

23  
24



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

**"LA RELACION ESTADO-PRENSA"**

**T E S I S**  
**Q U E P R E S E N T A**  
**L U I S P A L A C I O S I S L A S**  
**P A R A O B T E N E R E L T I T U L O E N L A**  
**L I C E N C I A T U R A D E C I E N C I A S D E**  
**L A C O M U N I C A C I O N**

Asesor: Profr. Rigoberto López Quezada

México,

Julio 1987



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## I N D I C E

PAG.

### INTRODUCCION

### CAPITULO I

- 1.1 ANTECEDENTES ..... 1
- 1.2 LA RELACION ESTADO-PRENSA ..... 12

### CAPITULO II

- 2.1 FORMAS DE CONTROL ..... 35
- 2.2 DIRECCIONES DE COMUNICACION SOCIAL ..... 48
- 2.3 ESTADO Y PRENSA CON LA COMUNICACION SOCIAL .... 52
- 2.4 DEL CONTROL A LA COMUNICACION SOCIAL ..... 55

- CONCLUSION ..... 62

## INTRODUCCION

Este trabajo pretende dar a conocer los mecanismos existentes para el control de la información que tanto el Estado como la prensa aplican para proteger sus propios intereses, trata de encontrar una explicación justificada del manejo de los medios informativos a los datos y hechos gubernamentales y privados, que a pesar de la existencia de una legislación que permite la libertad de ex presión y de prensa se caracteriza por la manipulación.

De igual forma, comprende el poder y los mecanismos que utiliza cada entidad para informar a la sociedad de acuerdo a sus intereses o intenciones, y crear la imagen deseada, así como la respuesta a sus acciones.

Por ello, las declaraciones del presidente José López Portillo, durante la celebración del Día de la Libertad de Prensa en su último año de gobierno resultan ilustrativas para la relación Estado-Prensa, ya que en ellas se reconocen algunos canales de esa comunicación que mantienen para la función de informar. El Estado y sus órganos pagan publicidad ¿para qué?, para lograr en la sociedad civil el efecto propuesto.

El subsidio publicitario para los medios impresos quizá, por ser el principal sosten de los periódicos, representan el elemento de control del gobierno. Existen casos concretos ilustrativos de los efectos que sobre los medios informativos tiene la suspensión de inserciones pagadas y la falta de pu blicidad gubernamental; pocos, en la historia del periodismo nacional, lo han podido soportar.

Así, en el primer capítulo se analizan hechos de las relaciones Esta do-Prensa desde el México postrevolucionario, que de acuerdo a los autores que tocan el tema se estableció en cada régimen en forma distinta, sin embar-

go comprueban su existencia y su control.

En la segunda parte del primer capítulo, se maneja la relación del Estado con la Prensa, en la facultad de sus elementos y el porque de la misma. El segundo capítulo detalla las formas de control, la instrumentación de oficinas de prensa, en función y el daño que representan para la comunicación social.

Cabe resaltar, que solamente se toca al Distrito Federal, como principal ente de la vida política, económica y social del país, donde se asientan los poderes ejecutivos, legislativo y judicial y donde la prensa tiene una mayor influencia, incluso sobre los restos de los estados.

En la ciudad de México existen infinidad de diarios aunque sólo 13 son de nivel nacional y la mayoría de ellos reproducen la misma información gubernamental o privada y pocos son los que dan voz y tribuna al resto de la sociedad.

El trabajo aquí expuesto sólo trata de demostrar y explicar la relación Estado-Prensa, y como ésta perjudica y daña a las libertades constitucionales de expresar y escribir libremente. Trata de demostrar que son los dueños y el gobierno, quienes manejan la información de acuerdo a sus intereses, dejando a un lado los problemas que aquejan a las grandes comunidades sociales.

En cuantas ocasiones no se ha escuchado que gente común argumenta que el gobierno paga para acallar publicaciones y corrompe reporteros.

El tema la Relación Estado-Prensa, se justifica pues hasta el momento es el primer trabajo de tesis que se hace en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, sólo se ha manejado en algunas columnas, reportajes y co-

mentarios dispersos en libros especializados pero nunca como una problemática mayor, por ello, es deseable que los estudiantes de la carrera de comunicación tengan en un texto todo lo relacionado con lo que, los posibles periodistas a futuro, tengan un marco de referencia.

## CAPITULO I

### 1.1 ANTECEDENTES

*El Estado Mexicano se consolida al consumarse la Revolución de 1910, y es entonces cuando se convierte en un gobierno fuerte, armónico y controlado.*

*A partir de 1929 es cuando se logra ver claramente que el Gobierno Federal comienza a sentar sus bases políticas e ideológicas que hasta la fecha están presentes.*

*"En nuestro país, el presidencialismo se impone mediante la lucha contra el caudillismo y no sólo al cabo de su más completa destrucción. El proceso de aniquilamiento del caudillismo comienza inmediatamente después de la Revolución, porque es la lucha armada la que crea los caudillos en un país invertebrado como el México de entonces" (1).*

*Lo anterior nos sirve de base para afirmar que el gobierno del caudillo pasa a constituirse en el gobierno de un sólo hombre, el cual será apoyado por la primera fuerza política organizada, que legitimará su ascenso a la cúpula del poder político de México.*

*Debido a ello algunos autores señalan que el gobierno es formado por la burguesía media, considerando que los campesinos y obreros carecían de conocimientos suficientes para dirigir al país, de esta manera son los ciudadanos más preparados quienes tomaron las directrices de la Nación.*

*"El poder político continuó siendo especial de la coalición revolucionaria, que finalmente consolidó su poder en 1929 con el surgimiento de*

un partido oficial" (2).

Los hombres de la revolución se agruparon en un organismo político mediante el cual se comenzaron a repartir los cargos públicos dentro de una verdadera lucha por el control político con lo que se inicia la organización en un país despolitizado; la contienda por el poder comenzó a vislumbrarse, pues a pesar de que no habían muchos partidos políticos, las pugnas internas del PNR condujeron a las características que hoy conocemos como el partido oficial.

De esta manera, el gobierno de la revolución es sustituido por el Institucional, la reagrupación de los diversos sectores que conforman la sociedad mexicana, están representados en ese partido político y a través de una membresía aglutinadora adquiere fuerza por el apoyo gubernamental.

Sin embargo, el estado Constitucionalista necesitaba la legitimación de su democracia, y algunas características de ésta en cualquier país, son el goce de la libertad de expresión, de asociación, de reunión y el cambio pacífico de gobernantes a través de elecciones, entre otras.

Por otra parte, la Prensa en México antes de la Revolución era considerada como una prensa partidista, ya que el periódico que no compartiera con la ideología gubernamental era clausurado, o bien, sus periodistas eran encarcelados.

(1) Arnoldo Córdova, *La Formación del Poder Político en México*, Serie Popular, Nueva Era, Página , México 1976.

(2) Roger D. Hansen, *La Política del desarrollo Mexicano*, ED. Siglo XXI, página 130, México 1976.



Una vez consolidada la revolución, en la primera mitad del presente siglo, la Prensa se ve transformada en una Prensa oficialista, y aunque como en toda regla, en ocasiones existen las excepciones.

Como se sabe, el periodismo en la época independiente jugó un papel muy importante, ya que en sus páginas se plasmaban las ideas y al mismo tiempo se incitaba al pueblo para alcanzar las libertades y derechos de los mexicanos.

De acuerdo a los documentos existentes se puede señalar que al comienzo del período revolucionario, el periodismo desempeñó nuevamente una parte muy importante en la lucha por alcanzar nuevas libertades.

Muchos periódicos desaparecen en la dictadura del general Porfirio Díaz, y muchos otros logran seguir con su labor, aunque con tendencias distintas: la liberal, la anarquista y la socialista.

Con la revolución nace otra forma de periodismo, pues debido a la experiencia que los periódicos tuvieron durante los primeros gobiernos constitucionalistas en los que a pesar de las garantías a la libertad de imprenta y de expresión que se consagran en la Carta Magna la agresión y censura para los periódicos existió.

En la época constitucionalista se señala que "en principio, la nueva etapa debía favorecer a los periódicos que habían combatido el régimen liquidado por la revolución... pero el mismo Don Venustiano Carranza -inspirador de la nueva Carta Magna- fue quien puso en boga un singular castigo para todos aquellos periodistas que no comulgaban con la 'verdad absoluta' en

cuestiones políticas y militares.

"Durante la administración presidencial del general Alvaro Obregón varios editores de periódicos fueron hostiles al gobierno y lo atacaron con inusitado vigor, pese a lo cual el caudillo sonorense toleró -increíblemente por cierto dado su carácter autoritario todo cuanto se publicó en contra suya... al parecer Obregón consideraba algo inocua la oposición periodística y además contaban con castigos corporales, o bien, con el insustituible 'cañonazo de 50 mil pesos, que muchos aceptaron y muchos rechazaron".(3)

Asimismo, el autor indica que una vez "vencida la rebelión de la Huertista, el general Plutarco Elías Calles ascendió a la primera magistratura del país el primero de diciembre de 1924. Calles reorganizó económicamente al país. Durante el régimen de Calles, la llamada Guerra Cristera pone el ejemplo de como los periódicos no podían permanecer al margen de tal situación y tuvieron que tomar partido. Los que disintieron de la línea oficial pronto fueron víctimas de la represión y fue entonces como se dio origen a una ola de atentados contra muchos periodistas y asaltos a sus diarios".(4)

Muchos diarios de la época atacaron terriblemente al aparato gubernamental, en principio por la represión que se daba al catolicismo, y de igual forma a la propia prensa, llegando a publicar que los mismos revolucionarios habían asesinado a una de las llamadas conquistas de la Revolución: La Libertad de Imprenta.

La historia de los gobiernos de México y la prensa de esa época pone de manifiesto que "para gobernar mejor, los poderes, ya fueran políticos, económicos o religiosos, siempre han tenido que dominar los medios de información. Toda la historia humana lo atestigua: quien controla la comunicación

controla la sociedad; quien domina la circulación de la información asegura el orden y la estabilidad por algún tiempo" (5)

Y así, en los regímenes posteriores, cuando asume la presidencia Emilio Portes Gil, con quien termina la llamada Guerra Cristera, en 1929 nace como órgano oficial el periódico, "El Nacional", el cual todavía existe, más por el subsidio del gobierno que por la circulación del propio diario.

"Durante el régimen Cardenista (1934-1940) fue creada la Productora e Importadora de Papel S.A. (P.I.P.S.A.) como un monopolio estatal para importar todo el papel que consumen los periódicos mexicanos, aunque bajo la apariencia impecablemente legal de que participaban y se beneficiaban los editores de todos los diarios. Muy pocos periodistas y algunos políticos advirtieron en aquel entonces que tal creación del Presidente Cardenas implicaba una potencial y eficaz amenaza para la Libertad de Prensa" (6).

(3) Ma. del Carmen Ruiz Castañeda, Luis Reed Torres y Enrique Cordero, *El Periodismo en México*, Ed. Tradición, páginas 241, 265 y 268, México 1974.

(4) Ruiz Castañeda, *Op. Cit.* página 272.

(5) Coordinación General de Comunicación Social, Presidencia de la República, *La Democratización de los medios de Comunicación Social*, Colección Aportes de Comunicación Social, Tomo Tres, página 59, México 1982.

(6) Ruiz Castañeda, *Op. Cit.*, página 284.

También en el gobierno del General Lázaro Cárdenas se instituye el orden en la prensa, cuando comienza a funcionar el sistema de comunicación e información, desde las oficinas del gobierno.

Al fundarse el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAAP) en todas las oficinas gubernamentales principalmente en las Secretarías de Estado, se centralizó toda la información oficial y se convirtió en un verdadero intermediario entre el Presidente de la República y los grandes diarios del país.

Más adelante justificaremos el DAPP, por lo que toca a publicidad, ya que si en lugar del término original se hubiera utilizado el de Propaganda, se entendería como difusión política y no comercial.

"Durante la presidencia de Cárdenas encontramos el antecedente inmediato de los actuales boletines de prensa en el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad, cuyo objetivo explícito fue de centralizar la información oficial". (7)

El DAPP, en su época, de hecho ejerció un control sobre las actividades oficiales en su aspecto informativo que a su vez satisfacía la necesidad de información que siempre han tenido los periódicos.

