pueblo, Secretario de Agricultura y Recursos Hidráulicos Francisco Merino Rábago
- 18=Ocaña en Sonora: Un gobierno de hechos y no de palabras, Samuel Ocaña Ex gobernador de Sonora
- 19= II informe González Blanco pide a Chiapas que escoja: Diálogo o Autoritarismo, Salomón González Blanco ex gobernador Chiapas
- 20=Tecnotransfer México 79, consolida la relación con España, Exposición
- 21=Reglamento del fondo de fomento editorial de Quintana Roo/ exgobernador Jesús Martínez Ross
- 22=La Universidad popular, solo transitoria: Wences Reza, Universidad Autónoma de Guerrero.

23=Promete Griselda Alvarez gobernar para el pueblo, el que la eligió, Ex gobernadora Colima Griselda Alvarez

24= “Debemos ahorrar”: Espinosa Yglesias, Manuel Espinosa Yglesias ex presidente de Bancomer, mensaje para la 46° Convención Nacional Bancaria, Acapulco.

25=Instituto Nacional del Deporte (INDE)

26=México, primer país de América que lanza el Renault 18, el fórmula europea, Renault.

27=20,000 de las 28,000 HA. Del mezquital están ya en plena producción, Pachuca, Hidalgo, José López Portillo en la Universidad Autónoma de Hidalgo

28=Hace Vázquez Colmenares balance de su campaña: 1,056 localidades visitadas, Matías Romero, Oaxaca, ex gobernador del PRI en Oaxaca, Pedro Vázquez Colmenares.

29=Prevé Bancomer una producción industrial, en 1980, inferior a la de 79.

30=Instituto Nacional de Administración Pública. Se colocó la primera piedra del nuevo edificio del INAP. Su presidente Luis García Cárdenas dio inicio a la obra.

31=El nobel: condena a la dictadura argentina, emitido por la Comisión Argentina de Solidaridad (CAS).

32=Tulio Hernández Gómez fue elegido gobernador de Tlaxcala.

33=Informe a JLP en Jalisco y Durango: las cosechas de granos, muy buenas, gira del ex presidente José López Portillo.

34=PRI, Carvajal compromete a los priistas a sacar adelante a SAM y Plan Global de Desarrollo, Emitido por el ex dirigente nacional del PRI Gustavo Carvajal Moreno.

35=Viajes Mexicorama S.A C.V, Autotransportación turística.

36=Fructíferos 30 años de vida del ISSEMYM (Instituto de Seguridad Social del Estado de México), Doctor Mario C. Olivera.

37=Carta al Lic. Fernando Solana Morales, Secretario de Educación Pública, Emitido por la Univeridad Autónoma de Sinaloa, rector Lic. Jorge Medina Viedas.

38=Partido Mexicano de los Trabajadores. Al Pueblo de México. A los representantes de la prensa nacional internacional, Declaración de principios del partido.

39= Crédito del BID (Banco Interamericano de Desarrollo) para erradicar la insuficiencia de agua en Zacatecas, Arq. Héctor Castanedo Quirarte, director general de Planeación y Desarrollo Urbano

40=Primer foro nacional de solidaridad con la Revolución Salvadoreña/ A las organizaciones sindicales, campesinas, populares, políticas, estudiantiles, solidarias y religiosas de México/ A las orhanizaciones de latinoamercanos en México. Al Pueblo de México.A todos los interesados. Responsables de la publicación: Andrés Fábregas y Gilberto López y Rivas.

41=Luchemos juntos por la superación del Estado: Del Mazo, Naucalpan, candidato a la gubernatura del Estado de México, Alfredo del Mazo.

42=Gobierno de Puebla

43=Se consolida, en todos los órdenes, la Universidad de Colima. Rector Humberto Silva Ochoa.

44=Presidió Jimenez Cantú la XIII reunión en evaluación distrital, ex gobernador del Estado de México, doctor Jorge Jiménez Cantú. Ecatepec de Morelos.

45="No he cometido ningún delito": Toledo/ Respuesta del ex gobernador del estado de Sinaloa, Antonio Toledo Corro, en la Procuraduría General de la República contra las acusaciones que hicieron en su contra el Movimiento de los 400 Pueblos.

46=Solidaridad con la U.A.S (Universidad Autónoma de Sinaloa) en la defensa de su autonomía. A las fuerzas democráticas y de izquierda. A la ANUIES. A la opinión pública. Redactado por el H. Consejo Universitario de la Universidad Autónoma de Guerrero (UAG).

47=Más de 130 beneficiados por la ley de amnistía, en Hidalgo/ ex gobernador del estado de Hidalgo, Guillermo Rosell de la Lama.

48=Autocrítica, ofrece del Mazo a los electores del Estado de México/ Cuando Alfredo del Mazo era candidato del PRI (Partido Revolucionario Institucional) a la gubernatura del estado de México.

49=Entusiasmo en el registro de precandidatos del PRI a alcaldesa de Hidalgo/ Pachuca Hidalgo

50=Paco Rodriguez Perez clama por la unidad, libertad e integración latinoamericana. Asociación Americana de Profesionales Aduaneros. Francisco Rodríguez Pérez, presidente de ASAPRA.

51=Felicita Margarita López Portillo a los 400 técnicos de RTC que actuaron en Cancún/ Margarita López Portillo directora general de RTC

52=Apoyo a los sinaloenses a la política internacional de López Portillo/ Apoyo a López Portillo del exgobernador de Sinaloa, Antonio Toledo Corro.

53=Reafirma Acosta Lagunes la militancia de PRIISTAS veracruzanos, ex gobernador del estado de Veracruz, Agustín Acosta Lagunes.

54=Se crea la dirección de asuntos jurídicos del DIF, para fortalecer la asistencia a niños, Desarrollo Integral de la Familia.

55=Ignacio Morales Lechuga, “El hombre que gobierna el estado”, es el protector de Bernardo Silva Martínez, Responsable de la publicación: Lic. Ramón Hernández Herrera, director de periódico Tribuna Política.

56=Les cumplió López Portillo a 85,000 jefes de familia. Departamento del Distrito Federal, José López Portillo.

57=La evolución del constitucionalismo/ Tercera parte del escrito “Economía y derecho”, de Miguel de la Madrid Hurtado.

58=Con los modelos 1982, Chrysler de México S.A presentó los éxitos de las empresas/ Chrysler de México S.A

59=En el éxito actual del país han cooperado todos, exalta Romero Kolbeck, Ex director del Banco de México, Gustavo Romero Kolbeck.

60=En servicio, la locomotora “Aguascalientes”, primera armada aquí. Ferrocarriles Nacionales de México.

61=Partido México Unido. Comité ejecutivo nacional/Discurso pronunciado por el Lic. Mario Guerra Leal al rendir protesta como presidente del Comité ejecutivo nacional Partido México Unido.

62=SUTIN, Por la defensa del SUTIN. Asamblea General conjunta, secciones 2 y 8 y delegación Maquixco. Responsables publicación: Jorge Montemayor; Saúl Romero; Gonzalo Zavala.

63=C.Licenciado Miguel de la Madrid Hurtado, Carta de felicitaciones y apoyo al ex presidente Miguel de la Madrid/ de líderes políticos e instituciones públicas y privadas de Mexicali, Baja California, Lic. Xicotencatl Leyva Mortera ex gobernador constitucional de Baja California.

64= C.Licenciado Miguel de la Madrid Hurtado, Carta de felicitaciones y apoyo al ex presidente Miguel de la Madrid, General Absalón Castellanos Domínguez ex gobernador del Estado de Chiapas.

65= Carta abierta sin sobre para: Sr. Braulio M. Fernández Aguirre ex candidato a diputado federal. Escrito por Alejandro Gurza ex candidato a diputado federal PAN.

66= Llamamiento a los Universitarios; A los periodistas; A las organizaciones sociales, políticas y laborales; A la opinión pública. Peticiones respecto al premio "Manuel Buendía" para generar acciones que conmemoren la "Libertad de Expresión y mayor apertura al premio "Manuel Buendía". Lic. Alfonso Vélez Pliego (ex rector Universidad Autónoma de Puebla); Francisco Flores Sandoval (ex rector Universidad Autónoma de Zacatecas).

67=Acuerdos de San Luis Potosi en el Tercer Congreso Nacional de Organismos Públicos Autónomos en torno a la Reforma Legislativa y Gasto Público.

68=Acuerdo Histórico a favor de los pescadores de la Comisión de Pesca y Acuicultura de la CONAGO, que coordina el gobernador de Baja California Sur Narciso Agúndez Montaña/Sexenio de Felipe Calderón.

69=Llama "Dr.Simi" a la IP de España a combatir la pobreza, el presidente del Grupo Por un País Mejor, Victor González Torres, pedirá a empresarios españoles que destinen el 25 por ciento de sus ganancias a los pobres.

70= A la opinión pública nacional e internacional del licenciado Félix A. González Canto, gobernador constitucional de Quintana Roo sobre el huracán “Wilma”.

71=Declaración del Primer Encuentro Nacional sobre Reformas Electorales en las Entidades Federativas en Zacatecas.

72=Asociación Nacional de Fabricantes de Chocolate, Dulces y Similares, A.C., Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas Carbonatadas, A.C., Cámara Nacional de la Industria de la Transformación hacia los senadores para solicitar modificación del IEPS para que no se aplique a las bebidas endulzadas.

73=Mercado La Victoria símbolo de cultura popular.

74=Denuncia dirigida a la opinión pública, al presidente Vicente Fox, a los secretarios de gobernación en contra de la solapación de corruptelas de Rubén Avila Marín.

75=Carta dirigida a todos los mexicanos para convocar a mega marcha silenciosa como protesta de la delincuencia en el país a nombre de la sociedad civil. Responsable Ma. Elena Morena de Galindo.

76=Carta de Dr. Simi dirigida a Sr. Joaquín López Dóriga con 6 consejos para ser un Buen Periodista.

77=Artículo publicado en el diario "El Clarín" sobre la llegada de farmacias del Dr. Simi a Argentina.

78= Industrias Químicas de México, S.A de C.V a la vanguardia en protección ambiental; “El secretario de Desarrollo Urbano y Ecología, Lic. M. Camacho Solís, inauguró en Morelia el IV curso de protección ambiental”.

79=Kohunlich. Emitido por Banco Nacional de México (BANAMEX)

80=Farmacias SIMILARES y el Movimiento Nacional Anticorrupción protesta dirigida al presidente Fox en contra de la corrupción.

81=Farmacias SIMILARES al pueblo de México para que apoyen la Cruzada Nacional en defensa de los enfermos de SIDA y cancer.

82=Propuesta dirigida al presidente Vicente Fox a nombre de la Unión Nacional de Trabajadores con el propósito de exhortarlo a un debate sobre cambios a la legislación laboral.

83=Nota sobre la Feria de Ciencia y Tecnología en el Palacio Legislativo de San Lázaro en la que la diputada Beatriz Rangel aseguró que se requiere una Política de Estado en Ciencia y Tecnología.

84=Carta abierta. "Un minuto de silencio" Lic. Carlos Salinas de Gortari Candidato a la Presidencia de la República. Emitido por la Unión de Libertades Civiles.

85=Laguna verde no debe funcionar, Denuncia ciudadana por académicos de las ciencias naturales. Responsable de la publicación: Arturo Aldama ex funcionario de la OMS y periodista científico.

86=Nota de agradecimiento a Don Fernando Gutiérrez Barrios a un año de su fallecimiento por parte de algunos representantes de distintos países por su respaldo para quienes dejaron esos países a causa de los gobiernos dictatoriales.

87=Carta dirigida a la opinión pública para informar las conclusiones del Primer Encuentro Nacional de Consejeros Electorales en el estado de Guerrero.

88=Denuncia contra el Gobernador de Chihuahua por parte del Instituto de Vivienda del Estado de Chihuahua.

89=La falta de recursos económicos, no es excusa para mejorar calidad y eficiencia en el ISSTE: Nota sobre la gira de Benjamín González Roaro, director del ISSTE, en el estado de San Luis Potosí

90=Pronunciamento de la Confederación Nacional de Organizaciones Populares de su nuevo partido llamado Unidad Ciudadana dirigido al presidente del CEN del PRI, al PRIISMO NACIONAL y a las y los ciudadanos mexicanos.

91=Carta dirigida a la Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica y a la opinión pública de parte del Grupo por un País Mejor, A.C. respecto a esclarecer el cambio de precio entre las marcas caras de medicamentos y los del IMSS

92=Carta dirigida a la comunidad universitaria de la UNAM solicitando la restitución de las instalaciones a consecuencia del paro.

93= Carta al “Sr. Presidente” Carlos Salinas de Gortari, de la Coordinadora Nacional de Defensa de Derechos Humanos. Responsables de la publicación: Rosario Ibarra y Ruth Martín.

94= Por una Justicia Justa. Ingeniero Arturo Martínez Nateras.

95=Carta de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores dirigida a la opinión pública para demandar a Angel Rodriguez Sáez y su padre Isidoro Rodriguez Ruiz por conductas delictivas.

96=Carta dirigida a Ernesto Zedillo Ponce de León de parte del presidente del AMMAC (Asociación de Municipios de México) el Ing. Alfredo Reyes para solicitarle una entrevista para mostrarle las necesidades de la asociación.

97=Carta dirigida al Sr. Don Justo Mullor García, nuncio apostólico del Estado Vaticano de parte del Frente Liberal Mexicano para darle la bienvenida al país.

98=Carta del Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana (STRM) al Dr. Ernesto Zedillo Ponce de León para solicitar que se les proporcione información sobre los lineamientos para sujetarse a las empresas multinacionales de telecomunicaciones que se integraron al mercado mexicano en 1997.

99=Carta dirigida a la opinión pública de la respuesta del Secretario de Relaciones Exteriores José Angel Gurria a la misiva enviada por organizaciones gubernamentales al presidente Ernesto Zedillo.

100=Propuesta obrero-empresarial de alianza para el fortalecimiento y modernización de la seguridad social (IMSS).

101=Reporte de la reunión extraordinaria del consejo de Administración de Pemex descrito por el Sindicato de Trabajadores Petroleros de la Republica Mexicana.

102=Pronunciamiento de la Universidad Veracruzana ante la violencia.

103=Carta a la opinión pública a nombre del STUNAM. Llamado a votar a conciencia por los candidatos de izquierda.

104=Carta abierta a la opinión pública escrita por los rectores de universidades públicas del país. Manifestación en contra de la reducción de presupuesto.

105=Lealtad a principio y apoyo popular aseguraron la dignidad de mi gobierno: Zorrilla Martínez. Nuevo León.

106=Telegrama Urgente. C. Antonio Toledo Corro, gobernador constitucional del estado de Sinaloa. /Escrito por el Ing. Luis Rivera.

V6: Número de página del ejemplar

1= Página 1

2= Página 2

3= Página 3

4= Página 4

5= Página 5

6= Página 6

7= Página 7

8= Página 8

9= Página 9

10= Página 10

11= Página 11

12= Página 12

13= Página 13

14= Página 14

15= Página 15

16= Página 16

17= Página 17

18= Página 18

19= Página 19

20= Página 20

21= Página 21

22= Página 22

23= Página 23

24= Página 24

25= Página 25

26= Página 26

27= Página 27

28= Página 28

29= Página 29

30= Página 30

31= Página 31

32= Página 32

33= Página 33

34= Página 34

35= Página 35

36= Página 36

37= Página 37

38= Página 38

39= Página 39

40= Página 40

41= Página 41

42= Página 42

43= Página 43

44= Página 44

45= Página 45

46= Página 46

47= Página 47

48= Página 48

49= Página 49

50= Página 50

51= Página 51

52= Página 52

53= Página 53

54= Página 54

55= Página 55

56= Página 56

57= Página 57

58= Página 58

59= Página 59

60= Página 60

61= Página 61

62= Página 62

63= Página 63

64= Página 64

65= Página 65

66= Página 66

67= Página 67

68= Página 68

69= Página 69

70= Página 70

71= Página 71

72= Página 72

73= Página 73

74= Página 74

75= Página 75

76= Página 76

77= Página 77

78= Página 78

79= Página 79

80= Página 80
81= Página 81
82= Página 82
83= Página 83
84= Página 84
85= Página 86
86= Página 86
87= Página 87
88= Página 88
89= Página 89
90= Página 90
91= Página 91
92= Página 92
93= Página 93
94= Página 94
95= Página 95
96= Página 96
97= Página 97
98= Página 98
99= Página 99
100= Página 100
101= Página 101

102= Página 102

200=Página no numerada fuera de escala

VII= Página VII

VIII= Página VIII

IX= Página IX

XVI= Página XVI

V7: Sección de la revista

1=Editorial

2=Nacional

3=Internacional/Economía

4=Análisis

5=Ensayo

6=Deportes

7=Espectáculos

8=Teatro

9=Cultura

10=Inventario

11=Religión

12=Música

13=Crimen Organizado

14=Libros

- 15= Contraportada
- 16=Cine
- 17= Última pasta/interior
- 18=Última pasta/externo
- 19=Sin sección
- 20=Índice
- 21=Arte
- 22=Palabra de lector
- 23=La transición
- 24=La guerra de Calderón
- 25=Prensa
- 26=Reportaje especial
- 27=Campaña electoral
- 28=Corrupción
- 29=Derechos Humanos
- 30=Telecomunicaciones
- 31=Proceso Nacional
- 32=Proceso Internacional
- 33=Radio
- 34=Meta: Los Pinos
- 35=Justicia
- 36=Estados

37=Suplemento Alemania 2006

38=Oaxaca

39=Política

40=Migración

41=Medios

42=Televisión

43=Transparencia

44= Marcador

45= Elecciones 2000

46= La Capital

47=La Guerra III

48= Transición 2000

49= Excélsior

50=Campana 2000

51=Teatro y Cine

52=Elenco político

53=Caso Ayotzinapa

54=Violencia Social

55=Elecciones 2018

56=Narcotráfico

57=Ecología

58=Educación superior

59=La guerra santa

60=Ciencia

61=Presidencia

62=Derechos Humanos

63=Finanzas

64=Expresidencia

65=La Demanda

66=Salud

67=Justicia

68=Internacional/Colombia

69=Festival de Morelia

70=Toros

71=Archivos abiertos

72=Foto

73=Cuentas Pendientes

74=Terremoto

V8= Tamaño del anuncio

1= 1 plana

2=2/3 plana

3=1/2 plana

4=1/3 plana

5= 1/6 plana

V9= Tipo de papel

1=Papel periódico, amarillento, muy delgado que se rompe

2=Papel amarillo de una mejor calidad que está satinado

3=Papel de lujo, brillante y con un gramaje más alto que una hoja bond.

V10=Número total de páginas del ejemplar

1=84 páginas

2=68 páginas

3=100 páginas

4=80 páginas

5=108 páginas

6=112 páginas

7=76 páginas

8=86 páginas

9=102 páginas

10=92 páginas

11=72 páginas

V11=Número total de páginas de publicidad oficial

0=sin publicidad oficial

2=2 publicidades

3=3 publicidades

4=4 publicidades

5=5 publicidades

6=6 publicidades

7=7 publicidades

8=8 publicidades

9=9 publicidades

10=10 publicidades

11=11 publicidades

12=12 publicidades

13=13 publicidades

15=15 publicidades

23=23 publicidades

V12=Número total de páginas de publicidad privada

3=3 publicidades

4=4 publicidades

5=5 publicidades

7=7 publicidades

8=8 publicidades

9=9 publicidades

10=10 publicidades

11=11 publicidades

13=13 publicidades

14=14 publicidades

15=15 publicidades

16=16 publicidades

17=17 publicidades

18=18 publicidades

19=19 publicidades

20=20 publicidades

21=21 publicidades

22=22 publicidades

23=23 publicidades

25=25 publicidades

27=27 publicidades

28=28 publicidades

V12BIS= Número total de páginas de publicidad de partido político

0=No tiene publicidad

1=1

2=2

3=3

5=5

V12TER= Número total de páginas de inserción pagada o gacetillas

0=No tiene publicidad

1=1

2=2

3=3

4=4

6=6

9=9

11=11

15=15

17=17

20=20

V13=Notas de portada

1= El sexenio: las palabras y los hechos

2= El sexenio: las palabras y los hechos

3= Cosío Villegas: Memorias de un disidente

- 4= Libre expresión: de excelsior a proceso
- 5= Teléfonos intervenidos, espionaje político
- 6= 16 meses de corrupción en Excelsior.
- 7= Los buenos propósitos del derecho a la información.
- 8= El fut profesional: juego sin ley.
- 9= Toledo Corro en busca de la calma perdida. Del reparto al negocio agrario. "Vientos anticampesinos soplan sobre el país"
- 10= De su puño y letra Díaz Ordaz explica la intervención del ejército en 1968 "Pude dejar que se pudriera el problema"
- 11= El director de Ciencias Políticas de la UNAM: "La campaña electoral, simple válvula de escape".
- 12= Los comunicólogos de la UNESCO: La libertad de informar, condición de la democracia
- 13= Puebla y Monterrey. Los empresarios poblanos dibujan "su" gobierno: autoritario y anticomunista. El grupo Alfa, jubiloso por la política económica de JLP
- 14= Ante el caso Campora. Galván exalta con las relaciones con Argentina
- 15= Los obispos exhiben a los militares. La visita del papa a Brasil, aval de la opresión.
- 16= El desalojo, primera etapa. En 20 años, Acapulco sólo para el turismo.
- 17= En Monterrey. Cultura y educación superior, a la medida del proyecto empresarial.
- 18= Joaquín Cravioto, nutriólogo del DIF. Genéticamente existen ya dos tipos de mexicanos: unos para dominar, otros para ser explotados.
- 19= La UNAM. Pérez Arreola: López Portillo aceleró la sindicación. Delhumeau: Echeverristas tras la rectoría. Eliezer Morales: Jiménez Espirú, "rector del soberonismo"
- 20= Cortazar, colaborador de Proceso.
- 21= Heberto Castillo PMT. Halagos, promesas, tentaciones, amenazas y el rechazo oficial

- 22= Martínez Verdugo PCM. Es arbitrario el registro de partidos en manos del gobierno
- 23= Aguilar Mora PRT. El gobierno echa sal en las llagas de la izquierda
- 24= Sanchez Aguilar PSD. Prematuro, juzgar la decisión de la comisión electoral
- 25= Polémica sobre la separación
- 26= Polémica sobre la separación: Arnoldo: Se impuso en el PMT la línea sectaria y burocrática.
- 27= Polémica sobre la separación: Heberto: Quisimos para el nuevo partido la democracia del PMT
- 28= Claudio Obregón renuncia al SAI (Sindicato de Actores Independientes). El autoritarismo de Lizalde rompe su propio sueño
- 29= La gran preocupación. El abstencionismo, reflejo del distanciamiento entre el Estado y la sociedad civil
- 30= La comisión del español pregunta: ¿cómo debe llamarse el idioma que hablamos?
- 31= Golpes de retracción económica: se aplaza el ambicioso proyecto de Las Truchas. Se asfixia pequeña y mediana industria
- 32= Un gobierno que expira. La obsesiva remoción de funcionarios, reflejo de un sexenio sin brújula.
- 33= Más cargos contra Ramírez Limón. Oscuro destino de un crédito de 700 millones al Monte de Piedad.
- 34= Sexto Aniversario.
- 35= Informe 1982. Amnistía Internacional deplora la persecución de extranjeros Mexicanos.
- 36= Evaluada por sus propios expertos: Pemex, empresa "de alta vulnerabilidad"
- 37= A punta de represión. Sinaloa, el mejor negocio de Toledo Corro.
- 38= Acusa el presidente del congreso del trabajo: El PRI se olvida de los obreros y el gobierno los golpea

- 39= Las maniobras de siempre. Un viejo cuento: Fidel contra el PRI
- 40= Las maniobras de siempre. Un viejo cuento: Fidel contra el PRI
- 41= Represión en el Reclusorio Sur por las revelaciones sobre Díaz Serrano
- 42= Todo empezó con una bomba de cobalto 60 introducida ilegalmente. Mil toneladas de varilla radiactiva, perdidas en el país.
- 43= Cartas a Miguel de la Madrid. "No nos muevan", suplican los refugiados guatemaltecos
- 44= Onetti, Galeano, Benedetti, Seregni, Pacheco: vida, exilio y muerte de Carlos Quijano
- 45= Reagan hacia la reelección: el mundo para Estados Unidos. Estados Unidos para los ricos. Modale hacia la derrota: Reagan embelesa con mentiras
- 46= El trasfondo del conflicto. A Teléfonos le estorba el sindicato para cambiar su tecnología
- 47= Falla el ensayo de democratización en el Estado de México. El dedazo, más fuerte que nunca
- 48= Acosta Lagunes describe Veracruz: La violencia es inevitable; ni modo
- 49= De gira por Europa. Viajar para pedir.
- 50= Discurso a puerta cerrada. La Quina ve negro el futuro del país
- 51= El Banco de México estimula la especulación. El dólar, a como sea.
- 52= Ahora se conduce. Farell rechazó en 1983 el sindicato de costureras. (Secretario del Trabajo)
- 53= Denuncia la cónsul en México: La extorsión a colombianos se ha vuelto escandalosa.
- 54= Relato de un torturado colombiano.
- 55= Chihuahua. Crónica de un fraude anunciado.
- 56= Cuatro meses de pugnas. Silva Herzog: lo dejaron solo y se fue. (Secretario de Hacienda)
- 57= Documento que circula en Washington. Sí existe un Plan Azteca.

58= El segundo tiempo del mundial. * Ganancias por publicidad (en millones de dólares): Televisa 20, Imevisión 3 *Pirrurrís y nacos: lo que importa es el desmadre.

59= SEPULVEDA, OBLIGADO A PROTESTAR. Agredido por Reagan, México busca amparo en América Latina.

60= RAMÍREZ GARRIDO EN ACCIÓN. La policía del DF usa, abusa y desecha a los chavos banda.