Sin embargo, en el régimen posterior (Manuel Avila Camacho) se creó la Dirección General de Información, oficina dependiente de la Secretaría de Gobernación. El presidente Miguel Alemán establece durante su período presidencial (1946-1952), los departamentos de prensa en todas las Secretarías de Estado, así como en departamentos autónomos, instituciones y em-presas estatales.

(7) Fátima Fernández Christlieb, Los Medios de Difusión Masiva en México, Juan Pablos Editor, página 79, México 1984.

Fue la época de los años cincuenta en la que los gobernadores de los Estados de la República Mexicana comenzaron también a designar a sus jefes de prensa y establecieron en la ciudad de México oficinas de información para proporcionar a los diarios el reporte de actividades del "Señor Gobernador".

Posteriormente, desapareció el control de la Secretaría de Gobernación, y del régimen del presidente Adolfo Ruiz Cortines, pero hasta nuestro tiempo todo parece indicar que la formación oficial es supeditada y vigilada desde la Secretaría de Gobernación y del Palacio Nacional.

¿Pero cual sería el problema real de la prensa en la ciudad de México? ¿Porqué los diarios se abstienen de decir la verdad? casi siempre sucede que después de un período presidencial la prensa ataque al funcionario saliente y alabe la labor del entrante.

Hay hechos muy concretos que la historia conoce, pues cuando un diario ataca o publica una información no grata al Poder Ejecutivo, el gobierno lo censura.

Los periódicos han demostrado ser fieles al sistema, quizá por el temor de tener represalias, ya que el Estado no pretende, en cierta forma el control de la prensa, pero si un orden en el sistema democrático en que se desenvuelve el país.

La prensa en México, especialmente la de la Ciudad de México, ha centralizado todo su deber en informar sólo en lo que el Presidente de la República en turno hace y se limita en informar lo que el Estado quiere informar a la sociedad, so pena de que el que se salga de esta línea será con

siderado enemigo del gobierno.

Si la "prensa realiza una contribución positiva al desarrollo, de la conciencia política, contribuye a la comprensión por parte del pueblo, de los problemas nacionales y de la comunidad, y fomenta la cooperación pública; dos cosas esenciales para el progreso social" (8), y la siguiente pregunta queda ¿porqué los directores y los reporteros no publican lo que deben informar?

Pero ¿cuál ha sido la contribución de la prensa en nuestra sociedad? ¿Se han evitado acaso errores políticos y sociales? Posiblemente un político o un empresario podrían contestar estas preguntas. Sin embargo, los trabajadores, campesinos y la clase popular continúan alejadas de una información objetiva e imparcial.

Tal vez todo ello se deba a que "todos los gobiernos organizaron o reforzaron sus oficinas de 'información, de relaciones públicas, de comunicación,' y de otros eufemismos que tratan de disrazar la actividad real: la propaganda política" (9).

Podría ser también que la distribución de la información en un medio se ha convertido en un problema, ya que algunos o casi la totalidad de los medios han hecho una separación de sectores mediante fuentes de información como el político, el agrario, el laboral, el de salud, etcétera, con lo cual los encargados de armar el diario a veces se pierden en la importancia que tiene la información requerida por la sociedad.

Sin embargo, las declaraciones se repiten en todos los diarios, por lo general no hay exclusivas o reportajes especiales parece que no existe di

ferencia alguna, a menos que tengan marcada una línea de información.

Si nos basamos a lo que se considera como Libertad de Prensa y Expresión del artículo 19 de la declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas del 10 de diciembre de 1948, que proclama: "Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar o recibir informaciones y opiniones, y el de difundirla sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión".

Lo anterior coincide en gran parte con los artículos 6° y 7° constitucionales nuestros, pese a ello la opinión pública por llamar así a la sociedad "tiene muy poco de pública en tanto representa en la realidad a unos pocos grupos privilegiados. La opinión de las mayorías no trasciende nunca a los medios salvo en algunos casos muy especiales como en los periodos electorales o movilizaciones al estilo populista" (10), así como en algunos espacios en los diarios donde reciben las colaboraciones de representantes de organismos políticos de diferente corriente ideológica, o bien, las cartas del editor y las planas exclusivamente para poner quejas de parte de los ciudadanos.

Sin embargo, la gran mayoría no cuenta con un medio para informar o publicar su apoyo, inconformidad o cualquier otro tipo de declaración debido al poco acceso que tiene en los medios.

(8) E. Lloyd Sommerlad, *La Prensa en los Países en Desarrollo*, Manuales UTHEA, número 374, página 90.

(9) Victor M. Bernal, *Anatomía de la Publicidad en México*, Ed. Nuestro Tiempo, pag. 57, México 1976.

(10) Daniel Prieto Castillo, *Retórica y Manipulación Masiva*, Edicol, página 15 México 1983.

Por otra parte, Camilo Taufic señala; "el periodismo, cuya misión, es detectar cualquier alteración del statu quo, es decir, del estado en que están las cosas en todo orden de materias, dar informes que permitan guiar las actividades de los partidos políticos, de las organizaciones sociales y de los mismos individuos, y como esta información diaria y reiterada por distintos canales (prensa, radio, televisión, etc.) llegan a influir decisivamente en la propia orientación de la sociedad, -por lo que las clases, los partidos y el estado se esfuerzan por tener bajo su control el periodismo para configurar el mundo según sus intereses.

"El papel político del periodismo queda de manifiesto si se informa para orientar en determinado sentido a las diversas clases y capas de la sociedad y con el propósito de que esa orientación llegue a expresarse en acciones determinadas. Es decir, se informa para dirigir".(11)

Una vez comprendido todo el marco estructural del Estado y la Prensa, podemos señalar que hoy la Prensa es partidista y oficialista, que responde a ciertos grupos de poder, que luchan económica, política y socialmente para defensa de sus intereses, sin dañar la relación que mantiene con el Estado.

De esta forma, podemos decir que hay dos poderes, uno que se encuentra asentado en el Poder Ejecutivo, representado por el Presidente de la República, y el segundo comúnmente llamado "Cuarto Poder" basado en la fuerza que tiene la Prensa, pero en nuestro Continente esta es en la mayoría de los casos, una empresa privada.

(11) Camilo Taufic, Periodismo y Lucha de Clases, Ed. Nueva Imagen, página 76 México 1973.



*Tanto el Estado como la Prensa conocen sus limitaciones, hay un equilibrio de poder, el primero basado en las instituciones gubernamentales y el segundo en el respaldo que encuentra en la opinión pública.*

*Este equilibrio de poder será tratado en la relación Estado-Prensa.*

## 1.2 LA RELACION ESTADO-PRENSA

Una de las características fundamentales del ser humano es la necesidad de comunicarse y ser informado. La información y la Comunicación son dos conceptos que se interrelacionan, ya que la información parte de la comunicación, pero no es el todo.

Tendremos que recordar que la información es poder. Y en la actualidad el papel ideológico de los medios de comunicación es cada vez más intenso, porque la sociedad los enfrenta con pocas defensas, falta de información, mensajes a toda hora, intereses claramente definidos, y al no contar la sociedad con canales para participar, hace de ésta un centro de poder.

Acciones y pensamientos de los propietarios de los medios de comunicación se manifiestan a diario, la información transmitida y publicada conforman la concepción del mundo, que nutre a la sociedad, y evidentemente representa los intereses de un determinado núcleo de personas.

También se hace necesario reconocer los tipos de propiedad de las empresas periodísticas: las privadas (con variantes que las dividen en nacionales y extranjeras, por una parte, y en concesionarias de un servicio o estrictamente particulares por otra); las de propiedad social (cooperativas); y las del Estado (que admiten una subdivisión en declaradas, simuladas o paraestatales).

Una vez explicado lo anterior nos servirá para entender más adelante cada punto que se tratará en la relación Estado-Prensa.

La relación del Estado con la Prensa durante algunos años fue de

una manera cordial, puede afirmarse que a partir del régimen del presidente Lázaro Cárdenas, hasta el año de 1968, y desde el mes de julio de ese año, los hechos del movimiento estudiantil no se pudieron acallar. Y entonces surgen problemas de parte del gobierno para con algunos periódicos que publicaron fotos y declaraciones en contra de las instituciones nacionales. Asimismo, en los últimos meses del gobierno de Luis Echeverría Álvarez, los errores gubernamentales tampoco se lograron encubrir, pero no fue hasta el periodo presidencial de José López Portillo, cuando se reconoció públicamente la relación que guardan el Estado y la Prensa.

Creo necesario transcribir todo lo que se dijo el siete de junio de 1982, durante la celebración del "Día de la Libertad de Prensa", ya que este servirá como marco de referencia para tratar el problema de equilibrio de poder entre el Estado y la Prensa.

El periodista Francisco Martínez de la Vega, durante la ceremonia de la entrega de Los Premios Nacional de Periodismo, en el Salón Carranza de Los Pinos, dijo: "quizá sea esta la ocasión propicia para referirnos a la relación entre los gobernantes y los periodistas. No son ya los tiempos en que el destino del crítico era la persecución, la censura, la cárcel o el atentado contra la vida".

"Cuando la autoridad sataniza a un profesional o a una publicación, algo falla en esa relación, pues basta que se haga pública la hostilidad de una autoridad hacia algún órgano periodístico para que la existencia de ese órgano sea casi imposible, ya que sobran quienes en todos los sectores, prefieren halagar a la autoridad que mantener su relación normal con el periodista y la publicación satanizados".

una manera cordial, puede afirmarse que a partir del régimen del presidente Lázaro Cárdenas, hasta el año de 1968, y desde el mes de julio de ese año, los hechos del movimiento estudiantil no se pudieron acallar. Y entonces surgen problemas de parte del gobierno para con algunos periódicos que publicaron fotos y declaraciones en contra de las instituciones nacionales. Asimismo, en los últimos meses del gobierno de Luis Echeverría Álvarez, los errores gubernamentales tampoco se lograron encubrir, pero no fue hasta el período presidencial de José López Portillo, cuando se reconoció públicamente la relación que guardan el Estado y la Prensa.

Creo necesario transcribir todo lo que se dijo el siete de junio de 1982, durante la celebración del "Día de la Libertad de Prensa", ya que este servirá como marco de referencia para tratar el problema de equilibrio de poder entre el Estado y la Prensa.

El periodista Francisco Martínez de la Vega, durante la ceremonia de la entrega de Los Premios Nacional de Periodismo, en el Salón Carranza de Los Pinos, dijo: "quizá sea esta la ocasión propicia para referirnos a la relación entre los gobernantes y los periodistas. No son ya los tiempos en que el destino del crítico era la persecución, la censura, la cárcel o el atentado contra la vida".

"Cuando la autoridad sataniza a un profesional o a una publicación, algo falla en esa relación, pues basta que se haga pública la hostilidad de una autoridad hacia algún órgano periodístico para que la existencia de ese órgano sea casi imposible, ya que sobran quienes en todos los sectores, prefieren halagar a la autoridad que mantener su relación normal con el periodista y la publicación satanizados".

"El gobernante de buena fe piensa que todo lo que hace y lo que omite es por el bien del país que gobierna; el periodista sincero tiene la convicción de que al censurar sirve a ese mismo interés supremo. En ambas posiciones puede haber error si no nos sentimos dueños de la verdad. Pero no cometamos pecados de solemnidad en este aspecto de la relación Estado-Prensa y coincidamos en que todo andaría muy deteriorado si los gobernantes hicieran siempre lo que recomiendan sus críticos o, quizá peor aun, si los periodistas sólo escribiéramos lo que el gobierno considera grato.

"Un certero reglamento del derecho a la información, aún pendiente, definirían mejor esa relación y armonizaría libertad y responsabilidad. Por primera vez, que nosotros recordamos, un Presidente de la República ha condescendido a polemizar con sus críticos de los medios de comunicación. Otros aparentaron despreciar a las críticas y a los críticos y prefirieron el atentado directo o indirecto.

"Usted (José López Portillo) nos contradice, nos polemiza con vehemencia que quizá al principio pareció agresión, pero defiende su verdad y su alta responsabilidad gubernamental".

De igual forma, el señor León García Soler, Premio Nacional de Periodismo, dijo en esa ocasión que "hemos de comprobar con la acción y la palabra libre que mienten quienes condenan a la prensa a la parálisis de la castrotrante autocensura por el cómodo expediente de afirmar que escribir de política conduce únicamente a la importancia o, peor aún, a la complicidad.

"El derecho de expresar libremente el pensamiento, sin sujeción alguna, sin censura ni sometimiento al poder gubernamental, es conquista de mexicanos que padecieron persecución y cárcel para que en esta República la

verdad llegue al único juez de acciones, programas y políticas: el pueblo. Verdad, así se trate de crítica extrema o perturbadora.

"No hay otro conducto entre ciudadanos y gobierno que el de medio de comunicación: si éstos son empleados por la corrupción o se traicionan con la autocensura; si el gobierno olvida su obligación y pretende influir, presionar o someter a aquéllos nada habrá capaz de evitar el divorcio definitivo con el pueblo, de liberarlo de la incredibilidad para restablecer la confianza.

"El periodismo no se justificaría, no tendría sentido de libertad de expresión si no sirvieran ambos para interpretar la voluntad de esos hombres y esas mujeres, para expresar lo que los trabajadores han sabido siempre: que la libertad sin democracia es quimera; que la libertad sin el justo reparto de la riqueza es engaño".

A continuación se transcribe la versión estenográfica de las palabras improvisadas por el señor Presidente José López Portillo.

"Como hombre libre quiero concurrir ante ustedes, porque resulta que también como hombre libre estoy implicado como gobernante y como poderoso... Quisiera que precisáramos lo que es la comunicación, lo que es la información, lo que es la publicidad, lo que es la propaganda y lo que es la obligación del Estado a subsidiar derechos".

"Es la comunicación lo que permite la vida en sociedad, porque es lo que nos hace -entre nosotros- crear condiciones de comunidad que propicien la convivencia. Es conocimiento, es información, es emoción, es tantas cosas que entre nosotros nos comunicamos y que nos permite la vida en la sociedad civil a la que concurrimos buscando la satisfacción de nuestros inte-

reses entre los que está el legítimo de nuestro prestigio".

"A la comunidad se le puede, se le debe comunicar información. A la sociedad se le puede llevar publicidad. Es la sociedad el ámbito de la propaganda".

..."los conceptos, porque cuando en el juego de comunicación-información-publicidad-propaganda se mezcla el valor de la libertad para suponer que en el juego de aquellos conceptos se conjunta la libertad, el hombre libre, que es gobernante y es hombre poderoso, reclama la libertad de ejercer su derecho a informar sobre sus razones y sobre sus propósitos".

"La información -al meterse en la forma con el concepto, con el conocimiento-, es derecho evidente de la sociedad, que no se enfrenta sino se complementa con la libertad de expresión".

"Muchas veces hemos insistido en que no debemos confundir la libertad de expresión, la libertad de prensa -que es derecho conseguido por el individuo frente al Estado- con el derecho a la información -a formarse por dentro- que tiene la sociedad civil respecto de las cuestiones que les importan".

"El derecho a la información es un derecho social que está en gestación de conciencia -les ruego me permitan la expresión-, que está encontrando y abriendo sus propios caminos, confundido en la raíz de su origen, que es la libertad de expresión, con la que frecuentemente se entrecruza y con la que debemos empezar a hacer las apreciaciones pertinentes para que no se oscurezca en esta relación en ocasiones difíciles".

"El derecho a la información está abierto, vigente: lo reconozco co

mo derecho social y su principal protagonista -lo he dicho también muchas veces- es el Estado; pero no sólo éste porque frente al derecho de información hay la obligación de informar".

"Si el derecho a informar primordialmente obliga al Estado, éste tiene que hacerlo fundamentalmente respecto de sus propósitos y de sus actos, y en nuestra sociedad lo hace, con las deformaciones que nuestra vida social le han venido imprimiendo en el transcurso de su aventura política. El Estado tiene la obligación de informar en una sociedad plural en la que los medios -y lo he dicho en varias ocasiones- son entidades mercantiles que venden información y noticia y de ellas viven, y esto es legítimo -no es una crítica sino una observación-".

"En muchas ocasiones el Estado para informar tiene que pagar porque con frecuencia no se considera suficiente noticia que el Gobierno informe. Para convertir la información en noticia de algún modo tiene que pagar su publicidad. En buena hora. Esto es legítimo en una sociedad plural, compleja, mercantil, empresarial como la nuestra".

"La propaganda es un concepto mucho más amplio que la publicidad, que se da fundamentalmente en la prensa y otros medios masivos de comunicación; pero la publicidad se da -creo yo- a través de medios establecidos, constantes, si no es que instituidos, y la propaganda es algo mucho más abierto, que tiene otro concepto".

"En mi estimación debemos reflexionar sobre la publicidad, concretamente la del Estado, a la que tienen que acudir cuando su información no es suficientemente atractiva o noticiosa, porque lo prestigia. En ocasiones no se puede simple, lisa y llanamente informar, sino que se tiene que pagar a



Los medios de comunicación, para la información se convierta en noticia".

"El Estado en una sociedad plural y mercantilista como la nuestra, en ejercicio de derechos y obligaciones, no sólo tiene la obligación de informar sino también -y con frecuencia- la obligación y la conveniencia de publicar, de extender entre el público sus propósitos o sus acciones para causar en la sociedad civil el efecto que le interesa, y lo paga".

"El Estado y sus órganos pagan publicidad ¿para qué?; para lograr en la sociedad civil el efecto propuesto, que puede ser desde la conveniencia funcional y la efectividad de una de sus funciones -si me permite la reiteración- hasta obtener de la sociedad el prestigio que resulta de cumplir con sus propósitos y sus objetivos y así justificarse ante la sociedad civil, en la que todos queremos tener el prestigio que nos da constancia en la relación humana que la sociedad civil significa".

"La búsqueda del prestigio es un derecho legítimo de la persona humana que vive en la sociedad civil y que se da también en el caso del gobierno, que busca en la sociedad civil la consecución de su prestigio, condición de estabilidad, justificación de su función, de su afán".

"Esta sociedad, y específicamente este gobierno han incorporado como norma constitucional el derecho a la información, y hasta ahora se le ha reconocido a los órganos en los que la opinión pública puede sustanciarse formalmente, para garantizar que sus intereses en la sociedad civil lo es para informar a la propia sociedad: los partidos políticos, las partes del todo político que tienen el derecho de informar a la sociedad, y está en derecho a ser informada por aquellos a los que no sólo se les ha reconocido el derecho a la información, sino que el Estado le ha allegado recursos que el pue-

blo otorga, para que si no tienen la capacidad económica para hacerlo, de todas suertes lo puedan realizar, porque es obligación del Estado no sólo crear la posibilidad jurídica sino la realidad cotidiana para que este derecho a la información se produzca, y entonces tenemos que reconocer una figura paralela, cuya expresión es chocante pero cuya connotación es precisa: el subsidio".

"El Estado subsidia a los partidos políticos que no tienen recursos para que tengan capacidad para informar, para que se de publicidad y para que sustenten su propaganda".

... "la confusión que hay entre la publicidad del gobierno, la libertad de expresión y el cruce con el concepto preciso que debemos usar para manifestar la relación con ciertos medios de difusión: el subsidio".

"Es legítimo y razonable pensar -y por eso hice punto anterior- que si el Estado de publicidad y la paga, es para alcanzar un propósito en la sociedad civil que formaliza políticamente y a la cual debe servir; publicidad para que su acción, para que sus propósitos, para que sus principios obtengan reconocimiento, justificación o le den un prestigio. Para eso paga pu blicidad".

"Pero cuando paga publicidad y obtiene sistemáticamente un efecto contrario, estamos en presencia de una constante opositora que se justifica plenamente en el caso de los partidos políticos pero que en empresas mercantiles que quieren ganar dinero con la venta de su opinión, con la venta de su difusión, tenemos que hacer reflexiones y distingos".

"En buena hora que un partido político, organizado para influir con su opinión en la sociedad, diga del Estado lo que estime pertinente. El Estado

tiene la obligación de proporcionar los dineros del pueblo a ese partido para que cumpla, en nuestra sociedad plural, con la función política que los justifican. ¿Pero hasta que punto? Este es un tema de reflexión que les dep<sup>o</sup>sito, señores: ¿hasta que punto?".

"¿Una empresa mercantil organizada como negocio profesional tiene el derecho a que el Estado le de publicidad para que sistemáticamente se le ponga? Esta, señores, es una relación morbosa, una relación sadomasoquista que se aproxima a muchas perversiones que no menciono aquí por respeto a la audiencia: 'Te pago para que me pegues'. Pues no señores. Frente a las empresas mercantiles que viven de la publicidad y que de ella obtienen ganancias no altruistas como los partidos políticos, ante cuya responsabilidad rindo respeto, sino que quieren hacer negocio con la publicidad del Estado, hablando sistemáticamente más de él para frustrar sus propósitos que tiene el hacer publicidad, ahí estamos en una relación que debemos vigilar".

..."¿tienen derecho los medios de información opositores del Gobierno no incorporados a partidos políticos a recibir del Estado, en forma sistemática y permanente, para justificar su existencia, una cantidad precisa de dinero? ¿Lisa y llanamente tienen derecho? ¿O debemos establecer, si les reconocemos ese derecho, condiciones y requisitos previos, aunque sean mínimos? ¿El Estado que tantas actividades subsidiadas debe hacerlo también con la oposición sistemática fuera de los partidos políticos, gratificando varidades profesionales que persiguen el lucro? Porque si persiguieran el fin político, a un partido político estarían agremiados".

"¿Tienen derecho a recibir porque si un subsidio del Estado? Si esto es así, si esto es lo que quiere el pueblo de México, no tengo ningún in-

conveniente de abrir una partida presupuestal para gratificar medios opositores de la prensa no afiliados a los partidos políticos".

"Pero no hablemos entonces, señores, de que la publicidad que da el gobierno es un medio de combatir la libertad de expresión porque esta se respeta en los términos más absolutos".

"¿El Estado debe reservarse el derecho a saber si su publicidad -y por eso precisé el concepto- debe emplearse para gratificar intereses mercantiles de medios que han profesionalizado la oposición como modo de supervivencia?... ¿Es la publicidad un subsidio obligatorio del Gobierno o debemos, lisa y llanamente, abrirle el subsidio a la oposición organizada mercantilmente, para organizarle sus ingresos?

...¿Qué tienen que hacer el Banco Nacional de Crédito Rural pagando publicidad? ¿para qué? clientes los tienen a porrillo; le faltan recursos para satisfacer una demanda que ya está organizada. ¿Qué va a hacer el Banrural pagando publicidad? ¿Es un medio lisa y llanamente, de subsidiar un medio de información con todas las complicaciones que se van bordando en torno a este sistema de subsidiar la comunicación? ¿De qué se trata? ¿De que la institución adquiera prestigio, de que el funcionario se proyecte políticamente, de evitar que se le ataque, de evitar que se le denuncie?"

"¿Qué es lo que persigue el Seguro Social cuando paga publicidad de acuerdo con los sistemas complejos que sabemos están ya instituidos en nuestra sociedad? Las empresas que necesariamente tendrían que pagar sus obligaciones, las pagan por medio de publicidad, y aquí empieza el sistema, señores, que debemos de analizar sea el más correcto" (12).

(12) Presidencia de la República, *El Pensamiento de José López Portillo, Libertad de Expresión y Derecho a la Información*, Coordinación de Comunicación Social, México 1982.

La Constitución Mexicana establece en sus artículos sexto y séptimo la libertad de imprenta y de expresión, sin embargo, hay dos conceptos - que a nosotros no nos corresponde tratar por su amplio campo de investigación que son la moral y el derecho a la información.

De esta forma, constitucionalmente a la prensa se le permite decir y señalar lo que a todos nos concierne, principalmente, sobre la política gubernamental, centro de atención de todos los sectores, pero ¿por qué los medios de comunicación se restringen?