61= CLOUTHIER, RESENTIDO Y TEMERARIO. PAN y PRI reducen a folclor el drama de Sinaloa.

62= LEGORRETA ESTA EN LA JUGADA. Los empresarios, a sus anchas en Palacio.

63= EL DDF AUSPICIA AL NUEVO PULPO. Quién gana con las combis.

64= LOS HOMBRES DE LA IZQUIERDA. Heberto: Si hay fraude, habrá sangre. Eraclio: Hasta donde el pueblo empuje. Becerra Gaytán: El ejemplo es Chihuahua.

65= EL PRI VOLVIO A SALIR RASPADO EN EL NORTE. Violencia y carro completo en Coahuila.

66= INFORMACIÓN SOSLAYADA. La quemazón de la hidroeléctrica de Infiernillo.

67= LLEGARON TARDE AL BOOM. Los que perdieron en la Bolsa.

68= LOS LAMBISCONES INTERPRETAN A SALINAS. Ahora todo es “política moderna”.

69= Cómo la está jugando Legorreta. Ahora, teléfonos y aerolíneas. Desnacionalizar: último alarde del sexenio.

70= No hay ley que diga dónde imprimirlos. El lío de las boletas acrecienta las sospechas de fraude.

71= La jerarquía no puede con ellos. Sacerdotes rebeldes apropian de las parroquias y retratan a los obispos.

- 72= La jerarquía no puede con ellos. Sacerdotes rebeldes apropian de las parroquias y retratan a los obispos.
- 73= Infidencias en Querétaro. Cómo será el nuevo PRI.
- 74= Guadalajara. Vivir en el narcotráfico.
- 75= La sucesión en la UNAM. Un intruso en la junta de gobierno.
- 76= Rebelión de los agricultores. El pacto se hace trizas.
- 77= ZORRILLA NO SE DEJA. Su caso involucra a todo un sexenio. (Gobernador)
- 78= Bartlett lo exoneró de narcotráfico.
- 79= ZORRILLA NO SE DEJA. Su caso involucra a todo un sexenio.
- 80= ZORRILLA NO SE DEJA. Su caso involucra a todo un sexenio.
- 81= EL MUNDO FELIZ DE SALINAS DE GORTARI.
- 82= LUNA DE MIEL EN MEXICALI.
- 83= REPORTAJE DE GARCÍA MÁRQUEZ: EL NARCOTRÁFICO EN COLOMBIA.
- 84= Salinas en gira: “El pasado será un recuerdo”. OTRO VIAJE, OTRO ESPEJISMO.
- 85= Estado de emergencia. SE ESTÁ QUEBRANDO LA CATEDRAL
- 86= Desmond Morris: EL MONO FUTBOLISTA.
- 87= LOS RECURSOS DESESPERADOS DEL PRI. Ahora, ingeniería electoral.
- 88= ESTADO DE MÉXICO. Una semana caliente.
- 89= “Por orden del Presidente” Solidaridad. La tortilla vale. ¡Provecho!
- 90= COLOSIO, ÁLVAREZ Y CÁRDENAS. De campaña en Estados Unidos y Canadá.
- 91= QUE SIEMPRE SÍ. El misterioso caso de Porfirio.
- 92= APAPACHOS. Pronasol para los periodistas.
- 93= TERCER INFORME. EL FUTURO QUE SALINAS QUIERE.

94= 12 PÁGINAS, CON 82 CORCHETES SOBRE ENERGÉTICOS. El capítulo secreto del TLC.

95= El gobierno, la DEA y Álvarez Macháin. SÓLO 24 HORAS DE DIGNIDAD.

96= HABLA EL SECUESTRAADOR. (Caso Kiki Camarena)

97= INFORME Y ELECCIONES. SI GANA BUSH, GANA SALINAS. Con Clinton, a empezar de nuevo.

98= Ruffo y Morales Lechuga. LOS MISTERIOS DEL CÁRTEL DE TIJUANA.

99= El gobierno disimula. CÓMO PESA YA LA RECESIÓN.

100= TLC: Los días decisivos para Salinas

101= PAN: El borrador de su plataforma electoral

102= SAMUEL RUIZ: Las intrigas contra el obispo

103= Camacho acusa: EL PRI DOMINADO POR LA INTOLERANCIA

104= Chiapas: PALABRAS DE GUERRA

105= Chiapas: PALABRAS DE GUERRA

106= Menotti habla de la Selección: DE LO QUE HICE A LO QUE HICIERON

107= Salinas disfrazó la realidad TRIUNFALISMO

108 =Sacudidas en la prensa. LA REBELDÍA DE REFORMA EXCÉLSIOR SIN LIQUIDEZ

109= El dinero sucio de Ruiz Massieu al detalle, las transacciones en Estados Unidos

110= Documento secreto. Cuando Washington tachó de comunista a Carlos Fuentes.

111= Les guste o no les guste... autoritarismo económico.

112= Al servicio de Menem. La sórdida deportación de Gorriarán.

113= El miedo a Salinas

- 114= Encuentro en Irlanda: Castañeda cuenta todo
- 115= México convulso. El peso, la reforma electoral, Raúl, Córdoba, el EPR, el nuevo pacto...
- 116= Los premios nacionales 1996: la televisión mexicana, intolerable.
- 117= La agonía del sistema
- 118= Madrazo a Salinas: No es voluntario, debe comparecer
- 119= Paulina a Madrazo: Contra Raúl, acoso político
- 120= Caso Lankenau. Todos bajo sospecha.
- 121= Procurador, abogados y jueces. El pleito por la justicia.
- 122= Silencio funesto (Subcomandante Marcos)
- 123= Rebelión priísta contra el Fobaproa
- 124= Gurría, freno, apretón y porrazo
- 125= La demanda por difamación. Carreño: Hasta donde den las leyes. Alemán: Ya perdió
- 126= UNAM: Los ultras (facción de estudiantes de la UNAM)
- 127= Negligencia en Puebla: patrimonio perdido
- 128= Los hilos de la trama Hank-Maseca-Narco
- 129= Fin de la comedia
- 130= Los Hank y el narco: investigación en Washington
- 131= Elecciones a prueba: LAS DUDAS
- 132= Elecciones a prueba: LAS DUDAS
- 133= La llamada “inexistente”
- 134= Contacto México-Colombia. Drogas por armas
- 135= Fox y Martha Sahagún: Peor, imposible

- 136= Secretos de campaña. El producto Fox
- 137= El PAN adoctrina niños
- 138= Definitivo, no habrá comisión de la verdad: Creel
- 139= "Máxima Seguridad", libro de Julio Scherer García: Gutiérrez Rebollo desnuda a Zedillo
- 140= Documenta la CNDH 200 asesinatos políticos
- 141= Los fondos Foxistas: Cerrojazo a la Investigación
- 142= Carlota Robinson: La dama de los millones
- 143= Archivos de la SEDENA: Ni rastro de Tlatelolco
- 144=Purga Militar
- 145= La DEA invade México
- 146= La burda campaña del PAN-Gobierno
- 147= Los 11 ministros: quién es quién
- 148= La Corte no está por encima del pueblo
- 149= Va con todo (López Obrador)
- 150= La marcha de El Yunque
- 151= SEDENA vs VIH. Batalla perdida
- 152= La mafia en el futbol
- 153= PEMEX. Premio a la corrupción. Ramirez Corso, el aliado de Creel
- 154= Julio Scherer García: a propósito de Gabo
- 155= Ahora, lavado y narcotráfico (Raúl Salinas)
- 156= Cómo están acabando con Creel (por lo de las apuestas)
- 157= Ya casi... (juicio a Echeverría)

- 158= Libro. La pareja (imagen) (autor del libro) Julio Scherer García
- 159= El cuñado letal. Encubrimiento fallido. Alarma en Los Pinos (Diego Zavala)
- 160= La APPO
- 161= Treinta Años entre querellas (Augusto Pinochet)
- 162= La terca memoria. El nuevo libro de Julio Scherer García
- 163= Caso Sinaloa: Justicia Civil contra Justicia Militar
- 164= Ya nos llovió la... (inundación en Tabasco)
- 165= Los Bribiesca, también en Cancún
- 166= Los desaparecidos del sexenio
- 167= El Congreso se dobla ante las televisoras
- 168= Vamos México al desnudo
- 169= Suplemento especial: Allende
- 170= El turbio avionazo (Mouriño)
- 171= 32 Aniversario
- 172= Mouriño: su expediente negro
- 173= Mouriño: su expediente negro
- 174= Peña Nieto: Un reality show...
- 175= Cómo burlar la ley electoral y seguir en campaña
- 176= Brutal desempleo, la marca de Calderón
- 177= Un año después...El avionazo criminal (de Mouriño)
- 178= Paquete fiscal: a ganar menos y a pagar más
- 179= Expediente abierto: La CNDH propició la fuga del Chapo

- 180= La Guerra de Calderón. Viudas, huérfanos, lisiados...
- 181= Quiénes ganan cuando gana el Tri
- 182= Orozco joven: cartas de amor a una niña (libro)
- 183= Sudáfrica 2010. Suplemento
- 184= El Crimen de Chihuahua. Todos involucrados.
- 185= Otro daño colateral: el suicidio infantil
- 186= Templos con olor a narco
- 187= Dolo y Rídiculo...Y Hank impune
- 188= Michoacán: Calderón impone a su hermana
- 189= Anonymous vs Zetas. La otra guerra
- 190= Biografía del Cáncer, el enemigo imbatible
- 191= PAN,PRI Y PRD, En el narcoescándalo de Veracruz
- 192= Los nuevos ricos del PAN
- 193= La conade 2006-2012: saqueo millonario
- 194= Reforma laboral los arreglos del poder
- 195= Contra el hambre. La Ficción
- 196= Telecom: entretelones de una reforma tramposa
- 197= Los amos de Michoacán
- 198= Los amos de Michoacán
- 199= La verdadera historia de los Vallejo
- 200= El Cártel de Sinaloa continúa en expansión: la DEA
- 201= Suplemento Brasil 2014

- 202= Guerrero. La sombra de la guerrilla
- 203= Caótica búsqueda de los 43 desaparecidos
- 204= El Bronco de Nuevo León. La tentación del poder absoluto...y el narco lo desafía
- 205= Los Bélicos, otra pieza clave de la noche de Iguala.
- 206= ¿Quién frena a la mariguana?
- 207= Hacia la privatización de Pensionisste
- 208= Aurelio Nuño, Secretario de Educación Pública: La Arrogancia
- 209= 40 años de libertad (Proceso)
- 210= 40 años de libertad (Proceso)
- 211=Línea 7. El metrobús de las ambiciones
- 212= El nuevo sistema de justicia, en riesgo de naufragio
- 213= Chihuahua. Cuenta regresiva para César Duarte.
- 214= Opiáceos. La ruta de la muerte China-EU-México-EU
- 215= Alfonso Romo: Cómo me convenció López Obrador
- 216= La batalla por el segundo lugar (Meade - Anaya)
- 217= Mezcolanza política en el ADN de Morena
- 218= Habla "X", el hacker prófugo del FBI
- 219= AMLO se aísla. El fantasma del fracaso

V14=Características de la historia de portada

1= Gobierno/Legislatura

- 2= Campañas/Elecciones /Política
- 3=Policía/Crimen, delincuencia
- 4=Tribunales
- 5=Defensa/Militar/Seguridad Nacional
- 6=Economía/Negocios
- 7=Educación
- 8=Energía/Medio ambiente
- 9=Transporte
- 10=Vivienda/Infraestructura
- 11=Accidentes/desastres naturales
- 12=Salud
- 13=Religión/Iglesias
- 14=Derechos Humanos
- 15=manifestaciones/Protestas
- 16=Problemas sociales
- 17= Otros

V15=Sección de la nota de portada

- 3=Economía
- 4=Análisis
- 6=Deportes

7=Espectáculos
9=Cultura
12=Música
19=Sin sección
23=La transición
26=Reportaje especial
27=Campaña electoral
28=Corrupción
30=Telecomunicaciones
31=Proceso Nacional
32=Proceso Internacional
34=Meta: Los Pinos
35=Justicia
38=Oaxaca
39=Política
41=Medios
43=Treinta años
45= Elecciones
46= La Capital
47=La Guerra III
48= Transición 2000
50=Campaña 2000

53=Educación Pública
54=Elecciones 2015
55=Caso Ayotzinapa
56=Violencia Social
57=Crimen Organizado
58=Suplemento Brasil 2014
59=Narcotráfico
60=Ciencia
61=Suplemento Sudáfrica 2010
62=Finanzas
63=Política Social
64=Suplemento Especial
65=Expresidencia
66=Presidencia
67=Internet
68=Salud
69=Los fondos ocultos
70=Guerra Sucia
71=Derechos Humanos
72=Pensiones
73=Elecciones 2018

V15A=Tamaño de cobertura en el interior de la revista de la nota de portada

1=1 página completa

2=2 páginas completas

3=3 páginas completas

4=4 páginas completas

5=5 páginas completas

6=6 páginas completas

7=7 páginas completas

8=8 páginas completas

9=4 páginas y media

10=7 páginas y media

11= 3 páginas y $\frac{1}{3}$

12= 10 páginas

13=3 páginas y $\frac{2}{3}$

14= $\frac{1}{3}$ de plana

15=3 páginas y media

16=6 páginas y $\frac{2}{3}$

17= $\frac{2}{3}$ de página

18=5 páginas y $\frac{2}{3}$

19=9 páginas completas

20=4 páginas y $\frac{2}{3}$

21=2 páginas y $\frac{2}{3}$

22= 10 páginas completas y $\frac{2}{3}$

23=11 páginas completas

24=11 páginas completas y $\frac{1}{3}$

25= 12 páginas completas

26= 4 páginas completas y $\frac{1}{3}$

27=11 páginas completas y $\frac{2}{3}$

28=16 páginas completas

29=9 páginas y $\frac{1}{2}$

30=7 páginas y $\frac{1}{3}$

31=2 páginas y $\frac{1}{3}$

32= 1 página y $\frac{2}{3}$

33=5 páginas y $\frac{1}{3}$

34= 5 páginas completas y $\frac{1}{2}$

35=13 páginas completas

36=7 páginas completas y $\frac{2}{3}$

37=4 páginas completas y $\frac{5}{6}$

38=8 páginas completas y $\frac{1}{3}$

39=1 página y media

40=8 páginas completas y $\frac{2}{3}$

41=8 páginas completas y $\frac{1}{2}$

42=2 páginas completas y $\frac{1}{2}$

43=14 páginas completas

V16=Foco geográfico

0=Local

1=No local/Nacional

2= País-Internacional

99=No sabe/No contesta

V17=Cuestionamiento, crítica, denuncia del periodista a través de la nota de portada

0=No

1=Sí

V18=Se relaciona con la PO

1=Sí

2=No

3= No directamente

V19=Nombre del presidente de la república

1= Luis Echeverría Álvarez

2=José López Portillo Y Pacheco

3=Miguel de la Madrid Hurtado

4=Carlos Salinas de Gortari

5=Ernesto Zedillo Ponce de León

6=Vicente Fox Quesada

7=Felipe Calderón Hinojosa

8=Enrique Peña Nieto

Anexo 2. Base de datos de notas de portada

N°	V21 SEXENIO	V13 ITEM	V14 CARACTERÍSTICAS DE LA HISTORIA	V15 SECCIÓN	V15A EXTENSIÓNITEM	V16 FOCO GEOGRÁFICO	V17 CUESTIONAMIENTO, CRÍTICA O DENUNCIA DE PERIODISTA	V18 SE RELACIONA CON LA PO
1	1	El sexenio: las palabras y los hechos	1	19	6	1	1	2
2	1	El sexenio: las palabras y los hechos	1	4	7	1	1	2
3	1	Cosío Villegas: Memorias de un disidente	17	19	5	0	0	2
4	1	Libre expresión: de excelsior a proceso	14	19	4	1	1	2
5	2	Teléfonos intervenidos, espionaje político	3	19	3	1	1	3
6	2	16 meses de corrupción en Excelsior.	3	19	6	1	0	3
7	2	Los buenos propósitos del derecho a la información.	14	19	2	1	1	3
8	2	El fut profesional: juego sin ley.	17	19	26	1	1	3
9	2	Toledo Corro en busca de la calma perdida. Del reparto al negocio agrario. "Vientos anticampesinos soplan sobre el país"	1	19	19	1	1	3
10	2	De su puño y letra Díaz Ordaz explica la intervención del ejército en 1968 "Pude dejar que se pudriera el problema"	1	19	19	1	1	3
11	2	El director de Ciencias Políticas de la UNAM: "La campaña electoral, simple válvula de escape".	2	19	2	1	1	3
12	2	Los comunicólogos de la UNESCO: La libertad de informar, condición de la democracia	14	19	4	2	1	3

13	2	Puebla y Monterrey. Los empresarios poblanos dibujan "su" gobierno: autoritario y anticomunista. El grupo Alfa, jubiloso por la política económica de JLP	1	19	8	0	1	3
14	2	Ante el caso Campora. Galván exalta con las relaciones con Argentina	1	19	4	2	1	3
15	2	Los obispos exhiben a los militares. La visita del papa a Brasil, aval de la opresión.	17	32	34	2	1	3
16	2	El desalojo, primera etapa. En 20 años, Acapulco sólo para el turismo.	1	19	4	0	1	3
17	2	En Monterrey. Cultura y educación superior, a la medida del proyecto empresarial.	1	19	30	0	1	3
18	2	Joaquín Cravioto, nutriólogo del DIF. Genéticamente existen ya dos tipos de mexicanos: unos para dominar, otros para ser explotados.	1	19	7	1	1	3
19	2	La UNAM. Pérez Arreola: López Portillo aceleró la sindicación. Delhumeau: Echeverristas tras la rectoría. Eliezer Morales: Jiménez Espirú, "rector del soberonismo"	1	19	7	1	1	3
20	2	Cortazar, colaborador de Proceso.	17	12	1	1	0	3
21	2	Heberto Castillo PMT. Halagos, promesas, tentaciones, amenazas y el rechazo oficial	2	19	7	1	1	3
22	2	Martínez Verdugo PCM. Es arbitrario el registro de partidos en manos del gobierno	2	19	31	1	1	3
23	2	Aguilar Mora PRT. El gobierno echa sal en las llagas de la izquierda	2	19	32	1	1	3
24	2	Sanchez Aguilar PSD. Prematuro, juzgar la decisión de la comisión electoral	2	19	21	1	1	3
25	2	Polémica sobre la separación	2	19	9	1	1	3
26	2	Polémica sobre la separación: Arnoldo: Se impuso en el PMT la línea sectaria y burocrática.	2	19	39	1	1	3
27	2	Polémica sobre la separación: Heberto: Quisimos para el nuevo partido la democracia del PMT	2	19	42	1	1	3
28	2	Claudio Obregón renuncia al SAI (Sindicato de Actores Independientes). El autoritarismo de Lizalde rompe su propio sueño	15	19	42	1	1	3

29	2	La gran preocupación. El abstencionismo, reflejo del distanciamiento entre el Estado y la sociedad civil	1	19	6	1	1	3
30	2	La comisión del español pregunta: ¿cómo debe llamarse el idioma que hablamos?	17	9	13	2	0	3
31	2	Golpes de retracción económica: se aplaza el ambicioso proyecto de Las Truchas. Se asfixia pequeña y mediana industria	6	19	13	1	1	3
32	2	Un gobierno que expira. La obsesiva remoción de funcionarios, reflejo de un sexenio sin brújula.	1	19	16	1	1	2
33	2	Más cargos contra Ramírez Limón. Oscuro destino de un crédito de 700 millones al Monte de Piedad.	3	19	13	1	1	2
34	2	Sexto Aniversario.	17	19	17	1	0	2
35	2	Informe 1982. Amnistía Internacional deplora la persecución de extranjeros Mexicanos.	1	19	13	2	1	2
36	3	Evaluada por sus propios expertos: Pemex, empresa "de alta vulnerabilidad"	1	19	33	1	1	1
37	3	A punta de represión. Sinaloa, el mejor negocio de Toledo Corro.	1	19	4	0	1	1
38	3	Acusa el presidente del congreso del trabajo: El PRI se olvida de los obreros y el gobierno los golpea	1	19	13	1	1	3
39	3	Las maniobras de siempre. Un viejo cuento: Fidel contra el PRI	2	31	17	1	1	3
40	3	Las maniobras de siempre. Un viejo cuento: Fidel contra el PRI	2	4	1	1	1	3
41	3	Represión en el Reclusorio Sur por las revelaciones sobre Díaz Serrano	3	19	34	1	1	3
42	3	Todo empezó con una bomba de cobalto 60 introducida ilegalmente. Mil toneladas de varilla radiactiva, perdidas en el país.	1	19	7	1	1	2
43	3	Cartas a Miguel de la Madrid. "No nos muevan", suplican los refugiados guatemaltecos	16	19	3	2	1	2
44	3	Onetti, Galeano, Benedetti, Seregni, Pacheco: vida, exilio y muerte de Carlos Quijano	17	32	19	2	0	2

45	3	Reagan hacia la reelección: el mundo para Estados Unidos. Estados Unidos para los ricos. Modale hacia la derrota: Reagan embelesa con mentiras	1	4	23	2	1	2
46	3	El trasfondo del conflicto. A Teléfonos le estorba el sindicato para cambiar su tecnología	15	19	11	1	1	2
47	3	Falla el ensayo de democratización en el Estado de México. El dedazo, más fuerte que nunca	1	19	13	0	1	2
48	3	Acosta Lagunes describe Veracruz: La violencia es inevitable; ni modo	1	19	6	0	1	3
49	3	De gira por Europa. Viajar para pedir.	1	19	4	2	1	3
50	3	Discurso a puerta cerrada. La Quina ve negro el futuro del país	3	19	3	1	1	3
51	3	El Banco de México estimula la especulación. El dólar, a como sea.	6	19	11	1	1	3
52	3	Ahora se conduce. Farell rechazó en 1983 el sindicato de costureras. (Secretario del Trabajo)	1	19	13	1	1	3
53	3	Denuncia la cónsul en México: La extorsión a colombianos se ha vuelto escandalosa.	1	19	1	2	1	3
54	3	Relato de un torturado colombiano.	1	19	6	2	1	3
55	3	Chihuahua. Crónica de un fraude anunciado.	2	19	4	0	1	3
56	3	Cuatro meses de pugnas. Silva Herzog: lo dejaron solo y se fue. (Secretario de Hacienda)	1	19	33	1	1	3
57	3	Documento que circula en Washington. Sí existe un Plan Azteca.	1	19	13	2	1	3
58	3	El segundo tiempo del mundial. * Ganancias por publicidad (en millones de dólares): Televisa 20, Imevisión 3 *Pirrurrís y nacos: lo que importa es el desmadre.	6	6	12	1	1	3
59	3	SEPULVEDA, OBLIGADO A PROTESTAR. Agredido por Reagan, México busca amparo en América Latina.	1	19	6	2	1	3
60	3	RAMÍREZ GARRIDO EN ACCIÓN. La policía del DF usa, abusa y desecha a los chavos banda.	1	19	4	0	1	3

61	3	CLOUTHIER, RESENTIDO Y TEMERARIO. PAN y PRI reducen a folclor el drama de Sinaloa.	2	19	18	1	1	3
62	3	LEGORRETA ESTA EN LA JUGADA. Los empresarios, a sus anchas en Palacio.	10	19	13	1	1	3
63	3	EL DDF AUSPICIA AL NUEVO PULPO. Quién gana con las combis.	1	19	21	0	1	3
64	3	LOS HOMBRES DE LA IZQUIERDA. Heberto: Si hay fraude, habrá sangre. Eraclio: Hasta donde el pueblo empuje. Becerra Gaytán: El ejemplo es Chihuahua.	2	19	6	1	1	3
65	3	EL PRI VOLVIO A SALIR RASPADO EN EL NORTE. Violencia y carro completo en Coahuila.	1	19	4	0	1	3
66	3	INFORMACIÓN SOSLAYADA. La quemazón de la hidroeléctrica de Infiernillo.	1	19	3	1	1	3
67	3	LLEGARON TARDE AL BOOM. Los que perdieron en la Bolsa.	6	19	26	1	1	3
68	3	LOS LAMBISCONES INTERPRETAN A SALINAS. Ahora todo es “política moderna”.	1	19	11	1	1	3
69	3	Cómo la está jugando Legorreta. Ahora, teléfonos y aerolíneas. Desnacionalizar: último alarde del sexenio.	1	19	19	1	1	3
70	3	No hay ley que diga dónde imprimirlos. El lío de las boletas acrecienta las sospechas de fraude.	2	19	11	1	1	3
71	3	La jerarquía no puede con ellos. Sacerdotes rebeldes apropian de las parroquias y retratan a los obispos.	15	19	13	1	1	3
72	3	La jerarquía no puede con ellos. Sacerdotes rebeldes apropian de las parroquias y retratan a los obispos.	15	19	13	1	1	3
73	3	Infidencias en Querétaro. Cómo será el nuevo PRI.	2	19	21	0	1	3
74	3	Guadalajara. Vivir en el narcotráfico.	3	19	21	0	1	3
75	3	La sucesión en la UNAM. Un intruso en la junta de gobierno.	7	19	15	1	1	3
76	3	Rebelión de los agricultores. El pacto se hace trizas.	15	19	20	1	1	3
77	4	ZORRILLA NO SE DEJA. Su caso involucra a todo un sexenio. (Gobernador)	1	19	20	1	1	3
78	4	Bartlett lo exoneró de narcotráfico.	1	19	18	1	1	3

79	4	ZORRILLA NO SE DEJA. Su caso involucra a todo un sexenio.	1	31	17	1	1	3
80	4	ZORRILLA NO SE DEJA. Su caso involucra a todo un sexenio.	1	4	31	1	1	3
81	4	EL MUNDO FELIZ DE SALINAS DE GORTARI.	1	19	7	1	1	3
82	4	LUNA DE MIEL EN MEXICALI.	1	19	5	0	1	3
83	4	REPORTAJE DE GARCÍA MÁRQUEZ: EL NARCOTRÁFICO EN COLOMBIA.	17	32	33	2	1	3
84	4	Salinas en gira: “El pasado será un recuerdo”. OTRO VIAJE, OTRO ESPEJISMO.	1	19	11	1	1	3
85	4	Estado de emergencia. SE ESTÁ QUEBRANDO LA CATEDRAL	10	9	6	1	1	3
86	4	Desmond Morris: EL MONO FUTBOLISTA.	17	6	11	2	0	3
87	4	LOS RECURSOS DESESPERADOS DEL PRI. Ahora, ingeniería electoral.	2	19	3	1	1	3
88	4	ESTADO DE MÉXICO. Una semana caliente.	1	19	11	0	1	3
89	4	“Por orden del Presidente” Solidaridad. La tortilla vale. ¡Provecho!	1	19	5	1	1	3
90	4	COLOSIO, ÁLVAREZ Y CÁRDENAS. De campaña en Estados Unidos y Canadá.	1	19	5	2	0	3
91	4	QUE SIEMPRE SÍ. El misterioso caso de Porfirio.	1	19	6	1	1	3
92	4	APAPACHOS. Pronasol para los periodistas.	1	19	13	1	1	3
93	4	TERCER INFORME. EL FUTURO QUE SALINAS QUIERE.	1	19	33	1	1	3
94	4	12 PÁGINAS, CON 82 CORCHETES SOBRE ENERGÉTICOS. El capítulo secreto del TLC.	1	19	4	2	1	3
95	4	El gobierno, la DEA y Álvarez Macháin. SÓLO 24 HORAS DE DIGNIDAD.	1	19	33	2	1	3
96	4	HABLA EL SECUESTRAADOR. (Caso Kiki Camarena)	3	19	21	2	1	3
97	4	INFORME Y ELECCIONES. SI GANA BUSH, GANA SALINAS. Con Clinton, a empezar de nuevo.	1	19	26	2	1	3
98	4	Ruffo y Morales Lechuga. LOS MISTERIOS DEL CÁRTEL DE TIJUANA.	3	19	4	0	1	3
99	4	El gobierno disimula. CÓMO PESA YA LA RECESIÓN.	1	19	6	1	1	3
100	4	TLC: Los días decisivos para Salinas	1	19	31	2	1	3
101	4	PAN: El borrador de su plataforma electoral	2	19	21	1	1	3

102	4	SAMUEL RUIZ: Las intrigas contra el obispo	14	19	16	1	1	3
103	4	Camacho acusa: EL PRI DOMINADO POR LA INTOLERANCIA	2	19	4	1	1	3
104	4	Chiapas: PALABRAS DE GUERRA	16	19	22	0	1	3
105	4	Chiapas: PALABRAS DE GUERRA	16	4	13	0	1	3
106	4	Menotti habla de la Selección: DE LO QUE HICE A LO QUE HICIERON	17	6	3	1	1	3
107	4	Salinas disfrazó la realidad TRIUNFALISMO	1	19	8	1	1	3
108	4	Sacudidas en la prensa. LA REBELDÍA DE REFORMA EXCÉLSIOR SIN LIQUIDEZ	6	19	12	1	1	3
109	5	El dinero sucio de Ruiz Massieu al detalle, las transacciones en Estados Unidos	3	19	27	2	1	3
110	5	Documento secreto. Cuando Washington tachó de comunista a Carlos Fuentes.	1	32	5	2	1	3
111	5	Les guste o no les guste... autoritarismo económico.	6	19	18	1	1	3
112	5	Al servicio de Menem. La sórdida deportación de Gorriarán.	1	32	7	2	1	3
113	5	El miedo a Salinas	1	19	4	1	1	3
114	5	Encuentro en Irlanda: Castañeda cuenta todo	1	4	42	2	1	3
115	5	México convulso. El peso, la reforma electoral, Raúl, Córdoba, el EPR, el nuevo pacto...	1	19	41	1	1	3
116	5	Los premios nacionales 1996: la televisión mexicana, intolerable.	17	19	6	1	1	3
117	5	La agonía del sistema	1	19	5	1	1	3
118	5	Madrazo a Salinas: No es voluntario, debe comparecer	3	19	9	1	1	3
119	5	Paulina a Madrazo: Contra Raúl, acoso político	1	19	9	1	1	3
120	5	Caso Lankenau. Todos bajo sospecha.	3	19	7	1	1	3
121	5	Procurador, abogados y jueces. El pleito por la justicia.	4	19	40	1	1	3
122	5	Silencio funesto (Subcomandante Marcos)	16	19	38	0	1	3
123	5	Rebelión priísta contra el Fobaproa	1	19	4	1	1	3
124	5	Gurría, freno, apretón y porrazo	1	19	20	1	1	3
125	5	La demanda por difamación. Carreño: Hasta donde den las leyes. Alemán: Ya perdió	3	19	18	0	1	3

126	5	UNAM: Los ultras (facción de estudiantes de la UNAM)	15	19	6	1	1	1
127	5	Negligencia en Puebla: patrimonio perdido	1	9	33	1	1	1
128	5	Los hilos de la trama Hank-Maseca-Narco	3	19	13	1	1	1
129	5	Fin de la comedia	1	19	18	1	1	3
130	5	Los Hank y el narco: investigación en Washington	1	19	6	1	1	3
131	5	Elecciones a prueba: LAS DUDAS	2	45	23	1	1	3
132	5	Elecciones a prueba: LAS DUDAS	2	50	24	1	1	3
133	5	La llamada "inexistente"	3	47	25	1	1	3
134	5	Contacto México-Colombia. Drogas por armas	1	35	11	2	1	3
135	5	Fox y Martha Sahagún: Peor, imposible	1	48	3	1	1	3
136	6	Secretos de campaña. El producto Fox	2	66	30	1	1	3
137	6	El PAN adoctrina niños	2	39	4	1	1	3
138	6	Definitivo, no habrá comisión de la verdad: Creel	1	39	4	1	1	3
139	6	"Máxima Seguridad", libro de Julio Scherer García: Gutiérrez Rebollo desnuda a Zedillo	1	35	7	1	1	3
140	6	Documenta la CNDH 200 asesinatos políticos	14	71	24	1	1	3
141	6	Los fondos Foxistas: Cerrojazo a la Investigación	2	69	5	1	1	3
142	6	Carlota Robinson: La dama de los millones	2	69	4	1	1	3
143	6	Archivos de la SEDENA: Ni rastro de Tlatelolco	5	70	2	1	1	3
144	6	Purga Militar	5	35	36	1	1	3
145	6	La DEA invade México	1	35	37	2	1	3
146	6	La burda campaña del PAN-Gobierno	2	39	19	1	1	3
147	6	Los 11 ministros: quién es quién	4	35	3	1	1	3
148	6	La Corte no está por encima del pueblo	4	35	11	1	1	3
149	6	Va con todo (López Obrador)	2	39	5	1	1	3
150	6	La marcha de El Yunque	1	39	26	1	1	3
151	6	SEDENA vs VIH. Batalla perdida	12	68	3	1	1	3

152	6	La mafia en el futbol	3	6	3	1	1	3
153	6	PEMEX. Premio a la corrupción. Ramirez Corso, el aliado de Creel	3	28	12	1	1	3
154	6	Julio Scherer García: a propósito de Gabo	17	19	4	1	0	3
155	6	Ahora, lavado y narcotráfico (Raúl Salinas)	3	35	30	1	1	3
156	6	Cómo están acabando con Creel (por lo de las apuestas)	1	39	4	1	1	3
157	6	Ya casi... (juicio a Echeverría)	1	35	8	1	1	3
158	6	Libro. La pareja (imagen) (autor del libro) Julio Scherer García	1	66	4	1	1	3
159	6	El cuñado letal. Encubrimiento fallido. Alarma en Los Pinos (Diego Zavala)	1	34	8	1	1	3
160	6	La APPO	15	38	18	1	1	3
161	6	Treinta Años entre querellas (Augusto Pinochet)	1	43	4	2	1	3
162	7	La terca memoria. El nuevo libro de Julio Scherer García	17	26	6	1	1	3
163	7	Caso Sinaloa: Justicia Civil contra Justicia Militar	3	35	5	1	1	3
164	7	Ya nos llovió la... (inundación en Tabasco)	11	26	7	0	1	3
165	7	Los Bribiesca, también en Cancún	3	65	5	1	1	3
166	7	Los desaparecidos del sexenio	1	59	8	1	1	3
167	7	El Congreso se dobla ante las televisoras	1	41	5	1	1	3
168	7	Vamos México al desnudo	1	28	5	1	1	3
169	7	Suplemento especial: Allende	1	64	28	2	0	3
170	7	El turbio avionazo (Mouriño)	11	26	35	1	1	3
171	7	32 Aniversario	17	26	3	1	0	3
172	7	Mouriño: su expediente negro	1	26	5	1	1	3
173	7	Mouriño: su expediente negro	1	26	3	1	1	3
174	7	Peña Nieto: Un reality show...	1	39	5	1	1	3
175	7	Cómo burlar la ley electoral y seguir en campaña	2	39	18	1	1	3
176	7	Brutal desempleo, la marca de Calderón	1	3	3	1	1	3
177	7	Un año después...El avionazo criminal (de Mouriño)	11	26	34	1	1	3
178	7	Paquete fiscal: a ganar menos y a pagar más	6	62	5	1	1	3

179	7	Expediente abierto: La CNDH propició la fuga del Chapo	3	35	15	1	1	3
180	7	La Guerra de Calderón. Viudas, huérfanos, lisiados...	1	59	33	1	1	3
181	7	Quiénes ganan cuando gana el Tri	17	61	4	1	1	3
182	7	Orozco joven: cartas de amor a una niña (libro)	17	9	26	1	0	3
183	7	Sudáfrica 2010. Suplemento	17	61	25	2	0	3
184	7	El Crimen de Chihuahua. Todos involucrados.	3	59	5	0	1	3
185	7	Otro daño colateral: el suicidio infantil	16	26	20	1	1	3
186	7	Templos con olor a narco	3	59	3	1	1	3
187	7	Dolo y Rídiculo...Y Hank impune	3	35	13	1	1	3
188	7	Michoacán: Calderón impone a su hermana	1	39	21	0	1	3
189	7	Anonymous vs Zetas. La otra guerra	3	59	10	1	1	3
190	7	Biografía del Cáncer, el enemigo imbatible	12	60	4	1	1	3
191	7	PAN,PRI Y PRD, En el narcoescándalo de Veracruz	2	27	12	1	1	3
192	7	Los nuevos ricos del PAN	2	27	11	1	1	3
193	7	La conade 2006-2012: saqueo millonario	17	6	10	1	1	3
194	7	Reforma laboral los arreglos del poder	1	23	9	1	1	3
195	8	Contra el hambre. La Ficción	16	63	18	1	1	3
196	8	Telecom: entretelones de una reforma tramposa	1	30	34	1	1	3
197	8	Los amos de Michoacán	3	59	29	0	1	3
198	8	Los amos de Michoacán	3	4	2	0	1	3
199	8	La verdadera historia de los Vallejo	3	57	11	0	1	2
200	8	El Cártel de Sinaloa continúa en expansión: la DEA	3	57	3	1	1	2
201	8	Suplemento Brasil 2014	17	58	28	2	0	2
202	8	Guerrero. La sombra de la guerrilla	16	56	23	0	1	3
203	8	Caótica búsqueda de los 43 desaparecidos	3	56	4	1	1	3
204	8	El Bronco de Nuevo León. La tentación del poder absoluto...y el narco lo desafía	1	54	6	0	1	3
205	8	Los Bélicos, otra pieza clave de la noche de Iguala.	3	55	5	1	1	3

206	8	¿Quién frena a la mariguana?	16	26	23	1	1	3
207	8	Hacia la privatización de Pensionisste	1	72	3	1	1	3
208	8	Aurelio Nuño, Secretario de Educación Pública: La Arrogancia	1	53	4	1	1	3
209	8	40 años de libertad (Proceso)	14	19	1	1	0	3
210	8	40 años de libertad (Proceso)	14	19	43	1	0	3
211	8	Línea 7. El metrobús de las ambiciones	10	46	7	0	1	1
212	8	El nuevo sistema de justicia, en riesgo de naufragio	4	35	4	1	1	1
213	8	Chihuahua. Cuenta regresiva para César Duarte.	1	35	11	0	1	1
214	8	Opiáceos. La ruta de la muerte China-EU-México-EU	1	19	19	2	1	3
215	8	Alfonso Romo: Cómo me convenció López Obrador	1	39	21	1	1	3
216	8	La batalla por el segundo lugar (Meade - Anaya)	2	73	10	1	1	3
217	8	Mezcolanza política en el ADN de Morena	2	73	3	1	1	3
218	8	Habla "X", el hacker prófugo del FBI	3	67	3	2	1	3
219	8	AMLO se aísla. El fantasma del fracaso	1	23	7	1	1	3

Anexo 3. Base de datos general

V16Presidente de la República	V1 Número de revista	V2 Número total de la publicación	V3 Tipo de publicación	V4 Tipo de marca	V5 Tipo de Dependencia de Gobierno	V5 BIS Partido político	V5 TER Inserción Pagada	V6 N° de página	V7 Sección	V8Tamaño del anuncio	V9Tipo de papel	V10Número total pags del ejemplar	V11 # pags pub O	V12 # pags pub P	V12 BIS# pags. partidos políticos	V12 TIR# pags. inserción pagada	V13 Tema de portada	V14 Sección de la nota de portada	V15 Tamaño de la nota de portada
1	1	14	2	1	0	0	0	2	15	1	1	1	0	14	0	0	El sexenio: las palabras y los hechos	19	6
1	1	14	2	2	0	0	0	4	1	1	1	1	0	14	0	0	El sexenio: las palabras y los hechos	4	7
1	1	14	2	3	0	0	0	25	2	1	1	1	0	14	0	0	Cosío Villegas: Memorias de un disidente	19	5
1	1	14	2	4	0	0	0	31	2	1	1	1	0	14	0	0	Libre expresión: de excelsior a proceso	19	4
1	1	14	2	10	0	0	0	58	3	1	1	1	0	14	0	0			
1	1	14	2	5	0	0	0	60	6	4	1	1	0	14	0	0			
1	1	14	2	1	0	0	0	69	16	2	1	1	0	14	0	0			
1	1	14	2	6	0	0	0	72	16	1	1	1	0	14	0	0			
1	1	14	2	7	0	0	0	79	14	5	1	1	0	14	0	0			
1	1	14	2	7	0	0	0	80	14	4	1	1	0	14	0	0			
1	1	14	2	7	0	0	0	80	14	4	1	1	0	14	0	0			
1	1	14	2	7	0	0	0	81	14	2	1	1	0	14	0	0			
1	1	14	2	5	0	0	0	83	17	1	1	1	0	14	0	0			
1	1	14	2	1	0	0	0	84	18	1	1	1	0	14	0	0			
2	33	16	1	0	1	0	0	2	15	1	2	2	7	9	0	0	Teléfonos intervenidos, espionaje político	19	3
2	33	16	1	0	2	0	0	3	19	1	2	2	7	9	0	0			
2	33	16	1	0	3	0	0	4	20	1	2	2	7	9	0	0			
2	33	16	2	2	0	0	0	15	19	1	2	2	7	9	0	0			
2	33	16	1	0	4	0	0	28	3	1	2	2	7	9	0	0			
2	33	16	2	8	0	0	0	39	4	4	2	2	7	9	0	0			
2	33	16	2	6	0	0	0	54	6	4	2	2	7	9	0	0			
2	33	16	1	0	5	0	0	56	7	1	2	2	7	9	0	0			
2	33	16	1	0	5	0	0	57	7	1	2	2	7	9	0	0			
2	33	16	2	6	0	0	0	60	21	4	2	2	7	9	0	0			
2	33	16	2	7	0	0	0	62	12	5	2	2	7	9	0	0			
2	33	16	2	7	0	0	0	62	12	5	2	2	7	9	0	0			
2	33	16	2	9	0	0	0	64	22	3	2	2	7	9	0	0			
2	33	16	1	0	2	0	0	65	22	1	2	2	7	9	0	0			
2	33	16	2	10	0	0	0	67	17	1	2	2	7	9	0	0			
2	33	16	2	2	0	0	0	68	18	1	2	2	7	9	0	0			
2	53	21	1	0	4	0	0	2	15	1	2	2	12	9	0	0	*Primer aniversario		
2	53	21	1	0	2	0	0	3	19	1	2	2	12	9	0	0	16 meses de corrupción en Excelsior.	19	6

2	53	21	1	0	49	0	0	4	19	1	2	2	12	9	0	0	Los buenos propósitos del derecho a la información.	19	2
2	53	21	1	0	52	0	0	21	19	1	2	2	12	9	0	0			
2	53	21	2	9	0	0	0	22	19	1	2	2	12	9	0	0			
2	53	21	1	0	53	0	0	31	52	1	2	2	12	9	0	0			
2	53	21	1	0	57	0	0	32	52	1	2	2	12	9	0	0			
2	53	21	1	0	64	0	0	32	52	1	2	2	12	9	0	0			
2	53	21	2	7	0	0	0	43	4	5	2	2	12	9	0	0			
2	53	21	2	12	0	0	0	44	4	1	2	2	12	9	0	0			
2	53	21	2	6	0	0	0	50	32	5	2	2	12	9	0	0			
2	53	21	1	0	54	0	0	51	32	1	2	2	12	9	0	0			
2	53	21	1	0	55	0	0	52	6	4	2	2	12	9	0	0			
2	53	21	1	0	56	0	0	55	9	4	2	2	12	9	0	0			
2	53	21	2	7	0	0	0	61	14	4	2	2	12	9	0	0			
2	53	21	2	7	0	0	0	62	21	5	2	2	12	9	0	0			
2	53	21	2	6	0	0	0	62	21	5	2	2	12	9	0	0			
2	53	21	2	21	0	0	0	64	22	2	2	2	12	9	0	0			
2	53	21	1	0	2	0	0	65	22	1	2	2	12	9	0	0			
2	53	21	1	0	1	0	0	67	17	1	2	2	12	9	0	0			
2	53	21	2	2	0	0	0	68	18	1	2	2	12	9	0	0			
2	85	16	1	0	57	0	0	2	15	1	2	2	8	8	0	0	El fut profesional: juego sin ley.	19	26
2	85	16	2	7	0	0	0	3	19	1	2	2	8	8	0	0	Toledo Corro en busca de la calma perdida. Del reparto al negocio agrario. "Vientos anticampesinos soplan sobre el país"	19	19
2	85	16	1	0	2	0	0	4	19	1	2	2	8	8	0	0			
2	85	16	1	0	49	0	0	15	19	1	2	2	8	8	0	0			
2	85	16	2	7	0	0	0	39	4	5	2	2	8	8	0	0			
2	85	16	2	7	0	0	0	39	4	5	2	2	8	8	0	0			
2	85	16	1	0	1	0	0	40	4	1	2	2	8	8	0	0			
2	85	16	1	0	30	0	0	49	32	4	2	2	8	8	0	0			
2	85	16	2	23	0	0	0	50	6	2	2	2	8	8	0	0			
2	85	16	1	0	56	0	0	59	21	4	2	2	8	8	0	0			
2	85	16	1	0	55	0	0	61	14	3	2	2	8	8	0	0			
2	85	16	2	7	0	0	0	62	14	5	2	2	8	8	0	0			
2	85	16	2	7	0	0	0	64	22	4	2	2	8	8	0	0			
2	85	16	1	0	2	0	0	65	22	1	2	2	8	8	0	0			
2	85	16	2	2	0	0	0	67	17	1	2	2	8	8	0	0			
2	85	16	2	1	0	0	0	68	18	1	2	2	8	8	0	0			
2	105	42	2	21	0	0	0	2	15	1	2	4	13	14	0	15	*Segundo Aniversario		
2	105	42	1	0	2	0	0	3	19	1	2	4	13	14	0	15	De su puño y letra Díaz Ordaz explica la intervención del ejército en 1968 "Pude dejar que se pudriera el problema"	19	19
2	105	42	2	12	0	0	0	4	19	1	2	4	13	14	0	15			

2	105	42	1	0	57	0	0	6	19	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	1	0	58	0	0	7	19	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	1	0	49	0	0	8	19	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	1	0	1	0	0	25	19	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	2	0	65	0	0	33	52	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	1	0	4	0	0	34	52	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	3	0	0	0	42	200	4	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	3	0	0	0	42	200	4	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	3	0	0	0	42	200	4	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	3	0	0	0	42	200	4	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	2	7	0	0	0	43	4	5	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	1	0	59	0	0	44	4	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	1	0	60	0	0	51	32	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	3	0	0	0	7	52	32	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	3	0	0	0	7	53	32	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	2	7	0	0	0	56	21	5	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	2	7	0	0	0	56	21	5	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	2	7	0	0	0	57	21	4	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	2	7	0	0	0	58	21	5	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	1	0	61	0	0	59	14	4	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	2	7	0	0	0	59	14	5	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	2	7	0	0	0	59	14	5	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	2	7	0	0	0	60	14	4	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	1	0	17	0	0	60	14	4	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	1	0	55	0	0	61	14	3	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	1	0	63	0	0	63	44	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	2	27	0	0	0	64	44	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	3	0	0	0	8	65	44	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	3	0	0	0	8	66	44	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	3	0	0	0	8	67	44	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	3	0	0	0	5	68	22	2	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	3	0	0	0	6	69	22	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	3	0	0	0	9	70	22	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	3	0	0	0	9	71	22	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	3	0	0	0	9	72	22	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	3	0	0	0	9	73	22	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	1	0	2	0	0	74	22	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	2	2	0	0	0	75	17	1	2	4	13	14	0	15			
2	105	42	2	1	0	0	0	80	18	1	2	4	13	14	0	15			
2	137	28	1	0	142	0	0	2	15	1	2	2	13	11	0	4	El director de Ciencias Políticas de la UNAM: "La campaña electoral, simple válvula de escape".	19	2
2	137	28	1	0	2	0	0	3	19	1	2	2	13	11	0	4	Los comunicólogos de la UNESCO: La libertad de informar, condición de la democracia	19	4
2	137	28	1	0	49	0	0	4	19	1	2	2	13	11	0	4			

2	137	28	1	0	74	0	0	17	19	1	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	2	18	0	0	0	24	19	5	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	1	0	38	0	0	40	4	1	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	2	8	0	0	0	46	31	4	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	1	0	4	0	0	47	31	1	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	2	19	0	0	0	48	31	1	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	2	19	0	0	0	49	31	1	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	1	0	75	0	0	50	31	1	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	2	7	0	0	0	52	21	5	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	1	0	15	0	0	54	8	2	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	2	7	0	0	0	55	12	5	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	1	0	49	0	0	55	12	2	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	1	0	48	0	0	56	12	2	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	1	0	5	0	0	57	14	4	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	1	0	55	0	0	57	14	4	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	2	7	0	0	0	58	72	5	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	2	7	0	0	0	58	72	5	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	3	0	0	0	105	60	44	1	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	3	0	0	0	105	61	44	1	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	3	0	0	0	105	62	44	1	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	3	0	0	0	105	63	44	1	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	2	8	0	0	0	64	22	4	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	1	0	2	0	0	65	22	1	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	2	2	0	0	0	67	17	1	2	2	13	11	0	4			
2	137	28	2	1	0	0	0	68	18	1	2	2	13	11	0	4			
2	157	40	2	6	0	0	0	2	15	1	2	11	12	8	0	20	Tercer aniversario		
2	157	40	1	0	1	0	0	3	19	1	2	11	12	8	0	20	Puebla y Monterrey. Los empresarios poblanos dibujan "su" gobierno: autoritario y anticomunista. El grupo Alfa, jubiloso por la política económica de JLP	19	8
2	157	40	3	0	0	0	14	4	19	1	2	11	12	8	0	20	Ante el caso Campora. Galván exalta con las relaciones con Argentina	19	4
2	157	40	2	5	0	0	0	16	19	4	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	2	2	0	0	0	17	19	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	15	22	19	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	15	23	19	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	16	30	31	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	16	31	31	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	1	0	15	0	0	32	31	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	17	200	4	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	17	200	4	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	17	200	4	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	17	200	4	1	2	11	12	8	0	20			

2	157	40	1	0	38	0	0	39	4	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	18	40	4	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	18	41	4	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	19	42	4	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	1	0	76	0	0	48	32	4	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	1	0	2	0	0	48	32	4	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	1	0	2	0	0	49	32	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	2	7	0	0	0	50	10	4	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	1	0	77	0	0	52	10	5	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	2	7	0	0	0	52	10	5	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	1	0	5	0	0	53	16	3	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	2	7	0	0	0	54	21	5	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	1	0	5	0	0	54	21	5	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	20	55	12	3	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	2	7	0	0	0	56	8	4	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	1	0	78	0	0	57	8	4	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	1	0	55	0	0	57	8	4	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	1	0	6	0	0	58	44	4	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	21	59	44	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	21	60	44	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	21	61	44	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	22	62	44	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	22	63	44	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	23	64	44	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	3	0	0	0	23	65	17	1	2	11	12	8	0	20			
2	157	40	2	19	0	0	0	66	18	1	2	11	12	8	0	20			
2	190	42	1	0	35	0	0	2	15	1	2	11	15	16	0	11	Los obispos exhiben a los militares. La visita del papa a Brasil, aval de la opresión.	32	34
2	190	42	1	0	2	0	0	3	19	1	2	11	15	16	0	11	El desalojo, primera etapa. En 20 años, Acapulco sólo para el turismo.	19	4
2	190	42	1	0	5	0	0	4	19	1	2	11	15	16	0	11	En Monterrey. Cultura y educación superior, a la medida del proyecto empresarial.	19	30
2	190	42	2	7	0	0	0	17	19	2	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	2	21	0	0	0	20	19	1	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	3	0	0	0	24	28	31	1	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	2	7	0	0	0	32	4	3	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	3	0	0	0	59	33	4	1	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	1	0	38	0	0	34	4	1	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	3	0	0	0	25	35	4	1	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	3	0	0	0	25	36	4	1	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	3	0	0	0	25	37	4	1	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	3	0	0	0	25	38	4	1	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	1	0	38	0	0	40	4	1	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	2	7	0	0	0	42	4	5	2	11	15	16	0	11			