Como se ha señalado, el Estado tiene un cierto control sobre estos con lo cual se ha provocado un abismo en el que todavía permanecemos, el miedo a las represalias, que van desde un simple llamado de atención y pueden - llegar hasta la quiebra de una publicación.

Un ejemplo de ello es "lo acontecido en Excélsior en el año de 1929 es ilustrador para comprender la sutil inferencia del ejecutivo en el cambio de dirección de los periódicos de gran tiraje, una vez que se dio el paso, como afirmó Calles, de un sistema más o menos velado de gobierno de caudillos a un más franco régimen de instituciones. Con esto queremos decir que ni Calles ni los jefes del Ejecutivo que le suceden han utilizado después de 1928 el - enfrentamiento directo con los dueños de los diarios para apropiarse de estos. El pretexto más común es la aparición de un conflicto laboral interno.

Recurso utilizado en el Excélsior de 1929, en el Novedades de 1945 y en el Excélsior de 1976. Los pasos que se siguen en el primero de los casos son los siguientes: El Excélsior se opuso abiertamente a la política gubernamental en materia religiosa, a tal grado de publicar una verdadera apología del movimiento cristero. Ante los ojos de Calles, Rodrigo de Llano, director

desde 1924, resultó responsable de esta política editorial antigubernista, por lo que en 1929, con fondos del gobierno federal y a nombre del empresario regiomontano Federico T. de Lachica, adquirió el periódico y puso fin a las protestas contra los acuerdos de 1929 firmados por Portes Gil y el Obispo Pascual -- Dlaz. Posteriormente en el periódico sobrevino una lucha por la dirección, ya que en este puesto había quedado temporalmente Manuel L. Barragán. Aunado a esto, surgió una crisis económica y un conflicto laboral que desembocaron en una huelga y en el cierre del periódico en junio de 1931. Calles, una vez que la situación llegó al momento por el previsto dió ordenes para que el Banco de -- México adquiriera el periódico, colocó Abel Pérez como Presidente del Consejo de Administración, quien en 1932 abiertamente comunicó que Calles le dio instrucciones para liquidar Excelsior. Los trabajadores del periódico se opusieron y decidieron convertirlo en una sociedad cooperativa y restituir a Rodrigo de Llano en la dirección; este ocupó el puesto por un segundo período comprendido de 1933 a 1963" (13).

Asimismo, Fatima Fernández Christlieb apunta que Miguel Alemán Valdez en 1944 llevó a cabo una acción similar, aunque con fines distintos en el periódico Novedades. Siendo Secretario de Gobernación, decidió iniciar su campaña para ser designado candidato a la presidencia. Necesitaba para ello, el apoyo total de uno de los tres grandes diarios de la época.

Por otra parte, el caso de Excelsior de 1976, se remota a lo acontecido el 2 de octubre de 1968, la Noche de Tlatelolco, el propio Julio Scherer García en su libro titulado "Los Presidentes", (de la Editorial Grijalbo, tercera edición, 1986). Excelsior publica la verdad a pesar de que el director del periódico recibió un "telefonema urgente" me había advertido el Se-

(13) Fatima Fernández, Op. Cit. página 21.

cretario de Gobernación (Luis Echeverría Álvarez) que en Tlatelolco calan sobretodo soldados y a punto de colgar el teléfono habla dejado en el aire la frase amenazadora: ¿queda claro, no?

Medio impreso que rompió con la línea oficialista, sin que cayera en la llamada prensa partidista, y por ser disfuncional al sistema político mexicano, su dirección fue sustituida con anuencia del Ejecutivo.

Scherer García explica todo lo acontecido durante su dirección y destaca que el entonces presidente Echeverría inspiró el boicot de la iniciativa privada contra Excelsior para retirar toda la publicidad comercial, así como el apoyo que otorgó el gobierno a un grupo de trabajadores que lograron su destitución el ocho de julio de 1976.

Los sucesos del jueves 8 representan la culminación de larga y persistente campaña destinada a impedir que nuestro pueblo sea informado con amplitud y a silenciar las opiniones disidentes de la vida pública de México".

Por ello, no todos los diarios tienen el valor de enfrentarse por sí solos en una lucha contra el Estado, en el debate político, pero hay que entender esto: La labor periodística se ha deteriorado, se piensa que la prensa debe de atacar al gobierno, cuestionarlo y denunciarlo, pero también debe hacerlo en destacar sus logros y triunfos, así como de sugerir, recomendar y hasta guiar las acciones desde sus páginas en beneficio de la sociedad, pero la verdad es otra.

Al parecer ningún diario lleva a cabo la tarea de informar-comunicar, son muy pocos los que tiene una respuesta de parte de la sociedad, en tanto la mayoría se limita a informar.

En la labor periodística se encuentra que la imagen y persona del Presidente de la República son intocables, han existido casos que sin publicarse una nota periodística agresiva en su contra, los críticos han sufrido agresiones por sólo escribir una nota familiar.

En la historia de México se pueden encontrar casos en que el medio que no compartía con la política del Ejecutivo, era censurado, práctica que hasta la fecha continúa.

"El control de los medios masivos en el mundo capitalista, y en México desde luego, es una de las condiciones más importantes para poder preservar el sistema. La burguesía, dominante y dominada lo sabe bien y no cederá ni un ápice" (14), y a ello hay que agregar que "la prensa y especialmente los diarios constituyen un importante elemento legitimador dentro del sistema político mexicano" (15).

De esta manera se pone en claro que existen dos poderes como se ha querido demostrar a lo largo del presente estudio: El Estado que a través de sus instituciones gubernamentales pretende legitimar sus acciones por medio del espacio publicitario en los medios informativos, -entre otras medidas- y la prensa que con su poder, para influir en la conducta de la sociedad, -representa un potencial riesgo, pero la política informativa que realizan no es la que la sociedad requiere; son los dueños de los medios que conforme a sus intereses publican acciones e ideas de acuerdo a sus intereses.

Hay una lucha de intereses: El Estado por mantener el actual sistema político y su imagen de democrático y la Prensa por cuidar sus negocios y de no ver restringidas sus libertades.

(14) Víctor M. Bernal, Op. Cit. página 220

(15) Fatima Fernández, Op. Cit. página 251



En esta lucha a la sociedad sólo le queda el papel de espectador - y su única participación es la de condenar o alabar cualquier acción de las dos partes, sin que tenga una verdadera participación en defensa de sus derechos y la resolución de sus problemas.

"Históricamente la función de la prensa mexicana ha sido la de ser voceros de grupos de poder... La gran prensa de la ciudad de México representa un conjunto de órganos que jerarquizan las creencias e informaciones, generadas o admitidas por quienes tienen determinado poder político o económico... es decir, concebimos el periódico como un conjunto de mensajes implícitos y estructurados, expresión del sistema de valores de un grupo determinado; sistema que defiende los intereses de dicho grupo y da origen a comportamientos preescritos frente a determinados problemas sociales, económicos o políticos" [16].

La cita de la participación de periodistas y del presidente de la República en la ceremonia del siete de junio de 1982, es una prueba de que existe una relación Estado-Prensa, la cual era llevada en un lazo de cordialidad por ambas partes, hasta que al gobierno en turno no le pareció que los atacaran sistemáticamente medios que eran sostenidos con dinero del propio gobierno, y este fue el caso directo de la revista "Proceso" a la cual le retiró el gobierno de López Portillo toda la publicidad oficial en venganza por las reiteradas críticas al régimen.

Se reconoce la existencia de grupos económicos que tienen medios de comunicación, y representan sociedades mercantilistas, que como toda empresa privada, su función es la de generar dinero y su poder radica en poseer una tribuna desde la cual pueda tener contacto con la sociedad. Pero este

contacto se da sólo en ocasiones excepcionales y de acuerdo a sus intereses.

"Es decir de dominio público que el gasto del gobierno mexicano y de otros gobiernos interesados en la subordinación ideológica del pueblo son cuantiosos, pues su presencia se hace sentir en la prensa diaria" (17).

Como se sabe en la ciudad de México existen más de diez diarios y la mayoría son empresas privadas, pocas son empresas sociales (cooperativas) que responden a definidos intereses económicos o políticos, así como gubernamentales.

"No es que la prensa sea el 'cuarto poder del Estado', sino que está al servicio de los poderes y es una de las formas concretas que asume su poderlo" (18).

El equilibrio de poder se encuentra en esa relación cordial, la empresa necesita dinero para ser negocio y el gobierno requiere de imagen para sustentarse. Ambos conocen la necesidad de cada quien.

No fue sino hasta en esa conmemoración de la Libertad de Expresión del año 1982, donde se reconoció públicamente la relación Estado-Prensa, tal vez por ello se deba que la sociedad no está debidamente bien informada o tenga una menor participación, ya que el Estado gasta el dinero del pueblo y ocupa amplio espacio de los medios informativos en mantener su imagen y difundir sus acciones.

En tanto, la prensa guarda celoso respeto al gobierno, pues en buena parte subsiste de él y como todo empresario primero están las ganancias y -

(17) Victor M. Bernal, Op. Cit. página 138

(18) Camilo Taufic, Op. Cit. página 33.

después la obligación que tiene con la sociedad, sin embargo, hay periódicos - como "Excelsior" que además de tener una sección para que los ciudadanos publiquen sus inconformidades, sugerencias y alabos, como una forma de demostrar - que existe una verdadera comunicación y apertura de ideología, mantienen páginas editoriales con la colaboración de personas de distintas corrientes ideológicas tanto oficiales como privadas.

Así mismo, "El Universal, ofrece a los partidos de oposición un espacio para que publiquen sus comentarios, aunque otros, como el "Heraldo", "Novedades", defienden a capa y espada a la iniciativa privada el "Uno más Uno" y la "Jornada", que surgen el primero, como una alternativa de información enfocada a sectores estudiantiles e intelectuales pero luego se enfrentó al problema de su subsistencia y tuvo que recurrir a la publicidad; en tanto el otro sale a la luz pública como otra alternativa pero mantiene una similar actitud que los demás diarios.

La información oficial ha desplazado la lucha por el respeto de las libertades y derechos que tienen los mexicanos. En todos los diarios encontramos declaraciones, boletines oficiales, que por ser inserciones pagadas - en muchos casos- desplazan la información de los verdaderos problemas de la sociedad.

La prensa utiliza los más pequeños actos de los funcionarios del gobierno, para agradecerlos y mantener su prestigio, pero también cobra altas tarifas para sus espacios publicitarios como para que no informen o divulguen la importancia que la gran prensa comercial da a las declaraciones de funcionarios públicos, se complementa con el hecho de que siempre son representadas sin ninguna valoración crítica. Pero también, resalta la importancia que, en las cuentas de todos los medios masivos, tiene la sección pagada de informes y declaraciones oficiales, reportajes gráficos o simplemente -

fotografías en que aparecen los funcionarios con algún discurso, al inaugurar una obra pública o al poner en marcha algún servicio.

Tales condiciones demuestran que en la relación Estado-Prensa -- más que cordial es ya un negocio lucrativo, para un fin de ambas partes y una intencionalidad.

Por ello, esa relación se ha convertido ya en un problema complejo para la sociedad, que necesita información veraz, oportuna y completa que sirva para una verdadera defensa de sus intereses o derechos y no la función subjetiva y parcial del periodismo actual.

"El gran número de periódicos en los países en desarrollo, que son propiedad de partidos políticos o patrocinados por ellos, ilustra la amplitud con la que se buscan ventajas políticas por medio del control de la prensa" (19).

Lo anterior nos ilustra sobre la importancia de la prensa y el interés de parte de partidos políticos o de grupos de poder por mantenerla bajo su control. Reiteramos que la prensa para muchas personas es un instrumento de progreso político, económico y social.

Otra manera de comprobar la manipulación de la información es la misma información que se da cotidianamente en los periódicos de la capital de la República.

Por eso, "el discurso autoritario informa" acertivamente en lugar de problematizar la realidad y confunde propaganda, comunicación, información y persuasión; es un discurso proselitista por excelencia; este discurso ve al receptor como objeto; lo convierte en simple 'recibidor de comunicados' (20).