2	190	42	1	0	2	0	0	43	4	2	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	3	0	0	0	26	44	4	1	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	3	0	0	0	26	45	4	1	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	2	7	0	0	0	50	12	4	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	1	0	6	0	0	51	12	4	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	2	6	0	0	0	52	12	4	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	2	7	0	0	0	52	12	5	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	1	0	15	0	0	52	12	5	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	2	7	0	0	0	53	8	5	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	2	7	0	0	0	53	8	5	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	2	6	0	0	0	54	16	4	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	2	6	0	0	0	54	16	4	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	2	2	0	0	0	55	16	4	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	1	0	17	0	0	55	16	4	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	1	0	35	0	0	56	14	4	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	1	0	55	0	0	56	14	4	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	2	8	0	0	0	57	14	2	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	2	21	0	0	0	59	44	1	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	3	0	0	0	27	60	44	1	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	2	21	0	0	0	61	44	1	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	3	0	0	0	28	62	44	1	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	3	0	0	0	28	63	44	1	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	1	0	79	0	0	65	22	3	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	1	0	143	0	0	65	22	4	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	1	0	143	0	0	65	22	4	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	1	0	80	0	0	67	17	1	2	11	15	16	0	11			
2	190	42	2	1	0	0	0	68	18	1	2	11	15	16	0	11			
2	209	46	1	0	80	0	0	2	15	1	2	7	23	13	0	9	*Cuarto Aniversario		
2	209	46	1	0	2	0	0	3	19	1	2	7	23	13	0	9	Joaquín Cravioto, nutriólogo del DIF. Genéticamente existen ya dos tipos de mexicanos: unos para dominar, otros para ser explotados.	19	7
2	209	46	1	0	38	0	0	4	19	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	81	0	0	13	19	1	2	7	23	13	0	9	La UNAM. Pérez Arreola: López Portillo aceleró la sindicación. Delhumeau: Echeverristas tras la rectoría. Eliezer Morales: Jiménez Espirú, "rector del soberonismo"	19	7
2	209	46	3	0	0	0	29	21	19	1	2	7	23	13	0	9	Cortazar, colaborador de Proceso.	12	1
2	209	46	1	0	2	0	0	28	31	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	24	0	0	33	4	5	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	2	7	0	0	0	33	4	5	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	75	0	0	34	4	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	144	0	0	35	4	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	82	0	0	200	4	1	2	7	23	13	0	9			

2	209	46	1	0	83	0	0	200	4	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	35	0	0	200	4	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	84	0	0	200	4	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	2	3	0	0	0	200	4	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	85	0	0	200	4	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	57	0	0	200	4	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	2	8	0	0	0	40	31	5	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	2	8	0	0	0	40	31	5	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	138	0	0	41	31	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	86	0	0	42	31	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	3	0	0	0	30	43	31	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	2	7	0	0	0	48	12	4	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	6	0	0	50	12	4	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	2	23	0	0	0	52	8	5	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	75	0	0	52	8	5	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	77	0	0	52	8	4	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	2	8	0	0	0	53	8	3	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	2	1	0	0	0	54	42	3	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	2	7	0	0	0	55	14	2	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	78	0	0	56	14	4	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	55	0	0	56	14	4	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	3	0	0	0	31	58	14	4	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	2	7	0	0	0	58	14	4	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	2	7	0	0	0	58	14	4	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	3	0	0	0	32	59	14	4	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	3	0	0	0	33	60	14	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	3	0	0	0	33	61	14	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	3	0	0	0	60	62	14	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	3	0	0	0	60	63	14	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	2	8	0	0	0	64	22	3	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	2	6	0	0	0	65	22	4	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	96	0	0	65	22	4	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	3	0	0	0	34	66	22	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	1	0	4	0	0	67	17	1	2	7	23	13	0	9			
2	209	46	2	1	0	0	0	68	18	1	2	7	23	13	0	9			
2	242	35	2	1	0	0	0	2	15	1	2	2	7	11	0	17	Heberto Castillo PMT. Halagos, promesas, tentaciones, amenazas y el rechazo oficial	19	7
2	242	35	2	1	0	0	0	3	19	1	2	2	7	11	0	17	Martínez Verdugo PCM. Es arbitrario el registro de partidos en manos del gobierno	19	31
2	242	35	3	0	0	0	35	4	19	1	2	2	7	11	0	17	Aguilar Mora PRT. El gobierno echa sal en las llagas de la izquierda	19	32

2	242	35	2	8	0	0	0	19	19	4	2	2	7	11	0	17	Sanchez Aguilar PSD. Prematuro, juzgar la decisión de la comisión electoral	19	21
2	242	35	3	0	0	0	36	23	19	1	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	3	0	0	0	37	32	4	1	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	3	0	0	0	38	33	4	1	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	2	7	0	0	0	40	32	3	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	3	0	0	0	39	41	32	1	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	3	0	0	0	40	42	32	1	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	3	0	0	0	40	43	32	1	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	3	0	0	0	41	44	32	1	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	3	0	0	0	41	45	32	1	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	1	0	28	0	0	47	60	2	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	1	0	6	0	0	51	16	4	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	2	5	0	0	0	52	16	4	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	2	7	0	0	0	53	16	4	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	2	6	0	0	0	53	16	4	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	2	7	0	0	0	54	14	5	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	2	5	0	0	0	54	14	5	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	2	7	0	0	0	54	14	4	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	1	0	90	0	0	55	14	4	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	3	0	0	0	106	55	14	4	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	1	0	35	0	0	56	14	3	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	1	0	5	0	0	57	33	3	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	3	0	0	0	43	59	44	1	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	3	0	0	0	44	60	44	1	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	3	0	0	0	44	61	44	1	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	3	0	0	0	45	62	44	1	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	3	0	0	0	46	63	44	1	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	2	8	0	0	0	64	22	4	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	3	0	0	0	47	65	22	1	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	3	0	0	0	48	66	22	1	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	1	0	4	0	0	67	17	1	2	2	7	11	0	17			
2	242	35	1	0	11	0	0	68	18	1	2	2	7	11	0	17			
2	261	40	2	7	0	0	0	2	15	1	2	2	10	15	0	15	*Quinto Aniversario		
2	261	40	1	0	2	0	0	3	19	1	2	2	10	15	0	15	Polémica sobre la separación	19	9
2	261	40	1	0	48	0	0	4	19	1	2	2	10	15	0	15	Polémica sobre la separación: Arnoldo: Se impuso en el PMT la línea sectaria y burocrática.	19	39
2	261	40	1	0	2	0	0	29	31	1	2	2	10	15	0	15	Polémica sobre la separación: Heberto: Quisimos para el nuevo partido la democracia del PMT	19	42
2	261	40	3	0	0	0	49	30	31	1	2	2	10	15	0	15	Claudio Obregón renuncia al SAI (Sindicato de Actores Independientes). El autoritarismo de Lizalde rompe su propio sueño	7	42

2	261	40	2	5	0	0	0	34	4	2	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	2	7	0	0	0	200	4	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	1	0	83	0	0	200	4	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	1	0	143	0	0	200	4	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	1	0	79	0	0	200	4	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	3	0	0	0	50	200	4	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	3	0	0	0	50	200	4	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	3	0	0	0	50	200	4	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	1	0	75	0	0	200	4	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	2	7	0	0	0	41	32	2	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	3	0	0	0	51	42	32	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	3	0	0	0	52	43	32	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	2	8	0	0	0	46	7	4	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	3	0	0	0	53	47	7	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	2	7	0	0	0	50	12	4	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	2	5	0	0	0	51	16	4	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	2	8	0	0	0	52	8	4	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	2	6	0	0	0	53	8	4	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	2	5	0	0	0	53	8	4	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	2	7	0	0	0	54	14	5	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	1	0	15	0	0	54	14	5	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	2	6	0	0	0	55	14	4	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	2	5	0	0	0	55	14	4	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	3	0	0	0	54	57	44	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	1	0	91	0	0	58	44	3	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	3	0	0	0	55	58	44	3	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	3	0	0	0	56	59	44	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	3	0	0	0	57	60	44	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	3	0	0	0	57	61	44	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	3	0	0	0	57	62	44	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	3	0	0	0	57	63	44	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	2	7	0	0	0	64	22	5	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	3	0	0	0	58	65	22	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	1	0	92	0	0	67	17	1	2	2	10	15	0	15			
2	261	40	1	1	0	0	0	68	18	1	2	2	10	15	0	15			
2	294	29	2	5	0	0	0	2	15	1	2	2	7	20	2	0	La gran preocupación. El abstencionismo, reflejo del distanciamiento entre el Estado y la sociedad civil	19	6
2	294	29	2	9	0	0	0	3	19	1	2	2	7	20	2	0	La comisión del español pregunta: ¿cómo debe llamarse el idioma que hablamos?	9	13

2	294	29	2	8	0	0	0	4	19	1	2	2	7	20	2	0	Golpes de retracción económica: se aplaza el ambicioso proyecto de Las Truchas. Se asfixia pequeña y mediana industria	19	13
2	294	29	2	6	0	0	0	19	19	3	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	2	8	0	0	0	27	31	4	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	1	0	16	0	0	28	31	1	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	1	0	17	0	0	41	32	3	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	2	8	0	0	0	46	6	5	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	1	0	15	0	0	46	6	5	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	2	7	0	0	0	51	9	5	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	2	8	0	0	0	51	9	5	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	2	9	0	0	0	55	21	4	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	2	8	0	0	0	55	21	5	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	2	7	0	0	0	55	21	5	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	4	0	0	1	0	57	16	4	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	2	6	0	0	0	57	16	4	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	2	6	0	0	0	58	16	4	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	2	6	0	0	0	58	16	4	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	2	6	0	0	0	59	8	3	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	2	7	0	0	0	60	14	5	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	2	7	0	0	0	60	14	5	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	1	0	19	0	0	61	33	3	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	4	0	0	1	0	62	33	2	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	1	0	20	0	0	63	33	1	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	2	7	0	0	0	64	22	5	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	2	7	0	0	0	64	22	5	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	1	0	20	0	0	65	22	1	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	1	0	21	0	0	67	17	1	2	2	7	20	2	0			
2	294	29	2	1	0	0	0	68	18	1	2	2	7	20	2	0			
2	314	22	2	2	0	0	0	2	15	1	2	2	2	20	0	0	Un gobierno que expira. La obsesiva remoción de funcionarios, reflejo de un sexenio sin brújula.	19	16
2	314	22	2	6	0	0	0	3	19	1	2	2	2	20	0	0	Más cargos contra Ramírez Limón. Oscuro destino de un crédito de 700 millones al Monte de Piedad.	19	13
2	314	22	2	6	0	0	0	4	19	2	2	2	2	20	0	0	Sexto Aniversario.	19	17
2	314	22	2	7	0	0	0	4	19	5	2	2	2	20	0	0	Informe 1982. Amnistía Internacional deplora la persecución de extranjeros Mexicanos.	19	13
2	314	22	2	7	0	0	0	4	19	5	2	2	2	20	0	0			
2	314	22	2	6	0	0	0	12	19	5	2	2	2	20	0	0			
2	314	22	2	8	0	0	0	12	19	5	2	2	2	20	0	0			
2	314	22	2	8	0	0	0	13	19	4	2	2	2	20	0	0			
2	314	22	2	7	0	0	0	13	19	4	2	2	2	20	0	0			

2	314	22	2	7	0	0	0	13	19	4	2	2	2	20	0	0			
2	314	22	1	0	15	0	0	17	19	4	2	2	2	20	0	0			
2	314	22	2	5	0	0	0	17	19	4	2	2	2	20	0	0			
2	314	22	2	7	0	0	0	25	19	4	2	2	2	20	0	0			
2	314	22	2	6	0	0	0	39	4	4	2	2	2	20	0	0			
2	314	22	2	6	0	0	0	49	3	5	2	2	2	20	0	0			
2	314	22	1	0	15	0	0	49	3	5	2	2	2	20	0	0			
2	314	22	2	7	0	0	0	50	6	5	2	2	2	20	0	0			
2	314	22	2	17	0	0	0	50	6	5	2	2	2	20	0	0			
2	314	22	2	13	0	0	0	58	21	4	2	2	2	20	0	0			
2	314	22	2	12	0	0	0	58	21	4	2	2	2	20	0	0			
2	314	22	2	8	0	0	0	67	17	1	2	2	2	20	0	0			
2	314	22	2	18	0	0	0	68	18	1	2	2	2	20	0	0			
3	346	21	2	5	0	0	0	2	15	1	2	2	7	14	0	0	Evaluada por sus propios expertos: Pemex, empresa "de alta vulnerabilidad"	19	33
3	346	21	2	7	0	0	0	3	19	1	2	2	7	14	0	0	A punta de represión. Sinaloa, el mejor negocio de Toledo Corro.	19	4
3	346	21	1	0	20	0	0	4	19	1	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	2	23	0	0	0	11	19	4	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	2	9	0	0	0	11	19	4	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	2	2	0	0	0	15	19	4	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	2	5	0	0	0	15	19	5	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	2	2	0	0	0	15	19	5	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	2	6	0	0	0	22	19	4	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	1	0	21	0	0	23	19	3	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	1	0	140	0	0	23	19	4	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	1	0	140	0	0	23	19	5	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	2	12	0	0	0	34	31	4	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	2	6	0	0	0	39	4	3	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	2	5	0	0	0	47	32	5	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	2	7	0	0	0	47	32	5	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	1	0	21	0	0	50	21	5	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	1	0	6	0	0	63	14	5	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	2	5	0	0	0	63	14	5	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	1	0	17	0	0	67	17	1	2	2	7	14	0	0			
3	346	21	2	1	0	0	0	68	18	1	2	2	7	14	0	0			
3	366	26	1	0	98	0	0	2	15	1	2	2	8	18	0	0	Acusa el presidente del congreso del trabajo: El PRI se olvida de los obreros y el gobierno los golpea	19	13
3	366	26	2	7	0	0	0	3	19	1	2	2	8	18	0	0	Las maniobras de siempre. Un viejo cuento: Fidel contra el PRI	31	17
3	366	26	2	7	0	0	0	4	19	1	2	2	8	18	0	0	Las maniobras de siempre. Un viejo cuento: Fidel contra el PRI	4	1

3	366	26	2	6	0	0	0	9	19	3	2	2	8	18	0	0	Represión en el Reclusorio Sur por las revelaciones sobre Díaz Serrano	19	34
3	366	26	1	0	6	0	0	14	19	5	2	2	8	18	0	0	Séptimo aniversario		
3	366	26	2	5	0	0	0	14	19	5	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	1	0	99	0	0	15	19	1	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	1	0	77	0	0	21	19	3	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	2	7	0	0	0	32	31	4	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	2	7	0	0	0	36	4	3	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	1	0	19	0	0	37	4	1	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	2	7	0	0	0	46	32	5	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	2	17	0	0	0	46	32	5	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	2	7	0	0	0	46	32	4	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	2	5	0	0	0	47	32	3	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	2	7	0	0	0	49	9	4	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	2	30	0	0	0	61	33	1	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	2	2	0	0	0	62	33	4	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	2	23	0	0	0	62	33	4	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	1	0	140	0	0	63	33	3	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	2	7	0	0	0	63	33	3	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	2	5	0	0	0	64	22	4	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	2	5	0	0	0	64	22	4	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	1	0	36	0	0	65	22	1	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	1	0	100	0	0	67	17	1	2	2	8	18	0	0			
3	366	26	2	9	0	0	0	68	18	1	2	2	8	18	0	0			
3	398	22	2	6	0	0	0	2	15	1	2	2	2	17	1	2	Todo empezó con una bomba de cobalto 60 introducida ilegalmente. Mil toneladas de varilla radiactiva, perdidas en el país.	19	7
3	398	22	1	0	21	0	0	3	19	3	2	2	2	17	1	2	Cartas a Miguel de la Madrid. "No nos muevan", suplican los refugiados guatemaltecos	19	3
3	398	22	2	7	0	0	0	3	19	3	2	2	2	17	1	2	Onetti, Galeano, Benedetti, Seregni, Pacheco: vida, exilio y muerte de Carlos Quijano	32	19
3	398	22	2	17	0	0	0	4	19	5	2	2	2	17	1	2			
3	398	22	2	20	0	0	0	4	19	5	2	2	2	17	1	2			
3	398	22	2	2	0	0	0	4	19	3	2	2	2	17	1	2			
3	398	22	2	7	0	0	0	12	19	5	2	2	2	17	1	2			
3	398	22	2	7	0	0	0	12	19	5	2	2	2	17	1	2			
3	398	22	2	23	0	0	0	13	19	4	2	2	2	17	1	2			
3	398	22	2	2	0	0	0	13	19	4	2	2	2	17	1	2			
3	398	22	4	0	0	8	0	17	19	1	2	2	2	17	1	2			
3	398	22	2	20	0	0	0	20	19	5	2	2	2	17	1	2			
3	398	22	2	7	0	0	0	20	19	5	2	2	2	17	1	2			
3	398	22	2	7	0	0	0	44	32	4	2	2	2	17	1	2			

3	398	22	2	7	0	0	0	45	32	3	2	2	2	17	1	2			
3	398	22	2	2	0	0	0	49	9	5	2	2	2	17	1	2			
3	398	22	2	17	0	0	0	49	9	5	2	2	2	17	1	2			
3	398	22	2	6	0	0	0	63	22	3	2	2	2	17	1	2			
3	398	22	3	0	0	0	61	64	22	1	2	2	2	17	1	2			
3	398	22	3	0	0	0	61	65	22	1	2	2	2	17	1	2			
3	398	22	1	0	102	0	0	67	17	1	2	2	2	17	1	2			
3	398	22	2	9	0	0	0	68	18	1	2	2	2	17	1	2			
3	418	21	1	0	4	0	0	1	15	1	2	2	4	16	0	1	Octavo Aniversario		
3	418	21	3	0	0	0	62	2	19	1	2	2	4	16	0	1	Reagan hacia la reelección: el mundo para Estados Unidos. Estados Unidos para los ricos. Modale hacia la derrota: Reagan embelesa con mentiras	4	23
3	418	21	1	0	21	0	0	4	19	3	2	2	4	16	0	1	El trasfondo del conflicto. A Teléfonos le estrorba el sindicato para cambiar su tecnología	19	11
3	418	21	1	0	25	0	0	4	19	3	2	2	4	16	0	1	Falla el ensayo de democratización en el Estado de México. El dedazo, más fuerte que nunca	19	13
3	418	21	2	6	0	0	0	9	19	2	2	2	4	16	0	1			
3	418	21	2	8	0	0	0	13	19	4	2	2	4	16	0	1			
3	418	21	2	23	0	0	0	28	31	4	2	2	4	16	0	1			
3	418	21	2	7	0	0	0	32	4	5	2	2	4	16	0	1			
3	418	21	2	20	0	0	0	32	4	5	2	2	4	16	0	1			
3	418	21	2	7	0	0	0	33	4	3	2	2	4	16	0	1			
3	418	21	2	20	0	0	0	44	32	5	2	2	4	16	0	1			
3	418	21	2	17	0	0	0	44	32	5	2	2	4	16	0	1			
3	418	21	2	29	0	0	0	45	32	3	2	2	4	16	0	1			
3	418	21	2	23	0	0	0	60	14	5	2	2	4	16	0	1			
3	418	21	1	6	0	0	0	60	14	5	2	2	4	16	0	1			
3	418	21	2	29	0	0	0	61	14	3	2	2	4	16	0	1			
3	418	21	2	7	0	0	0	65	22	4	2	2	4	16	0	1			
3	418	21	2	5	0	0	0	65	22	5	2	2	4	16	0	1			
3	418	21	2	23	0	0	0	65	22	5	2	2	4	16	0	1			
3	418	21	1	0	106	0	0	67	17	1	2	2	4	16	0	1			
3	418	21	2	9	0	0	0	68	18	1	2	2	4	16	0	1			
3	450	20	2	9	0	0	0	2	15	1	2	2	5	11	0	4	Acosta Lagunes describe Veracruz: La violencia es inevitable; ni modo	19	6
3	450	20	3	0	0	0	63	3	19	1	2	2	5	11	0	4	De gira por Europa. Viajar para pedir.	19	4
3	450	20	3	0	0	0	64	4	19	1	2	2	5	11	0	4	Discurso a puerta cerrada. La Quina ve negro el futuro del país	19	3
3	450	20	3	0	0	0	65	19	19	1	2	2	5	11	0	4			
3	450	20	2	5	0	0	0	37	4	4	2	2	5	11	0	4			
3	450	20	2	7	0	0	0	37	4	4	2	2	5	11	0	4			

3	450	20	1	0	6	0	0	44	32	4	2	2	5	11	0	4			
3	450	20	2	5	0	0	0	45	32	4	2	2	5	11	0	4			
3	450	20	1	0	140	0	0	45	32	4	2	2	5	11	0	4			
3	450	20	2	20	0	0	0	48	9	5	2	2	5	11	0	4			
3	450	20	2	7	0	0	0	48	9	5	2	2	5	11	0	4			
3	450	20	1	0	96	0	0	49	9	2	2	2	5	11	0	4			
3	450	20	2	23	0	0	0	49	9	5	2	2	5	11	0	4			
3	450	20	2	23	0	0	0	49	9	5	2	2	5	11	0	4			
3	450	20	3	0	0	0	66	61	33	3	2	2	5	11	0	4			
3	450	20	2	23	0	0	0	61	33	4	2	2	5	11	0	4			
3	450	20	1	0	78	0	0	61	33	5	2	2	5	11	0	4			
3	450	20	2	15	0	0	0	65	22	1	2	2	5	11	0	4			
3	450	20	1	0	93	0	0	67	17	1	2	2	5	11	0	4			
3	450	20	2	1	0	0	0	68	18	1	2	2	5	11	0	4			
3	470	20	2	6	0	0	0	2	15	1	2	2	9	11	0	0	EL BANCO DE MÉXICO ESTIMULA LA ESPECULACIÓN. El dólar, a como sea.	19	11
3	470	20	1	0	138	0	0	3	19	1	2	2	9	11	0	0	NOVENO ANIVERSARIO.		
3	470	20	1	0	21	0	0	4	19	3	2	2	9	11	0	0	AHORA SE CONDUELE. Farell rechazó en 1983 el sindicato de costureras.	19	13
3	470	20	1	0	65	0	0	4	19	3	2	2	9	11	0	0	DENUNCIA LA CÓNsul EN MÉXICO: La extorsión a colombianos se ha vuelto escandalosa.	19	1
3	470	20	2	7	0	0	0	9	19	4	2	2	9	11	0	0	RELATO DE UN TORTURADO COLOMBIANO.	19	6
3	470	20	1	0	90	0	0	9	19	4	2	2	9	11	0	0			
3	470	20	1	0	6	0	0	13	19	4	2	2	9	11	0	0			
3	470	20	2	6	0	0	0	27	19	4	2	2	9	11	0	0			
3	470	20	2	7	0	0	0	27	19	5	2	2	9	11	0	0			
3	470	20	2	7	0	0	0	27	19	5	2	2	9	11	0	0			
3	470	20	1	0	140	0	0	41	4	5	2	2	9	11	0	0			
3	470	20	2	17	0	0	0	48	32	5	2	2	9	11	0	0			
3	470	20	1	0	140	0	0	48	32	5	2	2	9	11	0	0			
3	470	20	2	7	0	0	0	49	32	2	2	2	9	11	0	0			
3	470	20	2	7	0	0	0	64	22	4	2	2	9	11	0	0			
3	470	20	2	7	0	0	0	65	22	4	2	2	9	11	0	0			
3	470	20	2	6	0	0	0	65	22	5	2	2	9	11	0	0			
3	470	20	1	0	24	0	0	65	22	5	2	2	9	11	0	0			
3	470	20	1	0	4	0	0	67	17	1	2	2	9	11	0	0			
3	470	20	2	1	0	0	0	68	18	1	2	2	9	11	0	0			
3	503	21	2	9	0	0	0	2	15	1	2	2	6	15	0	0	CHIHUAHUA. Crónica de un fraude anunciado.	19	4
3	503	21	1	0	15	0	0	3	19	2	2	2	6	15	0	0	CUATRO MESES DE PUGNAS. Silva Herzog: lo dejaron solo y se fue.	19	33

3	503	21	1	0	15	0	0	3	19	5	2	2	6	15	0	0	DOCUMENTO QUE CIRCULA EN WASHINGTON. Sí existe un Plan Azteca.	19	13
3	503	21	2	6	0	0	0	3	19	5	2	2	6	15	0	0	EL SEGUNDO TIEMPO DEL MUNDIAL. * Ganancias por publicidad (en millones de dólares): Televisa 20, Imevisión 3 *Pirrurrís y nacos: lo que importa es el desmadre.	6	12
3	503	21	1	0	96	0	0	4	19	2	2	2	6	15	0	0			
3	503	21	1	0	15	0	0	4	19	5	2	2	6	15	0	0			
3	503	21	2	7	0	0	0	4	19	5	2	2	6	15	0	0			
3	503	21	1	0	17	0	0	11	19	2	2	2	6	15	0	0			
3	503	21	2	20	0	0	0	15	19	5	2	2	6	15	0	0			
3	503	21	2	7	0	0	0	15	19	5	2	2	6	15	0	0			
3	503	21	2	9	0	0	0	31	4	5	2	2	6	15	0	0			
3	503	21	1	0	21	0	0	38	32	3	2	2	6	15	0	0			
3	503	21	2	5	0	0	0	39	32	4	2	2	6	15	0	0			
3	503	21	2	9	0	0	0	39	32	4	2	2	6	15	0	0			
3	503	21	2	5	0	0	0	53	16	4	2	2	6	15	0	0			
3	503	21	2	6	0	0	0	53	16	4	2	2	6	15	0	0			
3	503	21	2	5	0	0	0	64	22	4	2	2	6	15	0	0			
3	503	21	2	9	0	0	0	64	22	4	2	2	6	15	0	0			
3	503	21	2	8	0	0	0	65	22	1	2	2	6	15	0	0			
3	503	21	2	2	0	0	0	67	17	1	2	2	6	15	0	0			
3	503	21	2	5	0	0	0	68	18	1	2	2	6	15	0	0			
3	522	27	2	6	0	0	0	2	15	1	2	2	5	21	0	1	DÉCIMO ANIVERSARIO.		
3	522	27	1	0	96	0	0	3	19	1	2	2	5	21	0	1	SEPULVEDA, OBLIGADO A PROTESTAR. Agredido por Reagan, México busca amparo en América Latina.	19	6
3	522	27	3	0	0	0	73	4	19	1	2	2	5	21	0	1	RAMÍREZ GARRIDO EN ACCIÓN. La policía del DF usa, abusa y desecha a los chavos banda.	19	4
3	522	27	1	0	6	0	0	17	19	5	2	2	5	21	0	1	CLOUTHIER, RESENTIDO Y TEMERARIO. PAN y PRI reducen a folclor el drama de Sinaloa.	19	18
3	522	27	1	0	24	0	0	17	19	5	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	7	0	0	0	28	31	5	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	20	0	0	0	28	31	5	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	1	0	17	0	0	29	31	3	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	7	0	0	0	29	31	3	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	6	0	0	0	35	4	5	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	6	0	0	0	35	4	5	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	6	0	0	0	42	32	3	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	5	0	0	0	43	32	4	2	2	5	21	0	1			

3	522	27	2	5	0	0	0	43	32	4	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	6	0	0	0	50	9	4	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	6	0	0	0	50	9	4	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	7	0	0	0	51	9	3	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	18	0	0	0	51	9	3	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	6	0	0	0	60	6	3	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	5	0	0	0	61	6	4	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	7	0	0	0	61	6	4	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	5	0	0	0	62	22	4	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	8	0	0	0	62	22	4	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	6	0	0	0	64	22	1	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	6	0	0	0	65	22	1	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	1	0	15	0	0	67	17	1	2	2	5	21	0	1			
3	522	27	2	19	0	0	0	68	18	1	2	2	5	21	0	1			
3	555	31	2	6	0	0	0	2	15	1	2	2	6	20	3	2	LEGORRETA ESTA EN LA JUGADA. Los empresarios, a sus anchas en Palacio.	19	13
3	555	31	2	6	0	0	0	3	19	1	2	2	6	20	3	2	EL DDF AUSPICIA AL NUEVO PULPO. Quién gana con las combis.	19	21
3	555	31	3	0	0	0	78	4	19	1	2	2	6	20	3	2	LOS HOMBRES DE LA IZQUIERDA. Heberto: Si hay fraude, habrá sangre. Eraclio: Hasta donde el pueblo empuje. Becerra Gaytán: El ejemplo es Chihuahua.	19	6
3	555	31	1	0	17	0	0	9	19	4	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	1	0	6	0	0	18	19	4	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	18	0	0	0	19	19	3	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	6	0	0	0	19	19	3	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	1	0	21	0	0	35	4	4	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	7	0	0	0	35	4	5	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	6	0	0	0	35	4	5	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	1	0	24	0	0	42	32	5	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	7	0	0	0	42	32	5	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	9	0	0	0	43	32	3	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	6	0	0	0	46	9	4	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	17	0	0	0	46	9	5	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	6	0	0	0	46	9	5	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	7	0	0	0	47	9	4	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	7	0	0	0	47	9	5	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	23	0	0	0	47	9	5	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	19	0	0	0	56	8	3	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	1	0	15	0	0	57	8	1	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	6	0	0	0	60	6	2	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	10	0	0	0	61	6	1	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	4	0	0	10	0	62	6	1	2	2	6	20	3	2			

3	555	31	4	0	0	10	0	63	6	1	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	4	0	0	3	0	64	22	4	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	7	0	0	0	64	22	5	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	7	0	0	0	64	22	5	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	3	0	0	0	79	65	22	1	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	1	0	116	0	0	67	17	1	2	2	6	20	3	2			
3	555	31	2	19	0	0	0	68	18	1	2	2	6	20	3	2			
3	574	29	2	6	0	0	0	2	15	1	2	2	7	21	0	1	DÉCIMOPRIMER ANIVERSARIO.		
3	574	29	2	7	0	0	0	3	19	1	2	2	7	21	0	1	EL PRI VOLVIO A SALIR RASPADO EN EL NORTE. Violencia y carro completo en Coahuila.	19	4
3	574	29	3	0	0	0	84	4	19	1	2	2	7	21	0	1	INFORMACIÓN SOSLAYADA. La quemazón de la hidroeléctrica de Infiernillo.	19	3
3	574	29	2	6	0	0	0	13	19	2	2	2	7	21	0	1	LLEGARON TARDE AL BOOM. Los que perdieron en la Bolsa.	19	26
3	574	29	1	0	120	0	0	18	19	3	2	2	7	21	0	1	LOS LAMBISCONES INTERPRETAN A SALINAS. Ahora todo es "política moderna".	19	11
3	574	29	1	0	17	0	0	19	19	5	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	1	0	24	0	0	19	19	5	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	1	0	96	0	0	19	19	2	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	17	0	0	0	22	19	5	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	23	0	0	0	22	19	5	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	6	0	0	0	23	19	2	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	5	0	0	0	34	4	4	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	5	0	0	0	34	4	4	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	7	0	0	0	35	4	4	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	17	0	0	0	35	4	5	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	20	0	0	0	35	4	5	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	7	0	0	0	43	32	4	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	6	0	0	0	43	32	5	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	7	0	0	0	43	32	5	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	1	0	6	0	0	50	9	4	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	2	0	0	0	51	9	4	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	5	0	0	0	51	9	4	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	1	0	9	0	0	59	33	2	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	6	0	0	0	63	6	3	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	7	0	0	0	64	22	5	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	6	0	0	0	64	22	5	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	7	0	0	0	65	22	2	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	1	0	121	0	0	67	17	1	2	2	7	21	0	1			
3	574	29	2	22	0	0	0	68	18	1	2	2	7	21	0	1			

3	607	23	1	0	2	0	0	2	15	1	2	2	4	18	1	0	Cómo la está jugando Legorreta. Ahora, teléfonos y aerolíneas. Desnacionalizar: último alarde del sexenio.	19	19
3	607	23	2	7	0	0	0	3	19	1	2	2	4	18	1	0	No hay ley que diga dónde imprimirlos. El lío de las boletas acrecienta las sospechas de fraude.	19	11
3	607	23	1	0	31	0	0	4	19	1	2	2	4	18	1	0	La jerarquía no puede con ellos. Sacerdotes rebeldes apropian de las parroquias y retratan a los obispos.	19	13
3	607	23	2	9	0	0	0	9	19	4	2	2	4	18	1	0	La jerarquía no puede con ellos. Sacerdotes rebeldes apropian de las parroquias y retratan a los obispos.	19	13
3	607	23	2	9	0	0	0	9	19	5	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	2	17	0	0	0	9	19	5	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	2	7	0	0	0	18	19	4	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	2	6	0	0	0	19	19	4	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	2	7	0	0	0	19	19	5	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	2	6	0	0	0	19	19	5	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	2	7	0	0	0	23	19	4	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	2	7	0	0	0	31	39	4	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	1	0	6	0	0	36	4	4	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	2	7	0	0	0	37	4	4	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	2	23	0	0	0	37	4	5	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	2	6	0	0	0	37	4	5	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	4	0	0	1	0	48	9	3	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	2	15	0	0	0	49	9	1	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	2	7	0	0	0	64	22	4	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	2	21	0	0	0	64	22	4	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	2	6	0	0	0	65	22	1	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	2	6	0	0	0	67	17	1	2	2	4	18	1	0			
3	607	23	1	0	32	0	0	68	18	1	2	2	4	18	1	0			
3	627	30	2	15	0	0	0	2	15	1	2	2	4	23	1	2	Infidencias en Querétaro. Cómo será el nuevo PRI.	19	21
3	627	30	2	15	0	0	0	3	19	1	2	2	4	23	1	2	Guadalajara. Vivir en el narcotráfico.	19	21
3	627	30	2	24	0	0	0	4	19	1	2	2	4	23	1	2	La sucesión en la UNAM. Un intruso en la junta de gobierno.	19	15
3	627	30	2	6	0	0	0	10	19	4	2	2	4	23	1	2	Rebelión de los agricultores. El pacto se hace trizas.	19	20
3	627	30	2	7	0	0	0	10	19	5	2	2	4	23	1	2	Decimosegundo aniversario		
3	627	30	2	6	0	0	0	10	19	5	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	2	6	0	0	0	11	19	4	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	2	9	0	0	0	11	19	4	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	1	0	6	0	0	15	19	4	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	2	12	0	0	0	19	19	3	2	2	4	23	1	2			

3	627	30	1	0	15	0	0	22	19	4	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	2	20	0	0	0	22	19	5	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	2	6	0	0	0	22	19	5	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	2	21	0	0	0	23	19	4	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	2	23	0	0	0	23	19	5	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	2	6	0	0	0	23	19	5	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	1	0	6	0	0	39	4	4	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	3	0	0	0	2	51	9	3	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	4	0	0	3	0	51	9	3	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	2	7	0	0	0	59	33	5	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	1	0	138	0	0	59	33	4	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	2	6	0	0	0	62	6	2	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	2	6	0	0	0	63	6	2	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	2	9	0	0	0	64	22	4	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	2	7	0	0	0	64	22	5	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	2	23	0	0	0	64	22	5	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	3	0	0	0	3	65	22	3	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	2	23	0	0	0	65	22	3	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	2	7	0	0	0	67	17	1	2	2	4	23	1	2			
3	627	30	2	12	0	0	0	68	18	1	2	2	4	23	1	2			
4	659	28	2	19	0	0	0	2	15	1	1	2	5	23	0	0	ZORRILLA NO SE DEJA. Su caso involucra a todo un sexenio.	19	20
4	659	28	2	25	0	0	0	3	19	1	1	2	5	23	0	0	Bartlett lo exoneró de narcotráfico.	19	18
4	659	28	1	0	127	0	0	4	19	1	1	2	5	23	0	0	ZORRILLA NO SE DEJA. Su caso involucra a todo un sexenio.	31	17
4	659	28	2	18	0	0	0	5	19	1	1	2	5	23	0	0	ZORRILLA NO SE DEJA. Su caso involucra a todo un sexenio.	4	31
4	659	28	1	0	6	0	0	11	19	4	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	5	0	0	0	16	19	3	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	2	0	0	0	17	19	3	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	21	0	0	0	17	19	3	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	23	0	0	0	22	19	3	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	2	0	0	0	23	19	4	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	7	0	0	0	23	19	5	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	7	0	0	0	23	19	5	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	7	0	0	0	30	31	4	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	1	0	140	0	0	30	31	4	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	11	0	0	0	31	31	1	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	7	0	0	0	38	4	3	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	9	0	0	0	39	4	4	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	19	0	0	0	39	4	5	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	5	0	0	0	39	4	5	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	7	0	0	0	46	32	3	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	1	0	15	0	0	47	32	1	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	6	0	0	0	51	9	4	1	2	5	23	0	0			

4	659	28	2	6	0	0	0	51	9	4	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	6	0	0	0	59	8	1	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	1	0	126	0	0	64	22	2	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	9	0	0	0	65	22	3	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	7	0	0	0	67	17	1	1	2	5	23	0	0			
4	659	28	2	22	0	0	0	68	18	1	1	2	5	23	0	0			
4	679	32	1	0	32	0	0	2	15	1	1	2	9	21	1	1	DECIMOTERCER ANIVERSARIO.		
4	679	32	2	25	0	0	0	3	19	1	1	2	9	21	1	1	EL MUNDO FELIZ DE SALINAS DE GORTARI.	19	7
4	679	32	2	15	0	0	0	4	19	1	1	2	9	21	1	1	LUNA DE MIEL EN MEXICALI.	19	5
4	679	32	2	7	0	0	0	5	19	1	1	2	9	21	1	1	REPORTAJE DE GARCÍA MÁRQUEZ: EL NARCOTRÁFICO EN COLOMBIA.	32	33
4	679	32	2	6	0	0	0	23	19	4	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	2	6	0	0	0	23	19	4	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	1	0	5	0	0	36	4	3	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	2	7	0	0	0	37	4	3	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	1	0	15	0	0	37	4	3	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	1	0	2	0	0	43	32	4	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	2	5	0	0	0	43	32	5	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	2	23	0	0	0	43	32	5	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	1	0	128	0	0	47	7	1	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	2	4	0	0	0	55	8	1	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	2	5	0	0	0	59	6	4	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	2	23	0	0	0	59	6	5	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	2	6	0	0	0	60	22	4	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	4	0	0	4	0	60	22	4	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	1	0	6	0	0	61	22	4	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	2	5	0	0	0	61	22	4	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	3	0	0	0	85	62	22	2	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	2	5	0	0	0	63	22	4	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	2	5	0	0	0	63	22	5	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	2	9	0	0	0	63	22	5	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	2	5	0	0	0	63	22	4	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	2	5	0	0	0	63	22	5	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	2	5	0	0	0	63	22	4	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	1	0	15	0	0	64	22	1	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	1	0	15	0	0	65	22	1	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	1	0	5	0	0	66	22	1	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	2	1	0	0	0	67	17	1	1	2	9	21	1	1			
4	679	32	2	22	0	0	0	68	18	1	1	2	9	21	1	1			
4	711	35	2	1	0	0	0	2	15	1	2	7	9	25	0	1	Salinas en gira: "El pasado será un recuerdo". OTRO VIAJE, OTRO ESPEJISMO.	19	11
4	711	35	2	25	0	0	0	3	19	1	2	7	9	25	0	1	Estado de emergencia. SE ESTÁ QUEBRANDO LA CATEDRAL	9	6

4	711	35	1	0	116	0	0	4	19	1	2	7	9	25	0	1	Desmond Morris: EL MONO FUTBOLISTA.	6	11
4	711	35	2	6	0	0	0	5	19	1	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	1	0	19	0	0	6	19	1	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	2	0	0	0	7	19	1	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	7	0	0	0	11	19	4	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	10	0	0	0	11	19	5	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	7	0	0	0	11	19	5	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	1	0	132	0	0	15	19	3	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	1	0	31	0	0	21	19	4	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	6	0	0	0	29	31	5	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	23	0	0	0	29	31	5	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	5	0	0	0	46	32	4	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	5	0	0	0	46	32	5	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	7	0	0	0	46	32	5	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	1	0	15	0	0	47	32	2	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	7	0	0	0	54	9	4	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	6	0	0	0	54	9	4	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	9	0	0	0	66	6	2	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	1	0	133	0	0	67	6	3	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	7	0	0	0	67	6	3	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	8	0	0	0	68	22	3	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	9	0	0	0	69	22	4	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	17	0	0	0	69	22	5	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	17	0	0	0	69	22	5	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	3	0	0	0	93	70	22	1	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	1	0	6	0	0	71	22	4	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	23	0	0	0	71	22	4	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	7	0	0	0	71	22	5	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	22	0	0	0	71	22	5	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	1	0	15	0	0	72	22	1	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	1	0	15	0	0	73	22	1	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	1	0	0	0	75	17	1	2	7	9	25	0	1			
4	711	35	2	22	0	0	0	76	18	1	2	7	9	25	0	1			
4	732	26	2	1	0	0	0	2	15	1	2	2	5	21	0	0	DECIMOCUARTO ANIVERSARIO.		
4	732	26	2	25	0	0	0	3	19	1	2	2	5	21	0	0	LOS RECURSOS DESESPERADOS DEL PRI. Ahora, ingeniería electoral.	19	3
4	732	26	2	9	0	0	0	4	19	1	2	2	5	21	0	0	ESTADO DE MÉXICO. Una semana caliente.	19	11
4	732	26	2	6	0	0	0	5	19	1	2	2	5	21	0	0	"Por orden del Presidente" Solidaridad. La torilla vale. ¡Provecho!	19	5
4	732	26	2	1	0	0	0	11	19	1	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	2	12	0	0	0	14	19	3	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	1	0	6	0	0	15	19	4	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	2	6	0	0	0	19	19	4	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	2	6	0	0	0	19	19	5	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	2	7	0	0	0	19	19	5	2	2	5	21	0	0			

4	732	26	2	7	0	0	0	31	31	5	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	2	6	0	0	0	31	31	5	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	2	7	0	0	0	33	4	4	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	2	15	0	0	0	39	4	4	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	2	7	0	0	0	39	4	4	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	2	9	0	0	0	47	32	4	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	2	6	0	0	0	47	32	5	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	2	20	0	0	0	47	32	5	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	2	6	0	0	0	51	9	5	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	2	6	0	0	0	51	9	4	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	1	0	2	0	0	51	9	3	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	1	0	15	0	0	62	6	2	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	1	0	129	0	0	63	6	1	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	1	0	116	0	0	65	22	1	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	2	7	0	0	0	67	17	1	2	2	5	21	0	0			
4	732	26	2	22	0	0	0	68	18	1	2	2	5	21	0	0			
4	763	23	2	1	0	0	0	2	15	1	2	2	4	17	0	2	COLOSIO, ÁLVAREZ Y CÁRDENAS. De campaña en Estados Unidos y Canadá.	19	5
4	763	23	2	25	0	0	0	3	19	1	2	2	4	17	0	2	QUE SIEMPRE SÍ. El misterioso caso de Porfirio.	19	6
4	763	23	2	6	0	0	0	4	19	1	2	2	4	17	0	2	APAPACHOS. Pronasol para los periodistas.	19	13
4	763	23	2	7	0	0	0	5	19	1	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	2	9	0	0	0	17	19	1	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	2	7	0	0	0	21	19	4	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	1	0	6	0	0	30	31	4	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	2	7	0	0	0	31	31	1	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	1	0	6	0	0	39	4	4	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	2	9	0	0	0	45	32	3	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	2	7	0	0	0	49	9	2	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	2	6	0	0	0	57	8	5	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	2	6	0	0	0	57	8	5	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	2	23	0	0	0	57	8	5	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	1	0	27	0	0	61	6	1	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	2	6	0	0	0	62	22	5	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	2	5	0	0	0	62	22	5	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	2	6	0	0	0	63	22	4	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	2	6	0	0	0	63	22	4	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	3	0	0	0	94	64	22	1	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	3	0	0	0	94	65	22	1	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	1	0	36	0	0	67	17	1	2	2	4	17	0	2			
4	763	23	2	22	0	0	0	68	18	1	2	2	4	17	0	2			
4	783	24	2	32	0	0	0	2	15	1	2	2	3	21	0	0	QUINCE ANIVERSARIO.		
4	783	24	2	25	0	0	0	3	19	1	2	2	3	21	0	0	TERCER INFORME. EL FUTURO QUE SALINAS QUIERE.	19	33
4	783	24	2	6	0	0	0	4	19	1	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	2	8	0	0	0	5	19	1	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	2	12	0	0	0	11	19	2	2	2	3	21	0	0			

4	783	24	2	6	0	0	0	19	19	4	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	1	0	137	0	0	19	19	5	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	2	5	0	0	0	19	19	5	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	2	7	0	0	0	25	19	4	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	2	6	0	0	0	25	19	4	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	2	7	0	0	0	34	31	5	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	2	8	0	0	0	35	31	1	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	2	7	0	0	0	42	4	3	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	2	6	0	0	0	43	4	4	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	2	17	0	0	0	43	4	4	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	2	7	0	0	0	52	32	4	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	2	9	0	0	0	52	32	4	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	1	0	15	0	0	53	32	3	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	2	7	0	0	0	53	32	5	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	2	6	0	0	0	53	32	5	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	2	17	0	0	0	53	32	5	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	1	0	6	0	0	59	9	4	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	2	7	0	0	0	67	17	1	2	2	3	21	0	0			
4	783	24	2	22	0	0	0	68	18	1	2	2	3	21	0	0			
4	816	22	2	6	0	0	0	2	15	1	2	2	6	16	0	0	12 PÁGINAS, CON 82 CORCHETES SOBRE ENERGÉTICOS. El capítulo secreto del TLC.	19	4
4	816	22	2	9	0	0	0	3	19	1	2	2	6	16	0	0	El gobierno, la DEA y Álvarez Macháin. SÓLO 24 HORAS DE DIGNIDAD.	19	33
4	816	22	2	23	0	0	0	4	19	1	2	2	6	16	0	0	HABLA EL SECUESTRAADOR.	19	21
4	816	22	2	10	0	0	0	5	19	1	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	1	0	5	0	0	15	19	4	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	2	6	0	0	0	15	19	4	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	1	0	31	0	0	24	19	3	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	1	0	137	0	0	25	19	4	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	1	0	137	0	0	25	19	5	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	2	6	0	0	0	25	19	5	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	2	9	0	0	0	41	4	5	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	2	6	0	0	0	41	4	5	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	1	0	6	0	0	47	32	4	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	1	0	2	0	0	59	14	2	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	2	17	0	0	0	63	6	5	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	2	9	0	0	0	63	6	4	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	2	5	0	0	0	64	22	4	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	2	6	0	0	0	64	22	5	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	2	6	0	0	0	64	22	5	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	2	7	0	0	0	65	22	1	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	2	1	0	0	0	67	17	1	2	2	6	16	0	0			
4	816	22	2	22	0	0	0	68	18	1	2	2	6	16	0	0			
4	835	17	1	0	5	0	0	2	15	1	2	2	6	11	0	0	16 ANIVERSARIO.		