Por ello, cada información que recibe la sociedad tiene un fin determinado preestablecido conforme a las reglas de intereses establecidos entre prensa y gobierno. Consideramos necesario destacar que el medio informativo se limita a señalar lo que le conviene decir, mientras que a su vez, - el reportero, la mayoría de las veces se conforma con lo que obtiene de datos y hechos, en las excepcionales preguntas de interrogatorio o cuando se esfuerza por conseguir una noticia importante y hace todo lo posible por obtener una novedad, los intereses del medio para el que trabaja simplemente son aplicados conforme a su política editorial y compromisos preestablecidos.

De esta forma el periodista se ve sometido frente al poderío económico y político de los propietarios de los medios informativos así como de las oficinas de relaciones públicas y prensa, limitándose a recibir la información que conviene publicarse sin tocar temas de interés para la sociedad - ni cuestionar el orden establecido olvidando que los deberes de los periodistas son: la objetividad, la veracidad, el respeto a la vida privada y la protección de los elevados intereses de la sociedad. La prensa reconoce esas -- obligaciones, pero se plantea como argumento quien debe determinar la extensión con que se publican las noticias; quien debe definir las y quien debe - establecer si sus principios han sido violados.

De esta manera, podemos decir que el periodismo en la ciudad - - de México es un periodismo oficialista, de partido o de grupo de poder que - otorga prioridad a la difusión de lo que el Estado quiere informar y después busca reacciones con los voceros de la sociedad, líderes sociales, políticos y empresarios.

Esta repetición de comentarios o declaraciones sobre los propios - discursos oficiales es y será la línea de los diarios capitalinos, quienes -

dejando a un lado la inquietud de la sociedad, sus problemas e inconformidades, ya que sólo buscan el premio a su labor de difusión de actos gubernamentales y grupos de poder.

La prensa destaca la mayoría de las ocasiones conflictos que enfrentan ciertos personajes: como ejemplo tenemos la declaración del Presidente de la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX, en octubre de 1982).

Algunos campesinos invadieron tierras del expresidente de la COPARMEX y el dirigente en turno utilizó su cargo para dar a conocer el rechazo de todo el organismo a su cargo porque el gobierno permita ese tipo de acciones. Como resultado las autoridades respondieron a esa condena sacando a los campesinos.

Con esto comprobamos que la noticia no es la invasión sino la declaración del líder patronal, sin tomar en cuenta que la información es de un interés personal para resolver los problemas de un compañero gremial.

Cuántas invasiones no se registran en toda la República Mexicana - por verdaderos campesinos o estos se realizan como medio para conseguir tierras, trabajarlas y poder subsistir. Pero esta información es acallada en las mesas de redacción pues se trata de altos personajes o simplemente "las invasiones se dan todos los días y no representan ya noticia".

Noticia, explica el maestro Fernando Benítez en una de las clases de Géneros Periodísticos en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, -- puede ser un hecho oportuno, trascendente, anormal que repercuta en amplios sectores de la sociedad.

(19) E. Lloyd Sommerlad, Op. Cit. página 102

(20) Máximo Simpson, Comunicación Alternativa y Cambio Social, UNAM, pág. 113.

Coincidió en ambos casos, pero también es noticia toda violación de derechos a la ciudadanía en general:

"Una noticia no sólo puede enterarnos de un hecho; también puede - divertirnos, ponernos en contacto con la realidad de otra clase social dis-- tinta a la nuestra; influirnos para que apoyemos determinada medida del Go-- bierno, o enseñarnos algo sobre un asunto científico o histórico. A su vez, los dueños de los medios masivos pueden utilizar significados manifiestos - latentes (ocultos) en un mismo mensaje, y es así como anunciando 'entreteni-- miento' entregan pautas de conductas o como 'dando noticia' aparentemente - 'objetivas', en realidad dirigen la opinión pública a realizar algunos en - desmedro de otras" (21). O bien, el lenguaje de la noticia, el de la 'objeti-- vidad' del acontecimiento no está menos conformado por la forma mercancla. - La forma diario al presentarse y ser consumida como el 'reflejo' fiel de los acontecimientos está trabajando en la misma línea de lo publicitario" (22).

En tanto que la publicidad "es un conjunto de técnicas y medios de comunicación dirigidos a atraer la atención del público hacia el consumo de-- terminado de bienes o la utilización de ciertos servicios".

Mientras que la propaganda se define como el "conjunto de técnicas y medios de comunicación social tendientes a influir, con fines ideológicos, en el comportamiento humano. La propaganda se extiende a la tarea de manipu-- lación ideológica política" (23).

(21) Camilo Taufic, Op. Cit. página 58

(22) J. Martín B., Comunicación Masiva: Discurso y Poder, Ed. Ciespal, página 27, México 1976

(23) Víctor M. Bernal, Op. Cit. página 49.

Con todo ello, queda explicada la relación Estado-Prensa, pero -- creemos necesario agregar que el periodismo capitalino ha abandonado a la - sociedad, al sólo representar a grupos de poder.

Cabe recordar, que la noticia es un negocio que también paga. Todos los diarios trabajan en busca de ella, algunos hasta producen otros medios al mediodía y en la tarde, con el único propósito, aparentemente, ganar la noticia.

Sin embargo, la noticia que trabajan los meridianos y vespertinos - algunas veces por no decir que la mayoría, en lugar de informar sólo desinforman, magnifican la información y llegan a causar alarma entre la población. - Quizá por esa alarma creada sea el negocio de los directores de los diarios, - y punto clave para que partidos políticos, funcionarios y otro tipo de diri--- gente busque salir en esas páginas.

En la ciudad de México existen periódicos meridianos y vespertinos, que buscan la noticia oportuna para ganarles a los matutinos, en su proceso - influyen varios factores como es la velocidad de producción, que en algunas - ocasiones provocan errores por el trato y manejo superficial y ante la carencia de noticias hacen que algunas tengan elementos falsos que sólo buscan inflar la nota periodística y destaque, esto por la reducción de tiempo para su venta, provoque la magnificencia de la noticia para atraer la atención del - público y vender más fácilmente la edición de que se trate, no es en el caso de los matutinos.

Lo anterior ha provocado la característica de "Amarillismo", que en la actualidad tienen los periódicos de este tipo, porque atraen al público - por sus "cabezas" espectaculares, que en la gran mayoría de los casos no - responde al contenido de la nota informativa.

Originalmente, en países europeos como Francia o Inglaterra, los -



diarios vespertinos surgieron como respuesta a las necesidades de la población de contar con información del día para adoptar decisiones o actitudes oportunas de ciertas situaciones del día.

Sin embargo, en el caso mexicano, el fenómeno declinó en la publicación de información ligera o chusca, porque en lugar de formas o informar al público, lo entretuviera, ya que en todos los casos incluyen publicaciones de entretenimiento o pasatiempos y otros "atractivos" como mujeres desnudas y de allí su amplia aceptación y demanda del público que permitió a esos medios tirajes muy superiores a los de más demandado matutino.

Así por ejemplo, el diario matutino con mayor prestigio y tiraje, no alcanza a competir con el número de ejemplares de un vespertino como es el caso de "2a. de Ovaciones", que tarde con tarde expende alrededor de 200,000 ejemplares y "Excelsior" alcanza los 100,000 al día.

Cabe recordar, sin embargo que la mayoría de los diarios registran entre 15 y 20 por ciento de devolución -periódicos no vendidos-, lo que bien pudiera considerarse como una fuerte pérdida económica para cada casa editorial. Empero se debe tomar en cuenta el amplio espacio publicitario con que cuentan y cuya venta cubre con creces esa supuesta pérdida e incluso permite ampliar sus utilidades.

Por ejemplo, no es necesario comparar el espacio dedicado a la información y su comparación con la publicidad, un caso muy concreto las nuevas formas del periodismo de varios medios, reducción de la extensión de las notas informativas, al tiempo que ocupan un amplio espacio en los encabezados, pero que los espacios publicitarios cubren grandes planas.

## CAPITULO II

### 2.1 FORMAS DE CONTROL

Como se ha señalado anteriormente, y lo reconoció el presidente López Portillo, el Gobierno Federal otorga un "subsidio publicitario", paga para que se difundan sus planes, acciones e imágenes.

Pero además, el Gobierno controla también la distribución del papel, herramienta principal para la producción de los periódicos. Otro control que ejerce es desde las oficinas de Comunicación Social (de Prensa).

Por otra parte, al periodista se le tiene controlado desde su mismo medio, de acuerdo al interés particular del dueño o director, se maneja la información de "ataque", "denuncia" y "desprestigio", o simplemente "apegate al boletín", o "limitate a informar a la jefatura de información y no toques el tema".

De ahí la oportunidad de transcribir la versión del presidente José López Portillo, pues de esta forma se parte del reconocimiento de un "subsidio" económico a los medios de comunicación.

Lo anterior nos servirá para detallar cada una de las formas de control de la información considerando a la publicidad como el principal elemento que proporciona los mayores recursos para que un medio periodístico pueda subsistir y tener márgenes de ganancias.

En los diarios podemos observar como la mayoría manejan grandes espacios para la publicidad tanto privada como oficial. En este manejo publici-

torio también se encuentra el propagandístico, funcionarios públicos compran espacios para que se divulguen sus actividades o logros. Los partidos políticos pagan para que se difundan sus posiciones, ideologías o campañas propagandísticas frente a determinado problema.

En los dos últimos casos se manejan de distintas formas, por ejemplo, el dueño o director del periódico, de acuerdo con sus intereses, puede brindar su medio para que se divulguen las informaciones que requiere un grupo determinado, sin que cobre ningún dinero, pero que significa un compromiso o favor cobrable en el futuro.

Algunos autores señalan que una de las "características de un periódico es la de que su costo de producción es casi siempre mayor que su precio de venta. Por consiguiente el abismo debe llenarse por otros medios, habitualmente, por medio de la venta de espacio para la publicidad. La alternativa es el subsidio -por el gobierno, una institución o un individuo-, o prácticas no éticas, como el chantaje y pagos por la publicación o supresión de informes de noticias o de artículos" (26).

Quizá a esto se deba la falta de una información objetiva e imparcial, pues como se ha repetido el gobierno y el funcionario o político requiere de imagen, en tanto el medio requiere de ganancias o de favores que sólo los obtienen a cambio de propaganda.

V por ello, la publicidad representa el principal sosten de un medio y que mejor manejar a diario publicidad estatal y privada, de ahí la necesidad de mantener una relación cordial entre el Estado y la Prensa.

(26) E. Lloyd Sommerlad, Op. Cit. página 114.

A pesar de mantener a la sociedad alejada de la realidad de los hechos o situaciones que la atañe, el gobierno reconoce la importancia de la publicidad para la subsistencia de los medios, y esta debe ser controlada para agradecer, sostener y sujetar a los propios medios de comunicación.

Por otro lado, el control que ejerce el gobierno a través del papel, pues un "modo más sutil de ejercer el control es explotar el hecho de que la prensa privada es un negocio que tiene el fin de obtener beneficios. El aspecto más vulnerable del funcionamiento de un periódico es su dependencia de una materia prima escasa en el país: el papel. Esto pone en manos de las autoridades un arma que utilizan con bastante frecuencia. El control del papel periódico ha sido llamado la 'gran persuasión'. Por medio de restricciones a las importaciones, el racionamiento del papel, las tarifas arancelarias y los controles de crédito, el gobierno puede castigar a los periódicos o hacerles fa-vores. Puede fomentar una prensa oficial y estrabular a las empresas priva-das o clausurar las imprentas de la oposición. El control del papel periódico fue la más efectiva de las diversas formas de intimidación"(27).

De aquí podemos partir para explicar esta forma de control que  ejerce el Estado sobre la Prensa. Hay que recordar que el general Lázaro Cárdenas contribuye al sistema político mexicano con un mecanismo de control, el cual ha servido para mantener un cierto orden entre la propia Prensa. La propia estructura de esta empresa esta diseñada para ejercer control y presión: A este respecto es importante mencionar que el Presidente del Consejo de Admínistración de la PIPSA es el Secretario de Gobernación. Lo que permite suponer que

a través del organismo en cuestión, el Estado ejerce un control de las empresas periodísticas sobre todo en momento de crisis política" (28).