4	835	17	2	7	0	0	0	3	19	1	2	2	6	11	0	0	INFORME Y ELECCIONES. SI GANA BUSH, GANA SALINAS. Con Clinton, a empezar de nuevo.	19	26
4	835	17	1	0	25	0	0	4	19	1	2	2	6	11	0	0			
4	835	17	2	9	0	0	0	5	19	1	2	2	6	11	0	0			
4	835	17	1	0	126	0	0	13	19	2	2	2	6	11	0	0			
4	835	17	2	6	0	0	0	16	19	3	2	2	6	11	0	0			
4	835	17	2	1	0	0	0	17	19	1	2	2	6	11	0	0			
4	835	17	1	0	6	0	0	22	19	4	2	2	6	11	0	0			
4	835	17	1	0	32	0	0	23	19	1	2	2	6	11	0	0			
4	835	17	2	6	0	0	0	29	31	3	2	2	6	11	0	0			
4	835	17	2	7	0	0	0	35	4	4	2	2	6	11	0	0			
4	835	17	1	0	132	0	0	49	32	1	2	2	6	11	0	0			
4	835	17	2	15	0	0	0	53	9	4	2	2	6	11	0	0			
4	835	17	2	7	0	0	0	65	6	3	2	2	6	11	0	0			
4	835	17	2	7	0	0	0	66	22	4	2	2	6	11	0	0			
4	835	17	2	32	0	0	0	67	17	1	2	2	6	11	0	0			
4	835	17	2	22	0	0	0	68	18	1	2	2	6	11	0	0			
4	868	19	1	0	31	0	0	2	15	1	2	2	6	13	0	0	Ruffo y Morales Lechuga. LOS MISTERIOS DEL CÁRTEL DE TIJUANA.	19	4
4	868	19	1	0	136	0	0	3	19	1	2	2	6	13	0	0	El gobierno disimula. CÓMO PESA YA LA RECESIÓN.	19	6
4	868	19	2	6	0	0	0	4	19	1	2	2	6	13	0	0			
4	868	19	2	7	0	0	0	5	19	1	2	2	6	13	0	0			
4	868	19	2	6	0	0	0	17	19	4	2	2	6	13	0	0			
4	868	19	2	6	0	0	0	17	19	5	2	2	6	13	0	0			
4	868	19	2	23	0	0	0	27	19	5	2	2	6	13	0	0			
4	868	19	2	23	0	0	0	27	19	5	2	2	6	13	0	0			
4	868	19	1	0	6	0	0	47	32	4	2	2	6	13	0	0			
4	868	19	2	7	0	0	0	51	9	5	2	2	6	13	0	0			
4	868	19	2	18	0	0	0	51	9	5	2	2	6	13	0	0			
4	868	19	2	6	0	0	0	63	6	3	2	2	6	13	0	0			
4	868	19	1	0	17	0	0	63	6	5	2	2	6	13	0	0			
4	868	19	1	0	5	0	0	63	6	5	2	2	6	13	0	0			
4	868	19	2	9	0	0	0	63	6	5	2	2	6	13	0	0			
4	868	19	2	9	0	0	0	65	22	4	2	2	6	13	0	0			
4	868	19	2	7	0	0	0	65	22	4	2	2	6	13	0	0			
4	868	19	2	6	0	0	0	67	17	1	2	2	6	13	0	0			
4	868	19	1	0	5	0	0	68	18	1	2	2	6	13	0	0			
4	888	13	1	0	5	0	0	2	15	1	2	2	5	8	0	0	TLC: Los días decisivos para Salinas	19	31
4	888	13	1	0	25	0	0	3	19	1	2	2	5	8	0	0	PAN: El borrador de su plataforma electoral	19	21
4	888	13	2	29	0	0	0	4	19	1	2	2	5	8	0	0	SAMUEL RUIZ: Las intrigas contra el obispo	19	16
4	888	13	1	0	5	0	0	5	19	1	2	2	5	8	0	0	17 ANIVERSARIO		

4	888	13	2	7	0	0	0	47	32	4	2	2	5	8	0	0			
4	888	13	2	7	0	0	0	47	32	5	2	2	5	8	0	0			
4	888	13	2	16	0	0	0	47	32	5	2	2	5	8	0	0			
4	888	13	2	7	0	0	0	59	9	5	2	2	5	8	0	0			
4	888	13	1	0	67	0	0	62	6	3	2	2	5	8	0	0			
4	888	13	2	25	0	0	0	63	6	4	2	2	5	8	0	0			
4	888	13	1	0	5	0	0	63	6	2	2	2	5	8	0	0			
4	888	13	2	5	0	0	0	67	17	1	2	2	5	8	0	0			
4	888	13	2	12	0	0	0	68	18	1	2	2	5	8	0	0			
4	920	16	2	11	0	0	0	2	15	1	2	1	2	13	1	0	Camacho acusa: EL PRI DOMINADO POR LA INTOLERANCIA	19	4
4	920	16	2	9	0	0	0	3	19	1	2	1	2	13	1	0	Chiapas: PALABRAS DE GUERRA	19	22
4	920	16	2	15	0	0	0	4	19	1	2	1	2	13	1	0	Chiapas: PALABRAS DE GUERRA	4	13
4	920	16	2	6	0	0	0	5	19	1	2	1	2	13	1	0	Menotti habla de la Selección: DE LO QUE HICE A LO QUE HICIERON	6	3
4	920	16	1	0	6	0	0	26	19	4	2	1	2	13	1	0			
4	920	16	2	6	0	0	0	27	19	4	2	1	2	13	1	0			
4	920	16	1	0	24	0	0	27	19	4	2	1	2	13	1	0			
4	920	16	2	25	0	0	0	31	19	4	2	1	2	13	1	0			
4	920	16	2	12	0	0	0	51	4	4	2	1	2	13	1	0			
4	920	16	2	23	0	0	0	59	32	1	2	1	2	13	1	0			
4	920	16	2	6	0	0	0	69	14	3	2	1	2	13	1	0			
4	920	16	2	6	0	0	0	81	22	5	2	1	2	13	1	0			
4	920	16	2	6	0	0	0	81	22	5	2	1	2	13	1	0			
4	920	16	4	0	0	1	0	82	22	1	2	1	2	13	1	0			
4	920	16	2	6	0	0	0	83	17	1	2	1	2	13	1	0			
4	920	16	2	12	0	0	0	84	18	1	2	1	2	13	1	0			
4	940	16	1	0	5	0	0	2	15	1	2	1	8	7	0	1	Salinas disfrazó la realidad TRIUNFALISMO	19	8
4	940	16	2	23	0	0	0	3	19	1	2	1	8	7	0	1	Sacudidas en la prensa. LA REBELDÍA DE REFORMA EXCÉLSIOR SIN LIQUIDEZ	19	12
4	940	16	1	0	34	0	0	18	19	4	2	1	8	7	0	1	Dieciocho aniversario		
4	940	16	2	25	0	0	0	19	19	2	2	1	8	7	0	1			
4	940	16	2	17	0	0	0	41	31	3	2	1	8	7	0	1			
4	940	16	2	6	0	0	0	41	31	5	2	1	8	7	0	1			
4	940	16	2	6	0	0	0	41	31	4	2	1	8	7	0	1			
4	940	16	1	0	137	0	0	42	31	1	2	1	8	7	0	1			
4	940	16	1	0	137	0	0	43	31	1	2	1	8	7	0	1			
4	940	16	3	0	0	0	4	59	32	1	2	1	8	7	0	1			
4	940	16	2	7	0	0	0	64	9	4	2	1	8	7	0	1			
4	940	16	1	0	36	0	0	65	9	1	2	1	8	7	0	1			
4	940	16	1	0	25	0	0	78	44	2	2	1	8	7	0	1			
4	940	16	1	0	37	0	0	79	44	2	2	1	8	7	0	1			
4	940	16	1	0	137	0	0	83	17	1	2	1	8	7	0	1			

4	940	16	2	17	0	0	0	84	18	1	2	1	8	7	0	1			
5	972	26	1	0	5	0	0	2	15	1	2	1	4	22	0	0	El dinero sucio de Ruiz Massieu al detalle, las transacciones en Estados Unidos	19	27
5	972	26	2	6	0	0	0	3	19	1	2	1	4	22	0	0	Documento secreto. Cuando Washington tachó de comunista a Carlos Fuentes.	32	5
5	972	26	2	6	0	0	0	4	19	1	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	1	0	136	0	0	5	19	3	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	1	0	124	0	0	5	19	4	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	1	0	124	0	0	5	19	4	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	15	0	0	0	17	19	5	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	6	0	0	0	17	19	5	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	20	0	0	0	29	19	4	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	29	0	0	0	29	19	5	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	5	0	0	0	29	19	5	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	25	0	0	0	35	19	2	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	6	0	0	0	51	4	3	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	6	0	0	0	64	9	4	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	6	0	0	0	64	9	5	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	16	0	0	0	64	9	5	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	33	0	0	0	65	9	4	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	23	0	0	0	65	9	5	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	16	0	0	0	65	9	5	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	6	0	0	0	73	9	2	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	15	0	0	0	77	6	5	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	6	0	0	0	77	6	4	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	23	0	0	0	81	22	4	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	6	0	0	0	82	19	1	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	21	0	0	0	83	17	1	2	1	4	22	0	0			
5	972	26	2	22	0	0	0	84	18	1	2	1	4	22	0	0			
5	992	26	2	6	0	0	0	2	15	1	2	1	7	13	0	6	Les guste o no les guste... autoritarismo económico.	19	18
5	992	26	1	0	46	0	0	3	19	1	2	1	7	13	0	6	Al servicio de Menm. La sórdida deportación de Gorriarán.	32	7
5	992	26	1	0	4	0	0	4	19	1	2	1	7	13	0	6	19 aniversario		
5	992	26	2	8	0	0	0	5	19	1	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	2	34	0	0	0	11	19	4	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	2	16	0	0	0	16	19	5	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	2	8	0	0	0	16	19	5	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	1	0	136	0	0	17	19	1	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	1	0	5	0	0	31	19	5	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	2	5	0	0	0	31	19	5	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	3	0	0	0	100	40	19	1	2	1	7	13	0	6			

5	992	26	3	0	0	0	100	41	19	1	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	3	0	0	0	100	42	19	1	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	3	0	0	0	100	43	19	1	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	2	15	0	0	0	56	32	5	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	2	6	0	0	0	56	32	5	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	2	29	0	0	0	57	32	4	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	2	20	0	0	0	57	32	4	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	2	7	0	0	0	71	9	4	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	2	7	0	0	0	78	22	3	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	1	0	47	0	0	79	22	1	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	3	0	0	0	101	80	19	1	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	3	0	0	0	101	81	19	1	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	1	0	9	0	0	82	19	1	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	1	0	137	0	0	83	17	1	2	1	7	13	0	6			
5	992	26	2	22	0	0	0	84	18	1	2	1	7	13	0	6			
5	1024	31	2	15	0	0	0	2	15	1	2	7	6	22	0	3	El miedo a Salinas	19	4
5	1024	31	1	0	136	0	0	3	19	1	2	7	6	22	0	3	Encuentro en Irlanda: Castañeda cuenta todo	4	42
5	1024	31	1	0	5	0	0	4	19	1	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	6	0	0	0	5	19	1	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	7	0	0	0	14	19	4	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	5	0	0	0	14	19	5	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	25	0	0	0	14	19	5	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	5	0	0	0	15	19	5	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	5	0	0	0	15	19	4	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	7	0	0	0	23	19	4	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	5	0	0	0	23	19	4	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	8	0	0	0	32	31	4	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	6	0	0	0	32	31	5	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	5	0	0	0	32	31	5	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	22	0	0	0	33	31	3	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	16	0	0	0	33	31	5	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	6	0	0	0	33	31	4	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	25	0	0	0	49	32	2	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	7	0	0	0	54	9	5	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	15	0	0	0	54	9	5	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	1	0	137	0	0	55	9	1	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	11	0	0	0	63	9	1	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	9	0	0	0	70	22	4	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	1	0	29	0	0	71	22	3	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	1	0	132	0	0	71	22	3	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	3	0	0	0	99	72	19	1	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	3	0	0	0	99	73	19	1	2	7	6	22	0	3			

5	1024	31	3	0	0	0	99	74	19	1	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	1	0	137	0	0	75	17	1	2	7	6	22	0	3			
5	1024	31	2	22	0	0	0	76	18	1	2	7	6	22	0	3			
5	1044	33	2	3	0	0	0	2	15	1	2	7	9	23	0	1	México convulso. El peso, la reforma electoral, Raúl, Córdoba, el EPR, el nuevo pacto...	19	41
5	1044	33	2	33	0	0	0	200	19	1	2	7	9	23	0	1	Los premios nacionales 1996: la televisión mexicana, intolerable.	19	6
5	1044	33	1	0	136	0	0	200	19	1	2	7	9	23	0	1	20 aniversario		
5	1044	33	2	6	0	0	0	4	19	1	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	28	0	0	0	5	19	1	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	1	0	137	0	0	12	19	1	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	6	0	0	0	13	19	1	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	1	0	29	0	0	19	19	1	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	1	0	137	0	0	28	19	3	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	1	0	33	0	0	29	19	1	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	3	0	0	0	98	33	19	1	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	15	0	0	0	51	32	3	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	4	0	0	0	52	32	4	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	6	0	0	0	52	32	5	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	12	0	0	0	52	32	5	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	8	0	0	0	53	32	1	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	5	0	0	0	69	6	5	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	20	0	0	0	69	6	5	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	7	0	0	0	69	6	5	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	7	0	0	0	70	22	5	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	5	0	0	0	70	22	5	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	12	0	0	0	71	22	4	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	19	0	0	0	71	22	5	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	12	0	0	0	71	22	5	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	20	0	0	0	72	22	5	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	5	0	0	0	72	22	5	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	1	0	15	0	0	72	22	4	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	1	0	137	0	0	73	22	1	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	1	0	5	0	0	74	19	1	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	15	0	0	0	75	19	1	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	32	0	0	0	76	19	1	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	1	0	5	0	0	77	17	1	2	7	9	23	0	1			
5	1044	33	2	22	0	0	0	78	18	1	2	7	9	23	0	1			
5	1077	27	2	10	0	0	0	2	15	1	2	1	10	16	0	1	La agonía del sistema	19	5
5	1077	27	2	9	0	0	0	3	19	1	2	1	10	16	0	1	Madrazo a Salinas: No es voluntario, debe comparecer	19	9
5	1077	27	1	0	136	0	0	4	19	1	2	1	10	16	0	1	Paulina a Madrazo: Contra Raúl, acoso político	19	9

5	1077	27	2	6	0	0	0	5	19	1	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	3	0	0	0	97	11	19	1	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	2	34	0	0	0	17	19	1	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	2	5	0	0	0	23	19	5	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	2	16	0	0	0	23	19	5	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	2	4	0	0	0	28	19	4	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	1	0	5	0	0	29	19	1	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	1	0	67	0	0	35	19	1	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	1	0	137	0	0	42	31	3	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	1	0	130	0	0	43	31	1	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	1	0	29	0	0	48	4	4	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	2	6	0	0	0	48	4	5	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	2	23	0	0	0	63	32	3	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	2	16	0	0	0	71	9	5	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	1	0	40	0	0	71	9	4	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	1	0	137	0	0	72	9	1	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	1	0	137	0	0	73	9	1	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	2	6	0	0	0	79	6	5	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	2	16	0	0	0	79	6	5	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	2	9	0	0	0	79	6	2	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	1	0	18	0	0	81	22	3	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	2	23	0	0	0	82	19	1	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	2	2	0	0	0	83	17	1	2	1	10	16	0	1			
5	1077	27	2	1	0	0	0	84	18	1	2	1	10	16	0	1			
5	1096	36	4	0	0	6	0	200	15	1	2	8	10	23	2	1	Caso Lankenau. Todos bajo sospecha.	19	7
5	1096	36	2	31	0	0	0	200	19	1	2	8	10	23	2	1	Procurador, abogados y jueces. El pleito por la justicia.	19	40
5	1096	36	2	2	0	0	0	200	19	1	2	8	10	23	2	1	21 aniversario		
5	1096	36	2	21	0	0	0	200	19	1	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	1	0	5	0	0	200	19	1	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	10	0	0	0	200	19	1	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	1	0	134	0	0	20	19	3	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	12	0	0	0	21	19	1	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	14	0	0	0	26	19	3	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	4	0	0	6	0	27	19	1	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	3	0	0	0	96	34	19	3	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	21	0	0	0	35	19	3	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	1	0	29	0	0	38	31	4	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	1	0	15	0	0	40	31	4	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	20	0	0	0	42	31	3	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	6	0	0	0	44	31	5	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	7	0	0	0	44	31	5	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	7	0	0	0	45	19	1	2	8	10	23	2	1			

5	1096	36	2	14	0	0	0	50	4	4	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	5	0	0	0	50	4	4	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	1	0	137	0	0	51	19	1	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	1	0	29	0	0	58	31	5	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	7	0	0	0	58	31	3	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	1	0	10	0	0	59	19	1	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	1	0	67	0	0	66	9	3	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	1	0	137	0	0	67	9	2	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	7	0	0	0	75	9	3	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	1	0	136	0	0	79	19	1	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	5	0	0	0	81	22	5	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	20	0	0	0	81	22	5	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	6	0	0	0	81	22	4	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	23	0	0	0	82	19	1	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	21	0	0	0	83	19	1	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	8	0	0	0	84	19	1	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	1	0	0	0	85	17	1	2	8	10	23	2	1			
5	1096	36	2	11	0	0	0	86	18	1	2	8	10	23	2	1			
5	1129	28	2	2	0	0	0	200	15	1	2	1	6	21	0	1	Silencio funesto	19	38
5	1129	28	2	9	0	0	0	200	19	1	2	1	6	21	0	1	Rebelión priísta contra el Fobaproa	19	4
5	1129	28	1	0	66	0	0	200	19	1	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	9	0	0	0	200	19	1	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	1	0	67	0	0	200	19	1	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	10	0	0	0	200	19	1	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	6	0	0	0	12	19	3	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	9	0	0	0	13	19	3	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	12	0	0	0	19	19	2	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	20	0	0	0	24	19	3	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	14	0	0	0	34	19	4	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	10	0	0	0	37	19	1	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	20	0	0	0	43	19	3	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	1	0	5	0	0	44	19	1	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	20	0	0	0	52	3	4	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	3	0	0	0	95	53	3	1	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	7	0	0	0	67	9	4	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	23	0	0	0	67	9	4	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	5	0	0	0	71	7	5	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	15	0	0	0	71	7	5	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	1	0	41	0	0	72	7	1	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	1	0	41	0	0	73	7	1	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	7	0	0	0	79	6	4	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	5	0	0	0	79	6	5	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	1	0	136	0	0	81	19	1	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	8	0	0	0	82	19	1	2	1	6	21	0	1			

5	1129	28	2	1	0	0	0	83	17	1	2	1	6	21	0	1			
5	1129	28	2	11	0	0	0	84	18	1	2	1	6	21	0	1			
5	1149	30	2	2	0	0	0	200	15	1	2	2	13	16	1	0	Gurría, freno, apretón y porrazo	19	20
5	1149	30	1	0	29	0	0	200	19	1	2	2	13	16	1	0	La demanda por difamación. Carreño: Hasta donde den las leyes. Alemán: Ya perdió	19	18
5	1149	30	2	12	0	0	0	200	19	1	2	2	13	16	1	0	22 aniversario		
5	1149	30	1	0	5	0	0	3	19	1	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	1	0	41	0	0	4	19	1	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	1	0	116	0	0	5	19	1	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	2	6	0	0	0	10	19	4	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	1	0	137	0	0	11	19	1	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	1	0	11	0	0	17	19	1	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	2	21	0	0	0	23	19	3	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	2	6	0	0	0	30	2	3	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	1	0	17	0	0	31	2	3	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	2	2	0	0	0	200	4	1	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	1	0	136	0	0	200	4	1	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	2	11	0	0	0	200	4	1	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	1	0	66	0	0	200	4	1	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	2	31	0	0	0	45	19	4	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	2	6	0	0	0	45	19	4	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	2	20	0	0	0	45	19	4	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	1	0	0	6	0	63	19	5	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	1	0	25	0	0	63	19	5	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	1	0	67	0	0	63	19	4	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	1	0	5	0	0	63	19	4	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	2	6	0	0	0	64	19	4	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	2	5	0	0	0	64	19	4	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	2	9	0	0	0	64	19	2	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	1	0	29	0	0	65	19	1	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	2	10	0	0	0	66	19	1	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	2	1	0	0	0	67	17	1	2	2	13	16	1	0			
5	1149	30	2	11	0	0	0	68	18	1	2	2	13	16	1	0			
5	1181	40	2	3	0	0	0	200	15	1	2	8	7	27	5	1	UNAM: Los ultras	19	6
5	1181	40	2	10	0	0	0	200	19	1	2	8	7	27	5	1	Negligencia en Puebla: patrimonio perdido	9	33
5	1181	40	2	20	0	0	0	200	19	1	2	8	7	27	5	1	Los hilos de la trama Hank-Maseca-Narco	19	13
5	1181	40	2	6	0	0	0	3	19	1	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	1	0	136	0	0	4	19	1	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	4	0	0	4	0	5	19	1	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	22	0	0	0	15	19	4	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	11	0	0	0	20	19	3	2	8	7	27	5	1			

5	1181	40	2	11	0	0	0	21	19	3	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	6	0	0	0	27	19	4	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	5	0	0	0	27	19	5	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	8	0	0	0	27	19	5	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	1	0	116	0	0	36	2	3	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	3	0	0	0	92	37	19	1	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	20	0	0	0	42	4	5	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	5	0	0	0	42	4	5	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	9	0	0	0	200	4	1	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	2	0	0	0	200	4	1	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	2	0	0	0	200	4	1	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	6	0	0	0	200	4	1	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	1	0	113	0	0	51	3	4	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	1	0	113	0	0	53	3	4	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	5	0	0	0	59	9	5	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	8	0	0	0	59	9	5	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	8	0	0	0	59	9	4	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	10	0	0	0	67	19	1	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	12	0	0	0	73	19	1	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	6	0	0	0	76	19	4	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	6	0	0	0	76	19	4	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	1	0	5	0	0	76	19	4	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	8	0	0	0	77	19	3	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	8	0	0	0	77	19	3	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	4	0	0	12	0	78	19	1	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	4	0	0	12	0	79	19	1	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	4	0	0	12	0	80	19	1	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	4	0	0	12	0	81	19	1	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	1	0	66	0	0	83	19	1	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	1	0	131	0	0	84	19	1	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	11	0	0	0	85	17	1	2	8	7	27	5	1			
5	1181	40	2	11	0	0	0	86	18	1	2	8	7	27	5	1			
5	1201	28	2	2	0	0	0	200	15	1	2	8	11	14	0	3	23 Aniversario.		
5	1201	28	1	0	137	0	0	200	19	1	2	8	11	14	0	3	Fin de la comedia	19	18
5	1201	28	2	12	0	0	0	200	19	1	2	8	11	14	0	3	Los Hank y el narco: investigación en Washington	19	6
5	1201	28	2	10	0	0	0	3	19	1	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	1	0	5	0	0	4	19	1	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	1	0	41	0	0	5	19	1	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	1	0	5	0	0	13	19	4	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	1	0	29	0	0	25	46	4	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	2	21	0	0	0	30	63	4	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	1	0	5	0	0	31	63	4	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	2	5	0	0	0	38	4	5	2	8	11	14	0	3			

5	1201	28	2	29	0	0	0	38	4	5	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	3	0	0	0	90	40	19	1	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	3	0	0	0	90	41	19	1	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	3	0	0	0	91	55	19	1	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	1	0	129	0	0	60	11	3	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	2	6	0	0	0	61	11	4	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	1	0	25	0	0	61	11	4	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	2	7	0	0	0	65	9	5	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	2	23	0	0	0	65	9	5	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	1	0	137	0	0	72	9	3	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	2	10	0	0	0	73	19	1	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	1	0	130	0	0	79	19	1	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	1	0	137	0	0	82	19	1	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	2	10	0	0	0	83	19	1	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	2	2	0	0	0	84	19	1	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	2	8	0	0	0	85	17	1	2	8	11	14	0	3			
5	1201	28	2	15	0	0	0	86	18	1	2	8	11	14	0	3			
5	1233	40	2	10	0	0	0	200	15	1	2	5	10	28	2	0	Elecciones a prueba: LAS DUDAS	45	23
5	1233	40	2	11	0	0	0	1	19	1	2	5	10	28	2	0		50	24
5	1233	40	2	26	0	0	0	2	19	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	1	0	38	0	0	3	19	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	1	0	39	0	0	4	19	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	10	0	0	0	5	19	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	4	0	0	5	0	6	19	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	9	0	0	0	7	19	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	15	0	0	0	8	19	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	15	0	0	0	9	19	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	20	0	0	0	23	45	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	26	0	0	0	35	50	4	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	26	0	0	0	35	50	4	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	8	0	0	0	39	46	4	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	10	0	0	0	43	36	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	1	0	40	0	0	50	3	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	2	0	0	0	200	3	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	10	0	0	0	200	3	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	10	0	0	0	200	3	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	2	0	0	0	200	3	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	15	0	0	0	51	3	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	5	0	0	0	57	4	5	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	9	0	0	0	57	4	5	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	6	0	0	0	59	4	4	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	25	0	0	0	60	4	5	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	6	0	0	0	60	4	5	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	6	0	0	0	64	3	5	2	5	10	28	2	0			

5	1233	40	2	7	0	0	0	67	3	5	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	1	0	137	0	0	67	3	5	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	1	0	29	0	0	78	9	4	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	1	0	136	0	0	79	9	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	6	0	0	0	81	9	3	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	9	0	0	0	87	14	4	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	1	0	29	0	0	87	14	4	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	1	0	41	0	0	95	6	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	4	0	0	6	0	98	22	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	21	0	0	0	99	22	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	1	0	42	0	0	100	22	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	1	0	43	0	0	101	17	1	2	5	10	28	2	0			
5	1233	40	2	11	0	0	0	102	18	1	2	5	10	28	2	0			
5	1253	41	2	2	0	0	0	200	15	1	2	6	13	25	3	0	La llamada "inexistente"	47	25
5	1253	41	2	10	0	0	0	1	19	1	2	6	13	25	3	0	Contacto México-Colombia. Drogas por armas	35	11
5	1253	41	1	0	43	0	0	2	19	1	2	6	13	25	3	0	Fox y Martha Sahagún: Peor, imposible	48	3
5	1253	41	1	0	41	0	0	3	19	1	2	6	13	25	3	0	24 aniversario		
5	1253	41	1	0	44	0	0	4	19	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	10	0	0	0	5	19	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	4	0	0	4	0	6	19	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	4	0	0	4	0	7	19	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	15	0	0	0	17	47	4	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	1	0	45	0	0	21	47	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	3	0	0	0	27	48	2	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	4	0	0	4	0	31	39	4	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	5	0	0	0	31	39	4	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	6	0	0	0	39	49	2	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	1	0	137	0	0	45	36	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	1	0	48	0	0	49	35	2	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	8	0	0	0	50	35	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	10	0	0	0	200	35	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	1	0	3	0	0	200	35	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	1	0	7	0	0	200	35	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	9	0	0	0	200	35	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	9	0	0	0	200	35	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	1	0	0	0	200	35	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	1	0	50	0	0	200	35	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	1	0	136	0	0	200	35	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	6	0	0	0	58	4	5	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	5	0	0	0	58	4	5	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	1	0	29	0	0	65	3	4	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	6	0	0	0	73	9	3	2	6	13	25	3	0			

5	1253	41	1	0	137	0	0	79	42	5	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	6	0	0	0	79	42	4	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	6	0	0	0	83	51	4	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	8	0	0	0	83	51	4	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	1	0	51	0	0	87	14	3	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	6	0	0	0	93	6	5	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	5	0	0	0	93	6	5	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	8	0	0	0	98	22	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	1	0	0	0	99	22	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	10	0	0	0	100	22	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	7	0	0	0	101	17	1	2	6	13	25	3	0			
5	1253	41	2	26	0	0	0	102	18	1	2	6	13	25	3	0			
6	1285	27	2	2	0	0	0	200	15	1	2	8	6	17	1	3	Secretos de campaña. El producto Fox	66	30
6	1285	27	2	10	0	0	0	200	19	1	2	8	6	17	1	3	El PAN adoctrina niños	39	4
6	1285	27	2	6	0	0	0	200	19	1	2	8	6	17	1	3	Definitivo, no habrá comisión de la verdad: Creel	39	4
6	1285	27	2	9	0	0	0	3	19	1	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	2	10	0	0	0	4	19	1	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	3	0	0	0	87	5	19	1	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	2	6	0	0	0	15	61	4	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	2	29	0	0	0	15	61	4	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	1	0	14	0	0	31	73	3	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	1	0	108	0	0	35	19	1	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	2	6	0	0	0	42	3	4	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	2	1	0	0	0	200	19	1	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	2	2	0	0	0	200	19	1	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	1	0	66	0	0	200	19	1	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	2	2	0	0	0	200	19	1	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	1	0	136	0	0	43	19	1	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	2	5	0	0	0	49	4	5	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	2	5	0	0	0	49	4	5	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	2	5	0	0	0	59	3	5	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	2	23	0	0	0	59	3	5	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	3	0	0	0	88	71	19	1	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	3	0	0	0	89	81	19	1	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	1	0	41	0	0	82	19	1	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	1	0	44	0	0	83	19	1	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	2	10	0	0	0	84	19	1	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	4	0	0	7	0	85	17	1	2	8	6	17	1	3			
6	1285	27	2	9	0	0	0	86	18	1	2	8	6	17	1	3			
6	1305	39	2	2	0	0	0	200	15	1	2	9	12	25	1	1	"Máxima Seguridad", libro de Julio Scherer García: Gutiérrez Rebollo desnuda a Zedillo	35	7