A pesar de que algunos autores consideran que lejos de ser un control, los periódicos se han beneficiado de PIPSA al obtener materia prima importada al mismo precio que la nacional, sin embargo, hay que recordar que para producir un periódico este tiene que solicitar el papel al organismo, lo que hace pensar si el periódico no es del agrado del Estado por su línea Editorial, se le aprobará su solicitud de abastecimiento de papel? O bien, le su cederá como a la Revista Proceso, cuando en sus inicios tuvo que comprar el papel en el mercado negro para poder salir a la circulación. En este caso es de una revista política, no de un diario, lo que implica un menor problema para su abastecimiento y producción del medio.

De ahí la importancia de mencionar el control del Estado por medio de la distribución del papel y no dejarlo pasar por alto.

Otra manera de controlar la información es a través de las oficinas de prensa, las cuales empezaron a funcionar con la DAPP.

Esta forma es utilizada para bloquear el acceso del periodista a la fuente directa (funcionario), es decir, si el reportero quiere entrevistar a un político que ocupa un cargo público en el aparato gubernamental primero de be pasar a ver al Jefe de Prensa, quien a su vez sondeará al periodista para conocer las preguntas que hará.

El trabajo periodístico es prueba de esto; en cuantas ocasiones el reportero se presenta ante cualquier Jefe de Prensa para presentarle un cuestionario de preguntas, éste primero trata de conocer de que medio proviene y ver la conveniencia de hacer la entrevista o no.

La oficina de prensa es la encargada de proporcionar toda la información que requieren los diarios, boletinar la información producida por el Jefe de Prensa, lo que quiere informar en beneficio de la dependencia o del funcionario.

Todas las dependencias tanto públicas como privadas cuentan con esta oficina, coordinan a los reporteros por no decir que los someten a la información oficial y no permiten que el reportero realice su labor, lo restringen o lo censuran.

"Es ya asentada y admitida jurisprudencia que las oficinas de prensa de todas y cada una de las dependencias burocráticas oficiales, semioficiales y descentralizadas cubren a los reporteros de la fuente una determinada suma mensual -el consabido sobrecito-, de acuerdo con el privilegio personal del reportero o redactor y la importancia del periódico al que sirve, lo que de hecho constituye un subsidio a los periódicos en la forma de complemento a los sueldos -por lo común insuficiente- de un reportero y personal de redacción" (29).

En este control, porque no lo podemos llamar de otra forma, participan los propios periódicos al no pagar los sueldos suficientes para evitar que el periodista se corrompa, pues el dinero que proporciona la oficina de prensa es el que permite al reportero subsistir y hasta aumentar sus ingresos.

El dueño<sup>o</sup> director de los medios colabora de esta forma para que sus propios trabajadores se sujeten a las disposiciones de los jefes de prensa, hay que destacar que en la obtención de publicidad, en la mayoría de los diarios, el reportero obtiene el 15% del pago de la publicidad y qué mejor que mantener una buena relación con quien otorga la publicidad, además del 'sobrecito'.

La oficina de prensa representa otro problema y hay que señalarlo: Uniforma la información, la sociedad sólo recibe la información que el Estado desea proporcionar a través de sus boletines, que son reproducidos en todos los diarios, y las diferencias de unos a otros son insignificantes, la información no cambia, sólo en el estilo de escribirla.

Sin embargo, "lo primero que se ha de reconocer, acerca de nuestra prensa, es que más que presiones estatales inmediatas, concretas impide el ejercicio de la expresión libre de autocensura que casi nunca se legitima -pues la hay que tenga este carácter, cuando se finca en la prudencia y en la responsabilidad-. La razón de que esto ocurra así, es que la mayor parte de las empresas periodísticas de México son, antes que nada, negocios destinados a obtener ganancias o poder político, en vez de instituciones dedicadas a servir a la comunidad. Así puestas a elegir entre la libertad de empresa y la libertad de prensa, las compañías periodísticas mexicanas optan por la primera, que es la que más se aviene a sus intereses reales" (30).

La autocensura representa también un control sobre la información, como consecuencia de los intereses que tienen los propios dueños, directores y hasta los propios reporteros, evitando de esta forma conflictos que pudieran surgir por publicar algún hecho, declaración o cualquier cosa que provocara alguna inconformidad para la Relación Estado-Prensa.

Va lo hemos señalado en las propias mesas de redacción son retenidas las notas que van en contra de los intereses particulares o de grupo, pues

[27] Ibidem, Página 238.

[28] Fatima Fernández, Op. Cit. Página 35

[29] Renato Leduc, La Corrupción, Ed. Nuestro Tiempo, México 1969, página

[30] Miguel Angel Granados Chapa, Excelsior, Ediciones El Caballito, México 1980, Página 99.

"también se debe reconocer que aparte del control gubernamental sobre la prensa, también hay un autocontrol, una especie de 'censura ambiental'". Los periódicos "'saben hasta donde pueden llegar'. O saben, por lo menos, hasta donde quieren llegar". (31).

Con lo anterior queda demostrado que en esa relación Estado-Prensa existen mecanismos de control sobre la información cotidiana que recibe la sociedad pues en el proceso de elaboración y distribución de la propia información existe el propósito de modificar las conductas de la sociedad. El ciudadano común se informa de todo, conoce de todo, pero sólo es el resultado de una información manipulada que ha debido pasar por un proceso de evaluación y selección para que conciba la realidad del mundo que habita de acuerdo a los intereses de los grupos de poder.

De ahí la verdadera labor "mágica" de la prensa en convertir al político incompetente y deshonesto en genio e ilustre, a los asesinos y asaltantes con uniforme en defensores de la justicia, del orden y de la democracia, a la prostituta en actriz, y al idiota en ídolo de las multitudes.

Finalmente, comentaremos algunas sanciones que el Estado y la Prensa hacen a la Libertad de Prensa, por ejemplo por "divulgar noticias falsas. La acusación puede ser por 'incitar al desorden', 'divulgar doctrinas antidemocráticas', 'fomentar instituciones antiestatales', 'insultar al presidente', 'crear alarma o desaliento' y 'fomentar la desobediencia a las leyes'. El arresto y el encarcelamiento de acuerdo con la Ley y arbitrariamente fuera de la Ley es una amenaza constante sobre las cabezas de los periodistas. Cuando los funcionarios públicos son lo bastante fuertes, este es el modo más efectivo para obligar a guardar silencio. Cuando se respeten las leyes el periodista será juzgado y condenado o absuelto. Los arrestos y asesinatos, no son



el único medio para imponer silencio a un periodista. El periódico mismo puede ser clausurado por acción directa del gobierno. Se han producido también muchos casos de violencia y destrucción premeditada de talleres de prensa por 'demostradores' o 'bandas' rufianes que pueden gozar de inmunidad, debido a que los funcionarios públicos se hacen ciegos; y las presiones del gobierno sobre los periódicos son apoyadas, a veces, por acciones directas y violentas, llevadas a cabo por miembros de los sindicatos" (32).

En este sentido cabe resaltar que el Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa en un documento señala que alrededor de 35 periodistas han sido asesinados durante el período de 1971 a 1986, con lo cual se demuestra que esta profesión es perseguida por la labor que realiza, de todos los casos el que -- causó más notoriedad fue el asesinato de Manuel Buendía, el cual aún queda por esclarecer y del que toda la sociedad ha manifestado su interés para que concluya la investigación y así castigar al responsable de ese hecho, por lo tanto se enlistan algunos nombres sin contar los 8 o 10 asesinatos acaecidos últimamente.

A continuación se transcribe la lista de asesinatos de periodistas de 1971 a 1984:

Alberto J. Altamirano, en Poza Rica; Jorge Pliego Rodríguez, en Veracruz, a balazos; Cristóbal Sánchez, en Acayucan, cayó de un último piso; Salvador Cruz Cervantes, en Córdoba, a balazos; Javier Juárez Vázquez, en las afueras de Coatzacoalcos, torturado; Guillermo Gallardo Astorga, en Chihuahua, a balazos; Ernesto Espinosa, en Chihuahua, a balazos; José Asunción Méndez, en Juárez, a tiros; Jorge Pérez Díaz, en el D.F., asesinado; Mario Hernández Bernal, en Tlaxhuac, -

[31] Fatima Fernández, Op. Cit. página 36

[32] El Lloyd Sommerland, Op. Cit. página 236.

asesinado; Julián Sánchez, en el D.F., a balazos; Mario Centeno Gómez, en Edo. Méx., en Ciudad Nezahualcóyotl, a balazos; Jorge Hernández Garduño, en Edo. Méx., estrangulado; Jorge Ortiz, en Cuernavaca, a balazos; Eliseo Muñoz, en Morelos, - balazo en la nuca; Carlos López y López, Miahuatlán, Oax., a tiros; Patricio Pérez Pintado, Loma Bonita, Oax; Alvaro Alemán, en Oaxaca, a balazos; Vicente García Medina, en El Fuerte, Sin., a golpes; Mario Falcón Rodríguez, en Culiacán; Guadalupe Medivil Payón, Culiacán; con rdifagas de metralleta; Roberto Martínez Montenegro, Sinaloa, a balazos; Aarón Flores Heredia y Guadalupe Ochoa Villaverde, en Los Mochis, Sin.

Por otra parte, la prensa castiga a sus reporteros por atacar a un - amigo del director o del dueño, por reportear alguna información contraria a - los intereses del periódico, por aceptar el 'sobrecito' que a pesar de su conocimiento y el no pagar un sueldo profesional comienza a adjudicarle incapacidad en su trabajo, suspensión de labores y el despido por estar en contra de la política editorial del medio para el cual trabaja.

Por ello, en algunos medios de comunicación, los trabajadores han bus cado alguna forma que evite este castigo injustificado por su labor reporteril.

El Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa y similares (SNRP), creó una Cláusula de Conciencia para que en los contratos que tienen bajo su - control se eviten esta situación y es la que se transcribe en forma íntegra para que los agremiados y este sidicato tengan derecho a rescindir su contrato -- individual de trabajo con la casa editorial.

### CLAUSULA DE CONCIENCIA

Pedimos de la empresa que forma parte del Contrato Colectivo de Trabajo, la cláusula de conciencia que enseguida se detalla:

La Empresa reconoce derechos a los trabajadores agremiados a este Sindicato para rescindir su contrato individual de trabajo con esta casa editorial, cobrando la misma indemnización establecida por la Ley de la materia al darse las siguientes cláusulas.

a) Cuando un trabajador que aporte una continua función intelectual a las publicaciones de la Empresa, vea afectada su objetividad en la redacción de su material periodístico (noticias, reportajes, crónicas, cabecero, redacción, corrección, etcétera) por el cambio de propietario de la firma editorial, o por el cambio de la dirección, siempre y cuando haya motivo de ideología.

b) Cuando se produzcan modificaciones en las condiciones de trabajo que sean substanciales o que puedan redundar en menoscabo de la dignidad del trabajador.

c) Queda establecido que no se afectarán por esta cláusula los ingresos derivados de la publicidad o anuncios, puesto que la publicidad es el motor que fortalece la vida de las editoriales que imprimen periódicos y publicaciones diversas como revistas, historietas y demás.

Esta cláusula está vigente con el contrato colectivo de trabajo firmado entre el Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa y la Compañía Periodística Nacional, S.A., editora de "El Universal". En la revisión contractual que se llevará a cabo con Publicaciones e Impresiones Mexicanas, S.A., editora del diario "Ovaciones", en los próximos días, se ha incluido en dicha

cláusula para ser sometida a consideración en las pláticas correspondientes entre Empresa y Sindicato.

Respecto de lo que se denomina como derecho de edición, que el Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa considera como parte de la libertad de expresión, en el Contrato Colectivo firmado con "El Universal", dicho rubro se menciona con obligatoriedad de observancia en las cláusulas 12 y 13, así como en la 14 en sus tres párrafos, los que a la letra dicen:

CLAUSULA 12. Con excepción de lo dispuesto en las cláusulas siguientes, la Empresa publicará libremente en sus periódicos todo lo que estime pertinente, sin censura alguna por parte de Redactores, sobre el criterio político, religioso, social o filosófico que sustenten los periódicos que edita o que en el futuro administre.

CLAUSULA 13. La Empresa se obliga a no perjudicar en sus periódicos:

- I.- Todo lo que sea contrario a la existencia, decoro o prestigio de redactores.
- II. Todo lo que menoscabe la dignidad personal y el decoro de sus trabajadores de redacción.

En caso de observancia de lo establecido en las obligaciones anteriores, la Empresa deberá permitir sin costo alguno, que Redactores o los trabajadores afectados contesten en la misma plana y sin igual extensión y con la misma importancia de publicidad y estilo empleados en la publicación que motivó la refutación.

Las publicaciones en periódicos de la Empresa harán saber al público que son hechas por trabajadores del Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa y trabajadores de actividades similares y conexas, así como de la Unión de Trabajadores de Periódicos.

La Empresa se obliga a publicar noticias que le envían Redactores, - relacionadas con sus actividades sociales y sindicales, estas últimas de acuerdo entre Redactores y la Gerencia de la Empresa.

CLAUSULA 14. En caso de que los redactores de la Empresa sufran - agresiones con motivo de su desempeño en sus labores periodísticas, esta deberá censurar en las columnas de sus publicaciones a los autores de la agresión y - conceder a Redactores el espacio necesario para la defensa de los agremiados.

Cuando alguna persona del público solicite la rectificación de noticias proporcionadas por los redactores informativos, de tal forma que afecte el decoro o prestigio profesional de ellos, la Empresa deberá poner los términos de la rectificación en conocimiento del autor de la información para que, si - este lo desea, haga bajo su responsabilidad las aclaraciones que estime pertinentes a continuación de la nota relativa.

Cuando algún trabajador sufra perjuicio directo o indirecto como -- consecuencia de alguna publicación hecha en los órganos informativos de la - Empresa, recibirá toda la protección que le otorgue este Contrato como si se tratara de un riesgo profesional.

Lo anterior demuestra que con decisión y capacidad para el futuro - de sus intereses, un grupo de periodistas ha logrado dar un paso ascendente en relación a la actual situación del gremio periodístico.

En comparación a las cláusulas que rigen en otros medios de información, donde las condiciones que rigen son emanadas por los dueños o cúpulas de dirección. El manifiesto del Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa -- podría ser tomado como ejemplo de un inicio a una labor que dignifique el trabajo periodístico, el cual desde las oficinas de prensa del Estado ha sido --

orillado a la simple información de un boletín.

Es de importancia vital que quien tenga la vocación periodística y - que actualmente se encuentra estudiando, se de cuenta que la lucha será verdaderamente férrea para poder manifestar la verdad.

Decir la verdad es de vital importancia para un profesional de la - comunicación, quien tiene la obligación de tener pruebas contundentes de lo que habla o escribe, ya que caer en el error de manejar cuestiones sin el conoci- - miento debido, podría desprestigiar la labor del gremio y en lo particular del propio periodista.

## 2.2 DIRECCIONES DE COMUNICACION SOCIAL

Las Direcciones de Comunicación Social surgieron para suplementar la labor de las oficinas de prensa, de propaganda, de difusión y las de relaciones públicas, su importancia en el aparato gubernamental ha sido reconocido por los propios funcionarios públicos, pues son estas las encargadas de proporcionar la información, la publicidad, las de censura y las de cuidar la imagen y el prestigio de los funcionarios.

Como se ha mencionado, son también estas direcciones un mecanismo de control sobre la información de la dependencia del funcionario y de las acciones que se realizan.

Estas direcciones representan ya un problema para la obtención de la información, pues los encargados como "voceros oficiales" son los únicos autorizados para proporcionar todo tipo de información en la respectiva dependencia. Hacen todo lo posible por controlar a los periodistas a fin de que no critiquen, no denuncien y no se cree una mala imagen de su jefe.

Asimismo, en estas Direcciones encontramos que en algunas de ellas, tienen departamentos o áreas para atender a los medios impresos y electrónicos, a editores, articulistas, columnistas así como encargados de hacer los boletines, fotografías y del envío de estos a través de correo y vía telex. En el IMSS son más de 100 mil empleados y en otras dependencias llegan a 200.

Dentro de sus funciones, los Directores son quienes consultan con el Funcionario que información se va a proporcionar a los medios, de revisar los boletines y de concertar las entrevistas con los reporteros de la fuente. Para

ilustrar este punto debe recordarse que los Directores de Comunicación Social quedan fuera del organigrama general para quedar directamente al mando de la dependencia.

Sin embargo, el problema que representa además del control que ejercen en la información, es de las personas encargadas que no son ni periodistas ni profesionales relacionados con el periodismo o con la comunicación, encontrándose doctores, arquitectos, ingenieros, economistas y otro tipo de ocupación, todo menos periodista.

De esta forma, los Directores no comprenden la importancia de la función del comunicador, de la necesidad de proporcionar datos para que la sociedad esté debidamente informada tanto de los logros como de los fracasos, a fin de que el lector tenga el conocimiento suficiente para aprobar o reprobar una acción de la dependencia.

Con evasivas y negativas tratan de resolver la inquietud del periodista, hasta el grado de sobornarlo para evitar que el crítico logre su propósito de manejar una información objetiva y veraz. Por ello, siempre en la mayoría de los casos habrá información que maneje la oficina de información o de prensa con la intención de satisfacer la necesidad del periodista y pueda contar con material para la nota o notas que requiere.

La Dirección de Comunicación al boletinar una información provoca que todos los periodistas la manejen, pues crea la competencia informativa, ya que si un diario la publica, al reportero que no la pase le reclamarán por esa información.

Como en todo, hay sus excepciones, algunos Directores de Comunicación Social que fueron reporteros o entienden la importancia de informar la verdad,



ayudan a los reporteros para conseguir la información que requieren o les pasa "tips" que no lo comprometa, pues se entiende que su obligación es la de cuidar la imagen y prestigio del funcionario a quien sirve, ya que ocupa un lugar de confianza y de estimación del equipo de trabajo del jefe.

Cabe destacar que pese a que la Dirección de Comunicación Social se apega a la línea política del Ejecutivo, en muchas ocasiones sale de su control determinada información, provocando la reacción de los sectores y sobre todo, de esa dependencia.

En la práctica nos encontramos que los funcionarios no conceden entrevistas si estas no son antes concertadas por el Director de Comunicación Social, pero en las reuniones, comidas y actos públicos, los funcionarios acceden a hacer alguna declaración superficial, la mayoría de los casos.

Consideramos que la función de esta oficina es la de regular la relación Estado-Prensa, siendo la principal la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia de la República, oficina de donde emana toda la política informativa del Gobierno Federal, así como la de la Secretaría de Gobernación.

De ahí la necesidad de que el Director de Comunicación Social sea de absoluta confianza del funcionario, y siempre sucede, si sale el político, se va también con este el encargado de la Comunicación Social, ya que es parte "de un equipo".

En algunos casos estas Direcciones cuentan con oficinas dependientes para atender a toda persona que solicita información, orientación o simplemente a denunciar o a quejarse, de estas acciones la oficina emite una relación de las atenciones que dio la dependencia, aquí se ve claramente que su función no es sólo la de hacer boletines de prensa o de atender a los reporteros.

También como lo señalamos anteriormente, son las encargadas de justificar la partida presupuestal de la dependencia, recursos que son gastos en publicidad, promoción, propaganda y el consabido sobrecito.

### 2.3 ESTADO Y PRENSA CON LA COMUNICACION SOCIAL

*En este punto trataremos de dar una explicación del manejo que hacen tanto el Estado como la Prensa de la Comunicación Social en nuestros días.*

*El término de comunicación social comienza a utilizarse al principio de la administración del Presidente Miguel de la Madrid, término mal empleado desde nuestro punto de vista, ya que hemos indicado con anterioridad lo que -- significa comunicación, información y publicidad. En este sentido ni el Estado ni la Prensa llevan a cabo una verdadera comunicación social, sólo proporcionan información de acuerdo a su interés, dejando a un lado la posible respuesta que pueda dar la sociedad.*

*"Definir la comunicación social como el proceso mediante el cual se transmiten significados entre las personas, solamente es eludir el problema de fondo, que es su empleo. Veremos que se informa con el objeto (oculto o mani--fiesto) de influir en la conciencia y en la conducta de las personas, y que el carácter de tal influjo depende en primer término de las relaciones de clase - que se dan en el seno de la sociedad " (33).*

*En tanto que el Gobierno Federal considera, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo (PND) 1982-1988 que la comunicación social del Estado Mexicano ha orientado al fortalecimiento de la soberanía Nacional e identidad nacional, a la difusión de la cultura y al fomento de la participación ciudadana, - así como al logro de una sociedad más democrática y mejor informada.*

(33) Camilo Taufic, Op. Cit. página 19

El PND establece que una de las primeras tareas fue el de sentar las bases para desarrollar un sistema de comunicación social del Gobierno Federal, en el que se dieron los primeros lineamientos para establecer una política estatal de comunicación social congruente que, garantizando la libertad de expresión y reconociendo el régimen de economía y el carácter plural de la sociedad, apoye los cambios, responda a los retos y a las prioridades del pueblo.

De esta forma "la comunicación social aparece como el producto de - relaciones materiales e ideológicas que se entrelazan en un mismo proceso, cuyos efectos -a su vez- se reflejan en la conciencia de las personas y en la organización social "(34).

La Prensa en su labor informativa, de crítica y de opinión, la lleva a cabo a través de los funcionarios, dirigentes y representantes de grupos y organismos, sin que la ciudadanía sea verdaderamente representada. Sin embargo, en el valor informativo, no es lo mismo que un presidente de equis organismo - diga o señale algo que afecte a sus representados, que un ciudadano manifieste su molestia o su alabo de determinada acción.

Pocos son los medios que utilizan la encuesta para dar el rechazo o el apoyo de acciones gubernamentales, privadas o sociales. Un ejemplo de esta - práctica es cuando se realizan períodos electorales o cuando se ven afectados - sus intereses, mientras que en otras decisiones a la sociedad se le considera - representada por líderes y dirigentes de grupos privados y sociales.

Vemos como la Prensa se mantiene alejada de cualquier reacción de la sociedad, busca únicamente una opinión o crítica de parte de esas cabezas de -

(34) Ibidem, página 61

sociedad, que sólo son representantes de grupos bien determinados, y eso presupone una visión simplista y unilateral.

Asimismo, se puede observar que en algunos diarios se destinan espacios para que los habitantes de la ciudad de México envíen sus quejas de los servicios delegacionales o alguna queja de otro tipo, pero no política ni económica. Las cartas al director o al editor se están volviendo más comunes pero casi siempre sin ninguna trascendencia, pues estas, consideramos primero son sometidas a la consideración del director o del dueño a fin de evitar posibles reacciones. Las colaboraciones que son apegadas, son de personas que están involucradas en el proceso político-económico del país, ya que son firmas sino reconocidas, son aceptadas pues representan alguna corriente política, económica o social.

La Comunicación Social se desarrolla entonces por parte del Estado - en difundir sus informaciones dentro de la política estatal de comunicación, - en tanto la Prensa la lleva a cabo con ciertos márgenes restrictivos.

## 2.4 DEL CONTROL A LA COMUNICACION SOCIAL

Hemos visto en el presente estudio que el Estado y la Prensa ejercen de cierto modo un control de la información y este se da a través de diferentes medios, por lo que se hizo necesario encontrar una respuesta del porque?

La publicidad es un mal necesario, pues es parte importante de la sociedad de consumo y coadyuva al desarrollo económico al presentar al mercado de productos y servicios. De este elemento los medios de comunicación subsisten, - convirtiéndose en un instrumento de control de parte del Gobierno. Una prueba - de ello es el reconocimiento de un Presidente de la República, a pesar de que - no lo acepta como una forma de control pero que sin embargo acepta la necesidad de los medios de tener publicidad.