6	1305	39	2	10	0	0	0	200	19	1	2	9	12	25	1	1	Documenta la CNDH 200 asesinatos políticos	71	24
6	1305	39	2	12	0	0	0	200	19	1	2	9	12	25	1	1	25 aniversario		
6	1305	39	2	1	0	0	0	200	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	10	0	0	0	200	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	10	0	0	0	200	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	21	0	0	0	200	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	6	0	0	0	3	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	10	0	0	0	4	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	1	0	65	0	0	5	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	3	0	0	0	21	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	6	0	0	0	33	62	4	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	1	0	29	0	0	33	62	4	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	1	0	112	0	0	41	3	2	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	1	0	137	0	0	42	3	4	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	8	0	0	0	43	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	3	0	0	0	44	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	4	0	0	7	0	45	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	1	0	5	0	0	51	26	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	8	0	0	0	55	26	4	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	1	0	41	0	0	56	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	33	0	0	0	57	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	1	0	7	0	0	58	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	5	0	0	0	71	59	5	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	10	0	0	0	71	59	5	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	6	0	0	0	75	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	9	0	0	0	81	9	5	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	20	0	0	0	81	9	5	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	1	0	112	0	0	87	9	3	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	3	0	0	0	86	89	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	7	0	0	0	93	6	4	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	1	0	125	0	0	95	6	5	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	8	0	0	0	95	6	5	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	1	0	5	0	0	97	22	3	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	8	0	0	0	98	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	4	0	0	0	99	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	1	0	136	0	0	100	19	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	1	0	113	0	0	101	17	1	2	9	12	25	1	1			
6	1305	39	2	1	0	0	0	102	18	1	2	9	12	25	1	1			
6	1337	33	2	21	0	0	0	200	15	1	2	8	10	23	0	0	Los fondos Foxistas: Cerrojazo a la Investigación	69	5
6	1337	33	2	10	0	0	0	200	19	1	2	8	10	23	0	0	Carlota Robinson: La dama de los millones	69	4
6	1337	33	2	14	0	0	0	200	19	1	2	8	10	23	0	0	Archivos de la SEDENA: Ni rastro de Tlatelolco	70	2

6	1337	33	2	9	0	0	0	3	19	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	1	0	136	0	0	5	19	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	15	0	0	0	17	19	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	1	0	115	0	0	34	4	4	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	6	0	0	0	37	26	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	1	0	122	0	0	39	26	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	1	0	69	0	0	40	26	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	6	0	0	0	42	26	5	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	4	0	0	0	200	26	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	6	0	0	0	200	26	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	19	0	0	0	200	26	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	1	0	66	0	0	200	26	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	1	0	5	0	0	43	26	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	6	0	0	0	45	26	4	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	6	0	0	0	45	26	4	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	1	0	42	0	0	46	26	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	9	0	0	0	49	26	4	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	1	0	53	0	0	50	19	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	1	0	123	0	0	51	19	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	6	0	0	0	55	3	3	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	8	0	0	0	57	3	4	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	6	0	0	0	59	3	4	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	1	0	5	0	0	59	3	4	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	6	0	0	0	63	3	4	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	20	0	0	0	69	9	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	8	0	0	0	82	19	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	1	0	0	0	83	19	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	3	0	0	0	84	19	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	6	0	0	0	85	17	1	2	8	10	23	0	0			
6	1337	33	2	11	0	0	0	86	18	1	2	8	10	23	0	0			
6	1357	35	1	0	41	0	0	200	15	1	2	9	15	17	0	3	Purga Militar	35	36
6	1357	35	2	23	0	0	0	200	19	1	2	9	15	17	0	3	La DEA invade México	35	37
6	1357	35	1	0	27	0	0	13	35	4	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	3	0	0	0	81	21	35	1	2	9	15	17	0	3	26 aniversario		
6	1357	35	2	16	0	0	0	26	35	5	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	1	0	136	0	0	27	19	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	1	0	26	0	0	33	39	2	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	2	6	0	0	0	37	4	4	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	1	0	12	0	0	42	19	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	1	0	5	0	0	43	19	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	2	6	0	0	0	44	19	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	1	0	113	0	0	47	26	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	2	6	0	0	0	49	26	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	2	8	0	0	0	50	26	4	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	2	2	0	0	0	200	19	1	2	9	15	17	0	3			

6	1357	35	2	1	0	0	0	200	19	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	2	1	0	0	0	200	19	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	2	14	0	0	0	200	19	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	2	6	0	0	0	53	3	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	2	12	0	0	0	54	3	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	2	10	0	0	0	57	3	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	1	0	107	0	0	58	3	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	1	0	137	0	0	63	3	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	2	8	0	0	0	70	3	5	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	1	0	118	0	0	71	3	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	1	0	96	0	0	75	9	4	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	2	6	0	0	0	75	9	4	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	1	0	137	0	0	77	9	4	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	1	0	119	0	0	95	6	3	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	3	0	0	0	82	97	19	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	3	0	0	0	83	98	19	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	1	0	44	0	0	99	19	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	1	0	35	0	0	100	19	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	2	9	0	0	0	101	17	1	2	9	15	17	0	3			
6	1357	35	2	11	0	0	0	102	18	1	2	9	15	17	0	3			
6	1390	22	1	0	112	0	0	200=Página no numerada	15	1	2	8	6	13	1	2	La burda campaña del PAN-Gobierno	39	19
6	1390	22	2	10	0	0	0	200=Página no numerada	19	1	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	1	0	116	0	0	200=Página no numerada	19	1	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	2	7	0	0	0	3	19	1	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	3	0	0	0	80	15	39	1	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	2	15	0	0	0	25	35	4	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	3	0	0	0	80	31	19	1	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	2	8	0	0	0	34	3	4	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	1	0	136	0	0	35	19	1	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	2	14	0	0	0	43	19	1	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	2	14	0	0	0	50	3	3	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	3	0	0	11	0	63	9	1	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	1	0	117	0	0	69	9	3	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	2	16	0	0	0	75	7	5	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	1	0	34	0	0	75	7	5	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	2	8	0	0	0	79	6	3	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	2	8	0	0	0	81	22	5	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	2	8	0	0	0	82	19	1	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	2	14	0	0	0	83	19	1	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	2	10	0	0	0	84	19	1	2	8	6	13	1	2			

6	1390	22	1	0	44	0	0	85	17	1	2	8	6	13	1	2			
6	1390	22	2	11	0	0	0	86	18	1	2	8	6	13	1	2			
6	1409	20	1	0	35	0	0	2	15	1	2	1	7	13	0	0	Los 11 ministros: quién es quién	35	3
6	1409	20	2	19	0	0	0	200=Página no numerada	19	1	2	1	7	13	0	0	La Corte no está por encima del pueblo	35	11
6	1409	20	2	2	0	0	0	200=Página no numerada	19	1	2	1	7	13	0	0	27 aniversario		
6	1409	20	1	0	111	0	0	3	19	1	2	1	7	13	0	0			
6	1409	20	1	0	60	0	0	15	35	1	2	1	7	13	0	0			
6	1409	20	1	0	5	0	0	21	35	4	2	1	7	13	0	0			
6	1409	20	2	23	0	0	0	27	19	1	2	1	7	13	0	0			
6	1409	20	2	7	0	0	0	33	71	1	2	1	7	13	0	0			
6	1409	20	1	0	113	0	0	34	71	1	2	1	7	13	0	0			
6	1409	20	2	14	0	0	0	38	3	3	2	1	7	13	0	0			
6	1409	20	2	14	0	0	0	39	3	1	2	1	7	13	0	0			
6	1409	20	2	9	0	0	0	45	3	1	2	1	7	13	0	0			
6	1409	20	2	14	0	0	0	51	3	1	2	1	7	13	0	0			
6	1409	20	2	8	0	0	0	54	3	2	2	1	7	13	0	0			
6	1409	20	2	10	0	0	0	55	19	1	2	1	7	13	0	0			
6	1409	20	2	14	0	0	0	58	4	1	2	1	7	13	0	0			
6	1409	20	2	10	0	0	0	63	19	1	2	1	7	13	0	0			
6	1409	20	2	8	0	0	0	82	22	5	2	1	7	13	0	0			
6	1409	20	1	0	107	0	0	83	17	1	2	1	7	13	0	0			
6	1409	20	1	0	136	0	0	84	18	1	2	1	7	13	0	0			
6	1442	22	1	0	57	0	0	2	15	1	2	1	8	10	0	4	Va con todo	39	5
6	1442	22	2	6	0	0	0	3	19	1	2	1	8	10	0	4	La marcha de El Yunque	39	26
6	1442	22	3	0	0	0	75	4	19	1	2	1	8	10	0	4	SEDENA vs VIH. Batalla perdida	68	3
6	1442	22	1	0	35	0	0	5	19	1	2	1	8	10	0	4	La mafia en el futbol	6	3
6	1442	22	3	0	0	0	76	15	39	1	2	1	8	10	0	4			
6	1442	22	3	0	0	0	77	22	19	1	2	1	8	10	0	4			
6	1442	22	3	0	0	0	77	23	19	1	2	1	8	10	0	4			
6	1442	22	1	0	105	0	0	31	19	1	2	1	8	10	0	4			
6	1442	22	2	6	0	0	0	35	19	1	2	1	8	10	0	4			
6	1442	22	1	0	5	0	0	39	3	1	2	1	8	10	0	4			
6	1442	22	1	0	137	0	0	40	3	1	2	1	8	10	0	4			
6	1442	22	2	6	0	0	0	41	3	4	2	1	8	10	0	4			
6	1442	22	1	0	136	0	0	43	3	1	2	1	8	10	0	4			
6	1442	22	2	9	0	0	0	47	3	1	2	1	8	10	0	4			
6	1442	22	2	6	0	0	0	48	3	4	2	1	8	10	0	4			
6	1442	22	2	14	0	0	0	49	19	1	2	1	8	10	0	4			
6	1442	22	2	8	0	0	0	50	19	1	2	1	8	10	0	4			
6	1442	22	1	0	112	0	0	63	4	5	2	1	8	10	0	4			
6	1442	22	2	8	0	0	0	63	4	5	2	1	8	10	0	4			
6	1442	22	2	14	0	0	0	67	9	1	2	1		10	0	4			

6	1442	22	1	0	44	0	0	83	17	1	2	1		10	0	4			
6	1442	22	2	33	0	0	0	84	18	1	2	1	8	10	0	4			
6	1462	23	1	0	113	0	0	2	15	1	2	3	11	9	1	2	PEMEX. Premio a la corrupción. Ramirez Corso, el aliado de Creel	28	12
6	1462	23	2	1	0	0	0	3	19	1	2	3	11	9	1	2	Julio Scherer García: a propósito de Gabo	19	4
6	1462	23	1	0	114	0	0	13	28	1	2	3	11	9	1	2	28 aniversario		
6	1462	23	3	0	0	0	72	21	19	1	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	3	0	0	0	74	31	35	1	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	2	8	0	0	0	43	19	1	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	1	0	136	0	0	47	3	1	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	2	32	0	0	0	48	3	3	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	2	32	0	0	0	49	3	3	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	1	0	109	0	0	50	3	3	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	1	0	138	0	0	51	3	1	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	4	0	0	6	0	53	3	4	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	1	0	13	0	0	54	3	4	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	1	0	69	0	0	55	3	1	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	2	14	0	0	0	56	3	1	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	1	0	137	0	0	65	4	4	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	1	0	5	0	0	67	4	1	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	2	8	0	0	0	68	4	1	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	1	0	112	0	0	69	4	5	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	2	8	0	0	0	69	4	5	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	2	6	0	0	0	73	41	4	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	1	0	115	0	0	99	17	1	2	3	11	9	1	2			
6	1462	23	2	6	0	0	0	100	18	1	2	3	11	9	1	2			
6	1494	17	1	0	110	0	0	2	15	1	2	3	8	8	0	1	Ahora, lavado y narcotráfico	35	30
6	1494	17	2	6	0	0	0	3	19	1	2	3	8	8	0	1	Cómo están acabando con Creel	39	4
6	1494	17	2	6	0	0	0	13	67	2	2	3	8	8	0	1	Ya casi...	35	8
6	1494	17	1	0	111	0	0	33	56	4	2	3	8	8	0	1			
6	1494	17	1	0	5	0	0	43	19	1	2	3	8	8	0	1			
6	1494	17	1	0	42	0	0	47	3	1	2	3	8	8	0	1			
6	1494	17	1	0	136	0	0	49	3	1	2	3	8	8	0	1			
6	1494	17	1	0	105	0	0	53	3	1	2	3	8	8	0	1			
6	1494	17	2	6	0	0	0	54	3	3	2	3	8	8	0	1			
6	1494	17	2	10	0	0	0	55	3	1	2	3	8	8	0	1			
6	1494	17	3	0	0	0	71	58	3	1	2	3	8	8	0	1			
6	1494	17	1	0	112	0	0	67	4	5	2	3	8	8	0	1			
6	1494	17	2	8	0	0	0	67	4	5	2	3	8	8	0	1			
6	1494	17	2	8	0	0	0	71	19	1	2	3	8	8	0	1			
6	1494	17	2	8	0	0	0	98	19	1	2	3	8	8	0	1			
6	1494	17	1	0	7	0	0	99	17	1	2	3	8	8	0	1			
6	1494	17	2	11	0	0	0	100	18	1	2	3	8	8	0	1			
6	1514	23	1	0	57	0	0	2	15	1	2	3	8	13	1	1	Julio Scherer García	66	4

6	1514	23	4	0	0	9	0	3	19	1	2	3	8	13	1	1	(Libro. La pareja: IMAGEN)		
6	1514	23	2	6	0	0	0	13	61	2	2	3	8	13	1	1	29 años		
6	1514	23	2	6	0	0	0	15	61	2	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	2	6	0	0	0	19	65	3	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	1	0	26	0	0	25	39	4	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	1	0	29	0	0	28	66	4	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	2	1	0	0	0	29	66	4	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	3	0	0	0	70	31	19	1	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	1	0	5	0	0	35	19	1	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	1	0	5	0	0	39	11	1	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	2	8	0	0	0	41	11	3	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	2	8	0	0	0	42	11	3	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	2	2	0	0	0	43	19	1	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	1	0	136	0	0	49	26	1	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	1	0	36	0	0	55	3	1	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	2	14	0	0	0	59	19	1	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	2	21	0	0	0	63	4	1	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	1	0	109	0	0	65	4	1	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	2	1	0	0	0	66	4	1	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	2	8	0	0	0	69	4	1	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	2	1	0	0	0	99	17	1	2	3	8	13	1	1			
6	1514	23	2	19	0	0	0	100	18	1	2	3	8	13	1	1			
6	1546	21	1	0	5	0	0	2	15	1	3	1	6	11	2	2	El cuñado letal. Encubrimiento fallido. Alarma en Los Pinos	34	8
6	1546	21	2	19	0	0	0	3	19	1	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	1	0	22	0	0	15	34	1	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	3	0	0	0	11	19	34	1	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	4	0	0	2	0	23	34	1	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	2	7	0	0	0	29	35	1	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	3	0	0	0	1	33	36	1	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	1	0	23	0	0	37	36	1	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	2	9	0	0	0	40	36	3	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	2	6	0	0	0	41	36	3	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	1	0	5	0	0	42	36	4	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	1	0	24	0	0	VII	37	3	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	2	7	0	0	0	VIII	37	3	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	2	10	0	0	0	IX	37	1	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	2	10	0	0	0	XVI	37	1	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	1	0	17	0	0	47	3	4	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	2	10	0	0	0	50	3	1	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	2	8	0	0	0	59	4	3	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	4	0	0	2	0	81	22	1	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	2	20	0	0	0	83	17	1	3	1	6	11	2	2			
6	1546	21	2	19	0	0	0	84	18	1	3	1	6	11	2	2			
6	1566	24	2	21	0	0	0	2	15	1	3	3	8	14	1	1	La APPO	38	18

6	1566	24	1	0	25	0	0	3	19	1	3	3	8	14	1	1	Treinta Años entre querellas	43	4
6	1566	24	2	6	0	0	0	13	38	5	3	3	8	14	1	1	Treinta Aniversario		
6	1566	24	1	0	26	0	0	20	39	4	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	1	0	27	0	0	21	39	1	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	2	15	0	0	0	29	39	3	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	2	6	0	0	0	30	39	4	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	3	0	0	0	12	31	39	1	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	4	0	0	4	0	35	3	1	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	1	0	28	0	0	45	40	1	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	2	11	0	0	0	49	26	1	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	1	0	5	0	0	53	3	1	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	1	0	29	0	0	65	4	4	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	2	7	0	0	0	67	4	1	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	2	9	0	0	0	70	41	3	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	1	0	138	0	0	71	41	3	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	1	0	30	0	0	75	9	3	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	2	6	0	0	0	79	9	3	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	2	10	0	0	0	85	42	1	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	2	6	0	0	0	92	6	3	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	2	10	0	0	0	93	6	1	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	2	7	0	0	0	96	22	4	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	2	14	0	0	0	97	22	1	3	3	8	14	1	1			
6	1566	24	2	22	0	0	0	99	17	1	3	3	8	14	1	1			
7	1598	16	2	19	0	0	0	2	15	1	3	1	6	9	0	1	La terca memoria. El nuevo libro de Julio Scherer García	26	6
7	1598	16	1	0	5	0	0	3	19	1	3	1	6	9	0	1	Caso Sinaloa: Justicia Civil contra Justicia Militar	35	5
7	1598	16	2	6	0	0	0	17	19	1	3	1	6	9	0	1			
7	1598	16	1	0	66	0	0	21	56	1	3	1	6	9	0	1			
7	1598	16	2	8	0	0	0	22	56	3	3	1	6	9	0	1			
7	1598	16	3	0	0	0	69	23	19	1	3	1	6	9	0	1			
7	1598	16	1	0	27	0	0	27	39	1	3	1	6	9	0	1			
7	1598	16	1	0	96	0	0	29	39	5	3	1	6	9	0	1			
7	1598	16	2	8	0	0	0	33	41	3	3	1	6	9	0	1			
7	1598	16	1	0	5	0	0	43	3	1	3	1	6	9	0	1			
7	1598	16	2	9	0	0	0	49	19	1	3	1	6	9	0	1			
7	1598	16	2	8	0	0	0	63	9	1	3	1	6	9	0	1			
7	1598	16	2	10	0	0	0	67	9	1	3	1	6	9	0	1			
7	1598	16	2	29	0	0	0	71	19	1	3	1	6	9	0	1			
7	1598	16	1	0	7	0	0	83	17	1	3	1	6	9	0	1			
7	1598	16	2	11	0	0	0	84	18	1	3	1	6	9	0	1			
7	1618	22	2	31	0	0	0	2	15	1	2	3	12	9	0	1	Ya nos llovió la...	26	7
7	1618	22	1	0	7	0	0	3	19	1	2	3	12	9	0	1	Los Bribiesca, también en Cancún	65	5
7	1618	22	1	0	108	0	0	11	64	1	2	3	12	9	0	1	31 Aniversario		
7	1618	22	1	0	29	0	0	21	19	1	2	3	12	9	0	1			
7	1618	22	1	0	139	0	0	27	39	5	2	3	12	9	0	1			
7	1618	22	1	0	96	0	0	27	39	5	2	3	12	9	0	1			

7	1618	22	2	7	0	0	0	27	39	5	2	3	12	9	0	1			
7	1618	22	3	0	0	0	68	31	19	1	2	3	12	9	0	1			
7	1618	22	1	0	27	0	0	35	19	1	2	3	12	9	0	1			
7	1618	22	1	0	105	0	0	43	19	1	2	3	12	9	0	1			
7	1618	22	2	7	0	0	0	47	36	3	2	3	12	9	0	1			
7	1618	22	1	0	41	0	0	61	4	1	2	3	12	9	0	1			
7	1618	22	1	0	135	0	0	63	4	3	2	3	12	9	0	1			
7	1618	22	1	0	26	0	0	65	19	1	2	3	12	9	0	1			
7	1618	22	2	9	0	0	0	71	19	1	2	3	12	9	0	1			
7	1618	22	1	0	5	0	0	81	9	1	2	3	12	9	0	1			
7	1618	22	2	14	0	0	0	83	9	1	2	3	12	9	0	1			
7	1618	22	2	10	0	0	0	85	19	1	2	3	12	9	0	1			
7	1618	22	2	8	0	0	0	95	22	3	2	3	12	9	0	1			
7	1618	22	2	8	0	0	0	97	19	1	2	3	12	9	0	1			
7	1618	22	2	19	0	0	0	99	17	1	2	3	12	9		1			
7	1618	22	1	0	95	0	0	100	18	1	2	3	12	9	0	1			
7	1651	15	1	0	5	0	0	2	15	1	3	1	9	5	0	1	Los desaparecidos del sexenio	59	8
7	1651	15	1	0	7	0	0	3	19	1	3	1	9	5	0	1	El Congreso se dobla ante las televisoras	41	5
7	1651	15	1	0	15	0	0	17	56	5	3	1	9	5	0	1	Vamos México al desnudo	28	5
7	1651	15	3	0	0	0	67	23	41	1	3	1	9	5	0	1	Suplemento especial: Allende	64	28
7	1651	15	1	0	40	0	0	27	41	4	3	1	9	5	0	1			
7	1651	15	1	0	27	0	0	29	19	1	3	1	9	5	0	1			
7	1651	15	1	0	17	0	0	33	39	4	3	1	9	5	0	1			
7	1651	15	2	8	0	0	0	39	28	1	3	1	9	5	0	1			
7	1651	15	1	0	5	0	0	43	19	1	3	1	9	5	0	1			
7	1651	15	1	0	103	0	0	47	4	4	3	1	9	5	0	1			
7	1651	15	2	8	0	0	0	49	4	1	3	1	9	5	0	1			
7	1651	15	2	8	0	0	0	51	4	3	3	1	9	5	0	1			
7	1651	15	2	14	0	0	0	57	14	3	3	1	9	5	0	1			
7	1651	15	1	0	105	0	0	83	17	1	3	1	9	5	0	1			
7	1651	15	2	14	0	0	0	84	18	1	3	1	9	5	0	1			
7	1671	17	2	13	0	0	0	2	15	1	3	1	9	8	0	0	El turbio avionazo	26	35
7	1671	17	1	0	7	0	0	3	19	1	3	1	9	8	0	0	32 Aniversario	26	3
7	1671	17	1	0	41	0	0	19	26	1	3	1	9	8	0	0	Mouriño: su expediente negro	26	5
7	1671	17	1	0	27	0	0	23	26	4	3	1	9	8	0	0		26	3
7	1671	17	1	0	7	0	0	25	26	1	3	1	9	8	0	0			
7	1671	17	1	0	7	0	0	29	26	1	3	1	9	8	0	0			
7	1671	17	1	0	105	0	0	33	19	1	3	1	9	8	0	0			
7	1671	17	2	8	0	0	0	37	19	1	3	1	9	8	0	0			
7	1671	17	2	19	0	0	0	41	3	5	3	1	9	8	0	0			
7	1671	17	1	0	5	0	0	47	19	1	3	1	9	8	0	0			
7	1671	17	2	8	0	0	0	51	4	3	3	1	9	8	0	0			
7	1671	17	2	14	0	0	0	53	19	1	3	1	9	8	0	0			
7	1671	17	2	10	0	0	0	63	9	4	3	1	9	8	0	0			
7	1671	17	2	22	0	0	0	78	6	5	3	1	9	8	0	0			
7	1671	17	2	14	0	0	0	81	22	3	3	1	9	8	0	0			

7	1671	17	1	0	107	0	0	83	17	1	3	1	9	8	0	0			
7	1671	17	1	0	62	0	0	84	18	1	3	1	9	8	0	0			
7	1703	14	1	0	5	0	0	2	15	1	3	1	10	3	1	0	Peña Nieto: Un reality show...	39	5
7	1703	14	1	0	7	0	0	3	19	1	3	1	10	3	1	0	Cómo burlar la ley electoral y seguir en campaña	39	18
7	1703	14	2	8	0	0	0	11	39	1	3	1	10	3	1	0	Brutal desempleo, la marca de Calderón	3	3
7	1703	14	1	0	17	0	0	15	39	4	3	1	10	3	1	0			
7	1703	14	1	0	26	0	0	19	39	4	3	1	10	3	1	0			
7	1703	14	2	6	0	0	0	21	39	5	3	1	10	3	1	0			
7	1703	14	4	0	0	4	0	25	19	1	3	1	10	3	1	0			
7	1703	14	1	0	14	0	0	27	35	4	3	1	10	3	1	0			
7	1703	14	1	0	89	0	0	29	35	3	3	1	10	3	1	0			
7	1703	14	2	8	0	0	0	37	56	3	3	1	10	3	1	0			
7	1703	14	1	0	5	0	0	57	19	1	3	1	10	3	1	0			
7	1703	14	1	0	103	0	0	71	9	3	3	1	10	3	1	0			
7	1703	14	1	0	41	0	0	83	17	1	3	1	10	3	1	0			
7	1703	14	1	0	66	0	0	84	18	1	3	1	10	3	1	0			
7	1722	17	1	0	5	0	0	2	15	1	3	3	10	7	0	0	Un año después...El avionazo criminal	26	34
7	1722	17	1	0	13	0	0	3	19	1	3	3	10	7	0	0	Paquete fiscal: a ganar menos y a pagar más	62	5
7	1722	17	2	6	0	0	0	11	26	3	3	3	10	7	0	0	Expediente abierto: La CNDH propició la fuga del Chapo	35	15
7	1722	17	1	0	5	0	0	15	46	3	3	3	10	7	0	0	33 aniversario		
7	1722	17	1	0	15	0	0	19	35	3	3	3	10	7	0	0			
7	1722	17	1	0	66	0	0	25	19	1	3	3	10	7	0	0			
7	1722	17	1	0	9	0	0	31	63	1	3	3	10	7	0	0			
7	1722	17	1	0	73	0	0	33	63	4	3	3	10	7	0	0			
7	1722	17	2	8	0	0	0	35	19	1	3	3	10	7	0	0			
7	1722	17	1	0	104	0	0	39	19	1	3	3	10	7	0	0			
7	1722	17	2	8	0	0	0	49	3	1	3	3	10	7	0	0			
7	1722	17	2	8	0	0	0	53	19	1	3	3	10	7	0	0			
7	1722	17	2	8	0	0	0	71	4	2	3	3	10	7	0	0			
7	1722	17	2	8	0	0	0	74	30	3	3	3	10	7	0	0			
7	1722	17	2	33	0	0	0	75	30	3	3	3	10	7	0	0			
7	1722	17	1	0	105	0	0	99	17	1	3	3	10	7	0	0			
7	1722	17	1	0	5	0	0	100	18	1	3	3	10	7	0	0			
7	1755	12	1	0	5	0	0	2	15	1	3	7	5	7	0	0	La Guerra de Calderón. Viudas, huérfanos, lisiados...	59	33
7	1755	12	1	0	27	0	0	3	19	1	3	7	5	7	0	0	Quiénes ganan cuando gana el Tri	61	4
7	1755	12	2	6	0	0	0	9	56	5	3	7	5	7	0	0	Orozco joven: cartas de amor a una niña	9	26
7	1755	12	2	6	0	0	0	11	56	5	3	7	5	7	0	0	Sudáfrica 2010. Suplemento	61	25
7	1755	12	1	0	103	0	0	25	56	4	3	7	5	7	0	0			
7	1755	12	1	0	5	0	0	35	19	1	3	7	5	7	0	0			
7	1755	12	2	8	0	0	0	39	19	1	3	7	5	7	0	0			
7	1755	12	2	8	0	0	0	43	3	4	3	7	5	7	0	0			
7	1755	12	2	7	0	0	0	55	4	4	3	7	5	7	0	0			
7	1755	12	2	8	0	0	0	73	22	3	3	7	5	7	0	0			
7	1755	12	2	11	0	0	0	75	17	1	3	7	5	7	0	0			
7	1755	12	1	0	5	0	0	76	18	1	3	7	5	7	0	0			

7	1775	30	1	0	13	0	0	2	15	1	3	3	23	7	0	0	El Crimen de Chihuahua. Todos involucrados.	59	5
7	1775	30	1	0	15	0	0	3	19	1	3	3	23	7	0	0	Otro daño colateral: el suicidio infantil	26	20
7	1775	30	1	0	41	0	0	9	56	1	3	3	23	7	0	0	Templos con olor a narco	59	3
7	1775	30	2	6	0	0	0	11	56	5	3	3	23	7	0	0	34 Aniversario		
7	1775	30	1	0	5	0	0	13	56	3	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	73	0	0	15	56	3	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	7	0	0	17	56	1	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	4	0	0	21	56	1	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	2	11	0	0	0	25	19	1	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	2	6	0	0	0	29	26	4	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	93	0	0	31	19	1	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	141	0	0	33	39	3	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	27	0	0	35	39	1	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	24	0	0	37	39	3	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	10	0	0	39	19	1	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	135	0	0	41	3	4	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	12	0	0	43	19	1	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	5	0	0	49	61	3	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	17	0	0	59	19	1	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	2	29	0	0	0	63	4	1	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	2	8	0	0	0	65	4	1	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	5	0	0	69	19	1	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	2	8	0	0	0	72	40	4	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	26	0	0	73	40	2	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	5	0	0	77	9	3	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	71	0	0	79	9	3	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	2	6	0	0	0	95	6	4	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	94	0	0	97	22	5	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	95	0	0	99	17	1	3	3	23	7	0	0			
7	1775	30	1	0	5	0	0	100	18	1	3	3	23	7	0	0			
7	1807	11	1	0	5	0	0	2	15	1	3	1	4	7	0	0	Dolo y Rídículo...Y Hank impune	35	13
7	1807	11	2	11	0	0	0	3	19	1	3	1	4	7	0	0	Michoacán: Calderón impone a su hermana	39	21
7	1807	11	1	0	89	0	0	9	35	4	3	1	4	7	0	0			
7	1807	11	1	0	22	0	0	13	19	1	3	1	4	7	0	0			
7	1807	11	2	6	0	0	0	25	54	4	3	1	4	7	0	0			
7	1807	11	2	8	0	0	0	34	39	4	3	1	4	7	0	0			
7	1807	11	2	8	0	0	0	35	19	1	3	1	4	7	0	0			
7	1807	11	2	8	0	0	0	41	3	3	3	1	4	7	0	0			
7	1807	11	2	8	0	0	0	45	19	1	3	1	4	7	0	0			
7	1807	11	2	14	0	0	0	83	17	1	3	1	4	7	0	0			
7	1807	11	1	0	5	0	0	84	18	1	3	1	4	7	0	0			
7	1827	17	1	0	87	0	0	2	15	1	3	1	7	10	0	0	Anonymous vs Zetas. La otra guerra	59	10
7	1827	17	1	0	15	0	0	3	19	1	3	1	7	10	0	0	Biografía del Cáncer, el enemigo imbatible	60	4
7	1827	17	2	6	0	0	0	9	56	4	3	1	7	10	0	0	35 Aniversario		
7	1827	17	2	8	0	0	0	11	56	1	3	1	7	10	0	0			

7	1827	17	1	0	7	0	0	15	56	1	3	1	7	10	0	0			
7	1827	17	1	0	73	0	0	23	56	3	3	1	7	10	0	0			
7	1827	17	2	8	0	0	0	24	56	3	3	1	7	10	0	0			
7	1827	17	1	0	88	0	0	25	19	1	3	1	7	10	0	0			
7	1827	17	1	0	5	0	0	29	19	1	3	1	7	10	0	0			
7	1827	17	2	11	0	0	0	33	19	1	3	1	7	10	0	0			
7	1827	17	2	8	0	0	0	41	19	1	3	1	7	10	0	0			
7	1827	17	2	8	0	0	0	55	4	3	3	1	7	10	0	0			
7	1827	17	2	8	0	0	0	73	7	4	3	1	7	10	0	0			
7	1827	17	2	8	0	0	0	79	6	4	3	1	7	10	0	0			
7	1827	17	2	8	0	0	0	81	19	3	3	1	7	10	0	0			
7	1827	17	2	20	0	0	0	83	17	1	3	1	7	10	0	0			
7	1827	17	1	0	10	0	0	84	18	1	3	1	7	10	0	0			
7	1859	17	2	8	0	0	0	2	15	1	3	1	6	10	0	1	PAN,PRI Y PRD, En el narcoescándalo de Veracruz	27	12
7	1859	17	1	0	13	0	0	3	19	1	3	1	6	10	0	1	Los nuevos ricos del PAN	27	11
7	1859	17	2	16	0	0	0	9	27	4	3	1	6	10	0	1			
7	1859	17	1	0	14	0	0	19	27	4	3	1	6	10	0	1			
7	1859	17	2	6	0	0	0	23	27	4	3	1	6	10	0	1			
7	1859	17	2	13	0	0	0	27	27	2	3	1	6	10	0	1			
7	1859	17	2	0	65	0	0	28	27	1	3	1	6	10	0	1			
7	1859	17	2	0	65	0	0	29	27	1	3	1	6	10	0	1			
7	1859	17	3	0	0	0	10	33	30	1	3	1	6	10	0	1			
7	1859	17	2	8	0	0	0	37	28	4	3	1	6	10	0	1			
7	1859	17	2	8	0	0	0	41	28	3	3	1	6	10	0	1			
7	1859	17	2	8	0	0	0	41	28	3	3	1	6	10	0	1			
7	1859	17	2	8	0	0	0	53	3	4	3	1	6	10	0	1			
7	1859	17	2	8	0	0	0	59	3	3	3	1	6	10	0	1			
7	1859	17	2	8	0	0	0	71	9	4	3	1	6	10	0	1			
7	1859	17	1	0	5	0	0	83	17	1	3	1	6	10	0	1			
7	1859	17	1	0	5	0	0	84	18	1	3	1	6	10	0	1			
7	1879	23	1	0	7	0	0	2	15	1	3	3	9	14	0	0	La conade 2006-2012: saqueo millonario	6	10
7	1879	23	2	11	0	0	0	3	19	1	3	3	9	14	0	0	Reforma laboral los arreglos del poder	23	9
7	1879	23	2	12	0	0	0	9	23	3	3	3	9	14	0	0	36 años		
7	1879	23	1	0	8	0	0	11	23	1	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	2	13	0	0	0	19	24	2	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	1	0	5	0	0	20	24	2	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	1	0	9	0	0	21	24	3	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	2	6	0	0	0	27	25	4	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	2	15	0	0	0	27	25	4	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	1	0	10	0	0	29	25	1	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	2	6	0	0	0	35	11	1	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	2	8	0	0	0	41	4	3	3	3	9	14	0	0			

7	1879	23	2	8	0	0	0	44	4	3	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	1	0	11	0	0	53	3	1	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	2	10	0	0	0	54	3	1	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	2	8	0	0	0	61	26	3	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	1	0	12	0	0	83	9	1	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	2	8	0	0	0	90	6	3	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	1	0	5	0	0	91	6	1	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	2	8	0	0	0	95	6	1	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	2	8	0	0	0	97	22	4	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	2	14	0	0	0	99	17	1	3	3	9	14	0	0			
7	1879	23	1	0	5	0	0	100	18	1	3	3	9	14	0	0			
8	1911	14	1	0	5	0	0	2	15	1	3	1	7	7	0	0	Contra el hambre. La Ficción	63	18
8	1911	14	1	0	67	0	0	3	19	1	3	1	7	7	0	0	Telecom: entretelones de una reforma tramposa	30	34
8	1911	14	2	6	0	0	0	11	39	4	3	1	7	7	0	0			
8	1911	14	1	0	101	0	0	17	30	2	3	1	7	7	0	0			
8	1911	14	1	0	5	0	0	21	19	1	3	1	7	7	0	0			
8	1911	14	2	10	0	0	0	25	19	1	3	1	7	7	0	0			
8	1911	14	1	0	41	0	0	29	62	3	3	1	7	7	0	0			
8	1911	14	2	8	0	0	0	31	19	1	3	1	7	7	0	0			
8	1911	14	2	8	0	0	0	41	56	2	3	1	7	7	0	0			
8	1911	14	2	7	0	0	0	67	9	3	3	1	7	7	0	0			
8	1911	14	2	8	0	0	0	77	6	3	3	1	7	7	0	0			
8	1911	14	2	8	0	0	0	81	22	4	3	1	7	7	0	0			
8	1911	14	1	0	11	0	0	83	17	1	3	1	7	7	0	0			
8	1911	14	1	0	101	0	0	84	18	1	3	1	7	7	0	0			
8	1931	18	1	0	5	0	0	2	15	1	3	3	9	8	0	1	Los amos de Michoacán	59	29
8	1931	18	2	15	0	0	0	3	19	1	3	3	9	8	0	1	Los amos de Michoacán	4	2
8	1931	18	1	0	66	0	0	15	56	3	3	3	9	8	0	1	37 aniversario		
8	1931	18	1	0	73	0	0	23	56	4	3	3	9	8	0	1			
8	1931	18	1	0	25	0	0	23	56	4	3	3	9	8	0	1			
8	1931	18	3	0	0	0	13	27	19	1	3	3	9	8	0	1			
8	1931	18	1	0	69	0	0	31	3	3	3	3	9	8	0	1			
8	1931	18	1	0	71	0	0	35	19	1	3	3	9	8	0	1			
8	1931	18	1	0	66	0	0	39	57	3	3	3	9	8	0	1			
8	1931	18	1	0	9	0	0	45	58	3	3	3	9	8	0	1			
8	1931	18	2	8	0	0	0	49	19	1	3	3	9	8	0	1			
8	1931	18	2	7	0	0	0	54	4	3	3	3	9	8	0	1			
8	1931	18	2	7	0	0	0	57	19	1	3	3	9	8	0	1			
8	1931	18	2	7	0	0	0	63	3	3	3	3	9	8	0	1			
8	1931	18	2	23	0	0	0	71	43	2	3	3	9	8	0	1			
8	1931	18	2	8	0	0	0	75	5	3	3	3	9	8	0	1			
8	1931	18	1	0	5	0	0	99	17	1	3	3	9	8	0	1			
8	1931	18	2	28	0	0	0	100	18	1	3	3	9	8	0	1			

8	1964	13	2	8	0	0	0	2	15	1	3	7	4	9	0	0	La verdadera historia de los Vallejo	57	11
8	1964	13	1	0	22	0	0	3	19	1	3	7	4	9	0	0	El Cártel de Sinaloa continúa en expansión: la DEA	57	3
8	1964	13	1	0	17	0	0	11	13	3	3	7	4	9	0	0	Suplemento Brasil 2014	58	28
8	1964	13	1	0	69	0	0	23	19	1	3	7	4	9	0	0			
8	1964	13	2	6	0	0	0	29	54	4	3	7	4	9	0	0			
8	1964	13	2	25	0	0	0	33	39	2	3	7	4	9	0	0			
8	1964	13	2	8	0	0	0	35	19	1	3	7	4	9	0	0			
8	1964	13	2	8	0	0	0	39	19	1	3	7	4	9	0	0			
8	1964	13	2	7	0	0	0	51	3	3	3	7	4	9	0	0			
8	1964	13	2	8	0	0	0	55	3	4	3	7	4	9	0	0			
8	1964	13	2	8	0	0	0	69	9	4	3	7	4	9	0	0			
8	1964	13	1	0	66	0	0	75	17	1	3	7	4	9	0	0			
8	1964	13	2	10	0	0	0	76	18	1	3	7	4	9	0	0			
8	1983	19	1	0	5	0	0	2	15	1	3	3	11	8	0	0	Guerrero. La sombra de la guerrilla	56	23
8	1983	19	2	11	0	0	0	3	19	1	3	3	11	8	0	0	Caótica búsqueda de los 43 desaparecidos	56	4
8	1983	19	1	0	68	0	0	11	54	3	3	3	11	8	0	0	38 aniversario		
8	1983	19	1	0	12	0	0	13	54	4	3	3	11	8	0	0			
8	1983	19	2	13	0	0	0	17	54	1	3	3	11	8	0	0			
8	1983	19	1	0	66	0	0	25	54	1	3	3	11	8	0	0			
8	1983	19	1	0	7	0	0	29	54	2	3	3	11	8	0	0			
8	1983	19	1	0	69	0	0	31	54	3	3	3	11	8	0	0			
8	1983	19	1	0	69	0	0	35	19	1	3	3	11	8	0	0			
8	1983	19	2	10	0	0	0	39	19	1	3	3	11	8	0	0			
8	1983	19	1	0	12	0	0	45	36	3	3	3	11	8	0	0			
8	1983	19	2	8	0	0	0	49	19	1	3	3	11	8	0	0			
8	1983	19	2	8	0	0	0	55	4	3	3	3	11	8	0	0			
8	1983	19	2	8	0	0	0	68	41	3	3	3	11	8	0	0			
8	1983	19	2	8	0	0	0	69	41	3	3	3	11	8	0	0			
8	1983	19	2	12	0	0	0	73	19	1	3	3	11	8	0	0			
8	1983	19	1	0	71	0	0	93	6	3	3	3	11	8	0	0			
8	1983	19	1	0	72	0	0	99	17	1	3	3		8	0	0			
8	1983	19	1	0	5	0	0	100	18	1	3	3	11	8	0	0			
8	2016	12	2	8	0	0	0	2	15	1	3	1	4	7	0	1	El Bronco de Nuevo León. La tentación del poder absoluto...y el narco lo desafía	54	6
8	2016	12	3	0	0	0	102	3	19	1	3	1	4	7	0	1	Los Bélicos, otra pieza clave de la noche de Iguala.	55	5
8	2016	12	1	0	7	0	0	17	45	2	3	1	4	7	0	1			
8	2016	12	1	0	41	0	0	21	45	1	3	1	4	7	0	1			
8	2016	12	1	0	53	0	0	29	19	1	3	1	4	7	0	1			
8	2016	12	2	7	0	0	0	33	53	4	3	1	4	7	0	1			
8	2016	12	2	8	0	0	0	35	19	1	3	1	4	7	0	1			
8	2016	12	2	8	0	0	0	53	19	1	3	1	4	7	0	1			

8	2016	12	2	8	0	0	0	57	19	1	3	1	4	7	0	1			
8	2016	12	2	8	0	0	0	81	19	1	3	1	4	7	0	1			
8	2016	12	2	8	0	0	0	83	17	1	3	1	4	7	0	1			
8	2016	12	1	0	5	0	0	84	18	1	3	1	4	7	0	1			
8	2036	16	1	0	7	0	0	2	15	1	3	1	9	7	0	0	¿Quién frena a la mariguana?	26	23
8	2036	16	2	35	0	0	0	3	19	1	3	1	9	7	0	0	Hacia la privatización de Pensionisste	72	3
8	2036	16	1	0	25	0	0	9	26	5	3	1	9	7	0	0	39 aniversario		
8	2036	16	1	0	66	0	0	17	19	1	3	1	9	7	0	0			
8	2036	16	1	0	8	0	0	21	53	4	3	1	9	7	0	0			
8	2036	16	1	0	25	0	0	23	53	4	3	1	9	7	0	0			
8	2036	16	1	0	53	0	0	31	19	1	3	1	9	7	0	0			
8	2036	16	2	8	0	0	0	35	19	1	3	1	9	7	0	0			
8	2036	16	2	8	0	0	0	41	36	3	3	1	9	7	0	0			
8	2036	16	2	8	0	0	0	43	36	1	3	1	9	7	0	0			
8	2036	16	2	8	0	0	0	53	3	3	3	1	9	7	0	0			
8	2036	16	1	0	25	0	0	57	19	1	3	1	9	7	0	0			
8	2036	16	2	11	0	0	0	73	19	1	3	1	9	7	0	0			
8	2036	16	2	8	0	0	0	79	6	3	3	1	9	7	0	0			
8	2036	16	1	0	67	0	0	83	17	1	3	1	9	7	0	0			
8	2036	16	1	0	5	0	0	84	18	1	3	1	9	7	0	0			
8	2068	11	1	0	7	0	0	2	15	1	3	1	6	5	0	0	Aurelio Nuño, Secretario de Educación Pública: La Arrogancia	53	4
8	2068	11	1	0	7	0	0	3	19	1	3	1	6	5	0	0			
8	2068	11	1	0	41	0	0	23	19	1	3	1	6	5	0	0			
8	2068	11	1	0	8	0	0	31	19	1	3	1	6	5	0	0			
8	2068	11	2	7	0	0	0	34	56	2	3	1	6	5	0	0			
8	2068	11	2	8	0	0	0	35	19	1	3	1	6	5	0	0			
8	2068	11	2	8	0	0	0	55	3	1	3	1	6	5	0	0	1		
8	2068	11	2	8	0	0	0	63	9	2	3	1	6	5	0	0			
8	2068	11	2	8	0	0	0	77	6	2	3	1	6	5	0	0			
8	2068	11	1	0	53	0	0	83	17	1	3	1	6	5	0	0			
8	2068	11	1	0	5	0	0	84	18	1	3	1	6	5	0	0			
8	2088	11	1	0	72	0	0	2	15	1	3	3	7	3	0	1	40 años de libertad	19	1
8	2088	11	1	0	7	0	0	3	19	1	3	3	7	3	0	1	40 años de libertad	19	43
8	2088	11	3	0	0	0	104	11	39	1	3	3	7	3	0	1	40 aniversario		
8	2088	11	2	8	0	0	0	19	19	1	3	3	7	3	0	1			
8	2088	11	1	0	101	0	0	23	36	4	3	3	7	3	0	1			
8	2088	11	2	8	0	0	0	49	3	3	3	3	7	3	0	1			
8	2088	11	1	0	71	0	0	56	19	1	3	3	7	3	0	1			
8	2088	11	1	0	70	0	0	72	19	1	3	3	7	3	0	1			
8	2088	11	2	8	0	0	0	97	22	2	3	3	7	3	0	1			
8	2088	11	1	0	5	0	0	99	17	1	3	3	7	3	0	1			
8	2088	11	1	0	25	0	0	100	18	1	3	3	7	3	0	1			
8	2120	10	1	0	11	0	0	2	15	1	3	1	6	4	0	0	Línea 7. El metrobús de las ambiciones	46	7

8	2120	10	1	0	7	0	0	3	19	1	3	1	6	4	0	0	El nuevo sistema de jsuticia, en riesgo de naufragio	35	4
8	2120	10	1	0	67	0	0	13	19	1	3	1	6	4	0	0	Chihuahua. Cuenta regresiva para César Duarte.	35	11
8	2120	10	2	6	0	0	0	21	35	4	3	1	6	4	0	0			
8	2120	10	1	0	77	0	0	29	39	2	3	1	6	4	0	0			
8	2120	10	2	8	0	0	0	35	19	1	3	1	6	4	0	0			
8	2120	10	2	8	0	0	0	57	19	1	3	1	6	4	0	0			
8	2120	10	2	8	0	0	0	79	6	4	3	1	6	4	0	0			
8	2120	10	1	0	25	0	0	83	17	1	3	1	6	4	0	0			
8	2120	10	1	0	5	0	0	84	18	1	3	1	6	4	0	0			
8	2140	17	1	0	97	0	0	2	15	1	3	1	10	7	0	0	Opiáceos. La ruta de la muerte China-EU-México-EU	19	19
8	2140	17	1	0	5	0	0	3	19	1	3	1	10	7	0	0	Alfonso Romo: Cómo convenció López Obrador	39	21
8	2140	17	1	0	26	0	0	9	56	5	3	1	10	7	0	0	41 años		
8	2140	17	2	24	0	0	0	15	19	1	3	1	10	7	0	0			
8	2140	17	1	0	67	0	0	21	39	3	3	1	10	7	0	0			
8	2140	17	1	0	68	0	0	23	74	5	3	1	10	7	0	0			
8	2140	17	1	0	25	0	0	25	74	1	3	1	10	7	0	0	1		
8	2140	17	2	2	0	0	0	28	74	3	3	1	10	7	0	0			
8	2140	17	1	0	4	0	0	29	74	3	3	1	10	7	0	0			
8	2140	17	1	0	12	0	0	35	19	1	3	1	10	7	0	0			
8	2140	17	1	0	70	0	0	47	3	1	3	1	10	7	0	0			
8	2140	17	1	0	71	0	0	51	3	1	3	1	10	7	0	0			
8	2140	17	2	8	0	0	0	65	9	2	3	1	10	7	0	0			
8	2140	17	2	8	0	0	0	79	6	2	3	1	10	7	0	0			
8	2140	17	2	7	0	0	0	81	22	3	3	1	10	7	0	0			
8	2140	17	2	6	0	0	0	83	17	1	3		10	7	0	0			
8	2140	17	2	10	0	0	0	84	18	1	3	1	10	7	0	0			
8	2172	15	2	29	0	0	0	2	15	1	3	10	4	10	0	1	La batalla por el segundo lugar	73	10
8	2172	15	1	0	5	0	0	3	19	1	3	10	4	10	0	1	Mezcolanza política en el ADN de Morena	73	3
8	2172	15	1	0	67	0	0	13	55	3	3	10	4	10	0	1			
8	2172	15	3	0	0	0	103	17	55	1	3	10	4	10	0	1			
8	2172	15	2	6	0	0	0	23	55	4	3	10	4	10	0	1			
8	2172	15	2	8	0	0	0	25	55	1	3	10	4	10	0	1			
8	2172	15	2	2	0	0	0	37	29	3	3	10	4	10	0	1			
8	2172	15	2	8	0	0	0	49	3	1	3	10	4	10	0	1			
8	2172	15	2	8	0	0	0	58	14	3	3	10	4	10	0	1			
8	2172	15	2	8	0	0	0	59	19	1	3	10	4	10	0	1			
8	2172	15	2	7	0	0	0	87	19	1	3	10	4	10	0	1			
8	2172	15	2	8	0	0	0	89	19	3	3	10	4	10	0	1			
8	2172	15	2	8	0	0	0	89	19	3	3	10	4	10	0	1			
8	2172	15	1	0	3	0	0	91	17	1	3	10	4	10	0	1			
8	2172	15	1	0	25	0	0	92	18	1	3	10	4	10	0	1			
8	2192	12	1	0	72	0	0	2	15	1	3	1	7	5	0	0	Habla "X", el hacker prófugo del FBI	67	3
8	2192	12	1	0	69	0	0	3	19	1	3	1	7	5	0	0	AMLO se aísla. El fantasma del fracaso	23	7
8	2192	12	1	0	66	0	0	13	23	1	3	1	7	5	0	0	42 aniversario		
8	2192	12	1	0	9	0	0	19	19	1	3	1	7	5	0	0			

8	2192	12	2	8	0	0	0	32	28	3	3	1	7	5	0	0			
8	2192	12	2	8	0	0	0	55	68	1	3	1	7	5	0	0			
8	2192	12	2	8	0	0	0	59	19	1	3	1	7	5	0	0			
8	2192	12	1	0	26	0	0	73	69	3	3	1	7	5	0	0			
8	2192	12	2	2	0	0	0	79	6	3	3	1	7	5	0	0			
8	2192	12	2	8	0	0	0	81	70	3	3	1	7	5	0	0			
8	2192	12	1	0	25	0	0	83	17	1	3	1	7	5	0	0			
8	2192	12	1	0	7	0	0	84	18	1	3	1	7	5	0	0			