"El pago de subsidios directos a periódicos privados por parte de -- fuentes oficiales inevitablemente degrada la Etica y las normas del periodismo. No es compatible con la libertad de prensa en una sociedad democrática, ya que debe dar como resultado presiones, claras o implícitas, para redondear las noti cias u observar una política editorial que favorezca al gobierno" (35).

Quizá por lo anterior ningún gobernante o funcionario acepte que se - de un subsidio publicitario a los medios de comunicación, pero si recordamos las preguntas del presidente López Portillo, de que porque el BANRURAL y el IMSS - pagaban publicidad para anunciarse, nos daremos cuenta que hay un pago de pu-- blicidad en algunos casos o de intercambio en otros.

También se ha señalado que además de la publicidad están; el papel, - las oficinas de prensa y la autocensura, sin que se toque los medios de comuni- (35) E.Lloyd Sommerlad, Op. Cit. página 123

cación gubernamentales, que representan otra manera de ejercer control en la - la información.

"La publicación de periódicos por los mismos gobiernos es una reacción natural por el descontento oficial con los medios informativos existentes. Las publicaciones del Gobierno son incompatibles con el punto de vista liberal de la libertad de prensa, por la razón evidente de que conducen por si mismas a la propaganda y a evitar las críticas" (36), representando un equilibrio informativo para evitar que se diga algo exagerado o que se provoque confusión.

En la ciudad de México existe el periódico El Nacional, órgano oficial del gobierno, que además cuentan con una agencia de noticias que distribuye la información de la capital a la provincia y al exterior, ambas empresas tiene el propósito de difundir las informaciones del Gobierno Federal a fin de evitar -- que los medios privados no divulgen las noticias del gobierno, no las transformaciones y presentar su propia información verdadera, lo que podría significar un equilibrio de poder ante los medios informativos privados.

El Gobierno se justifica de esta manera, pues el propio periódico gubernamental funge como un moderador de las noticias, y representa solo los intereses de su dueño.

"Ese periodismo industrial construido por minorías poderosas, dentro de los países latinoamericanos es parcial, distorsionador, mercantil, superficial muchas veces, atomizador de la realidad, pero a la vez firme sostenedor de un 'orden' donde sus intereses son satisfechos. Es portador de una ideología - que no se presenta en forma abierta sino constituye la manipulación permanente

(36) Ibidem, página 237

de una retórica donde lo falso y parcial está en una determinada sucesión de hechos que se inscriben en el cuadro de lo 'normal'. El periodismo de opinión, crítico, orientador y de ideas aparece como el periodismo del 'desorden' y de lo anormal a nuestras sociedades "(37).

De aquí parte la necesidad de encontrar una alternativa informativa, para que los ciudadanos tengan un foro que verdaderamente atienda sus problemas y defienda sus derechos, así como la libertad de opinar sobre cualquier asunto sin que tenga que autocensurarse.

A pesar de todo esto es muy difícil proponer la creación de medios de comunicación que respondan al interés planteado. Sin embargo, existen y han existido periódicos que de cierta forma luchan por adoptar su papel frente a la sociedad a la que sirven, pero inmediatamente son sometidos tanto interna como externamente por los mecanismos antes anunciados. ¿Entonces cómo podrá solucionarse este problema?

"El grado hasta el cual el Estado abandone los medios de comunicación, dependerá de factores históricos, pero dado el potencial político, económico y cultural de dichos medios, el Estado se reserva el control 'indirecto de los mismos"(38).

Ante este panorama se ve difícil encontrar una solución. Para enfrentarlo sería recomendable la creación y fortalecimiento de medios informativos en sindicatos, colonias, partidos políticos, en las organizaciones campesinas independientes y en las escuelas de nivel superior. Estos medios impresos

(37) Maximo Simpson, Op. Cit. página 82

(38) Patricia Arriaga, Publicidad, Economía y Comunicación Masiva, Editorial Nueva Imagen, México 1980, página 246.



difundirlas las posiciones de cada sector, aunque sin embargo, su margen de acción estaría limitado porque no tendrían la capacidad de cubrir el amplio mercado debido a la falta de recursos.

Por ello, se hace necesario crear un nuevo sistema informativo a fin de que todos los sectores puedan participar en el proceso comunicativo, dejar a un lado las declaraciones de líderes, de reacciones etcétera, comenzar con un periodismo de sociedad, en el que cada elemento de ella pueda participar.

De esta forma, el nuevo periodismo debe hacer a un lado los cables internacionales sin importancia, las notas del gobierno deberán estar en una sociedad especial y ocupar los espacios desperdiciados, como diría el maestro Fernando Benítez "ese desperdicio de papel" al referirse a la sección de sociales.

Organizar un periódico dándole más valor a las notas de la ciudad de México, sin que se deje de atender lo nacional, es decir, la nota de ocho columnas, llamada la principal. A consideración de cada medio, esta puede ser la del señor Presidente, nacional o internacional, y el resto deberán de atender a la problemática nacional o reacción de la ciudadanía, a fin de motivar su participación en la política del Gobierno Federal o no solamente de declaraciones de líderes de sectores.

Por otro lado, las páginas de cada diario deberán de contener secciones especializadas, de comercio, política, obrera, campesinas e internacional, así como deportiva, sin que se menosprecie a los habitantes del Distrito Federal, pero esto no vendrá a solucionar el problema de continuar con la información parcial y subjuntiva.

De ahí la necesidad de una competencia, y esta sería contando con un espacio para la participación ciudadana, que trate su asunto sin que se vea restringida por la publicación de un boletín.

Lo anterior es casi imposible por los intereses creados por el gobierno, el cual cuenta con recursos y métodos suficientes para censurarlo, ya sea por medio del papel o la publicidad, o en su caso el director o dueño se opongan, pero al tener una verdadera competencia tendrían que optar la alternativa aquí expuesta.

"Si los medios de comunicación masiva resultan aislados de la realidad económica que le da forma, no queda más que inscribirlos en la lista de aparatos ideológicos de Estado y analizarlos como productores de 'programas' e 'ideología', mismos que ofrecen al público para su 'consumo'" (39).

Por ello, la necesidad de transformar al periodismo de partido o de grupo a uno más social, donde la ciudadanía cuente con la posibilidad de pedir o exigir que se le informe con imparcialidad, medios que permitan el acceso al trabajador, al campesino, al estudiante, a la ama de casa y cualquier persona que vea afectado su interés para denunciarle ante la opinión pública, sin que ello represente un gasto económico.

La prensa de esta forma se convertirla en un verdadero vocero del gobierno con la sociedad y viceversa, pero cual sería la ganancia del diario? La ganancia de la empresa privada, social o gubernamental en una parte sería la atracción de más lectores, pues al convertirse en una tribuna pública, por lógica tendrá mayores ventas, por un lado y por otro tendría asegurada su publicidad al tener mayor número de lectores.

En su caso, "los periódicos pueden obtener ingresos de fuentes gubernamentales sin que ello suponga un subsidio. Un periódico puede vender un servicio que le resulte provechoso y que tenga un valor real para el gobierno. La publicidad es la sangre que da vida a un periódico y no hay razón para que el

(39) Ibidem, página 55.

Gobierno no adquiriera espacio, de igual modo que cualquier empresa comercial. - La oficina de publicidad de prensa que administra el plan, es una institución neutral e imparcial, establecida por la ley. Distribuye anuncios quitativamente a todos los periódicos calificados. Una disposición peculiar establece que la participación de los periódicos y diarios deben pagar 10 por ciento de la concesión de publicidad, con el fin de formar un fondo para subsidiar a las publicaciones mensuales y bimensuales de la opinión que no reciben publicidad directa del gobierno ' (40).

De esta forma, los grandes diarios subsidiarían con un porcentaje a los demás periódicos que recibieran publicidad por estar en contra de la política informativa estatal, existiendo una prensa social que defienda los intereses y derechos de la sociedad.

Recordemos que la prensa es un instrumento de progreso político, económico y social, por lo que deberá de tener una acción libre, participativo y de interés social. La Declaración de principios sobre el comportamiento de los periodistas de la Federación Internacional de periodistas resalta en su primer punto: "El respeto por la verdad y por el derecho del público a la verdad es el primer deber del periodista". Asimismo, en la carta constitutiva de la Asociación Interamericana de prensa: "Sin la libertad de prensa no hay democracia. - La libertad de pensamiento y su expresión, oral o escrita, son derechos esenciales e inseparables. Juntos constituyen la garantía y la defensa de las libertades en que se basa la democracia".

Por ello, "la prensa debe estar absolutamente libre de cualquier tipo de dirección o influencia por parte del gobierno u obstrucción en sus tareas -

(40) E. Lloyd Sommerlad, Op. Cit. página 125,126.

sancionadas por el tiempo de publicación libre de noticias y comentarios y de investigación, explicación y crítica. Las cuatro libertades son aceptadas como derechos básicos y la prensa es una parte vital de las verificaciones y equilibrios que hacen que funcione el sistema democrático "(41).

Lo anterior demuestra la obligación de la prensa con la sociedad, pero se esta antepone el interés comercial, la empresa se convierte en una falsa prensa que en lugar de informar sólo desinforma de acuerdo a sus intereses. De la misma manera se da una muestra de como sostener a la prensa libre, de crítica y participativa, que al no recibir publicidad gubernamental llega a someterse a los lineamientos de la política gubernamental, y con la creación de un Fondo, el cual ayuda a los periódicos que no comulguen con el gobierno existiría un equilibrio de poder, Estado-Prensa de Poder-Sociedad.

La comunicación social sólo podrá lograrse si el Estado permite una verdadera participación de todos los sectores en los medios informativos, de existir una reglamentación en la cual se fijen las obligaciones del Estado y la Prensa ante la propia sociedad, de tener mayor acceso a las fuentes directas sin que se encuentren obstáculos para la obtención de información que sirva de base a la ciudadanía para criticar y analizar las políticas, las decisiones y los futuros programas.

(41) Ibidem, página 220

## C O N C L U S I O N

A lo largo del presente estudio se ha querido demostrar que desde hace años el Estado ejerce un cierto control sobre la prensa, especialmente en la información que se proporciona a la sociedad capitalina. El Distrito Federal es de suma importancia pues es aquí donde se concentran los poderes políticos, económicos y sociales del país.

De la ciudad de México sale la información que es retomada en el interior del país y en el extranjero, de ahí la importancia de tratar sólo a la prensa capitalina y su relación con el Estado.

Creemos que no hay duda en la existencia de una prensa oficial y de partido, como consecuencia de los grupos de poder que manejan tanto información como medios.

La comunicación social de nuestro país ha sido tema recurrente y constante en los últimos años. La razón es sencilla, se reconoce que en torno a ella existe el elemento más directo de reflexión y de incidencia y por lo mismo se convierte en una cuestión que se tiene que revisar diariamente. La característica de la información es precisamente eso: oportunidad y veracidad, sin esta dualidad difícilmente se generan elementos que sirvan para entender nuestro entorno.

Los grandes diarios de comunicación informan de un mundo que a pesar de la cercanía, siempre aparece lejano, en la medida de sus posibilidades, un nexo fuerte con el sector para el que se dirigen; a diferencia de los grandes medios que se deben a la sociedad y en pocas ocasiones le hablan y le informan de lo que ella hace.

*El Estado y la sociedad reconocen la importancia de los medios de comunicación para el desarrollo nacional. Es a través de los medios como los sectores de la población se comunican; es a través de ellos que el gobierno da a conocer la situación que guarda el país; las acciones que toma y, es por medio de los diarios y otros canales que se informa de lo que piensa el pueblo, que es representado por unos cuantos, de lo que le preocupa y de los que esperan de su gobierno.*

*La sociedad requiere de información cotidiana confiable, veraz, objetiva para normar su comportamiento, para conocer el rumbo del país, para establecer sus criterios y actuar en consecuencia, pero la información que recibe es sólo manejada por grupos que manejan los medios de acuerdo a los intereses ya establecidos, por lo que se requiere que se cumplan las normas del periodismo, principalmente las de objetividad e imparcialidad.*

*La información es poder. El poder de dominio pero también puede ser el poder que acompaña los procesos democráticos, en este sentido su papel es fundamental y sin duda conforme parte de un apoyo que cualquier sociedad libre y democrática necesita. La sociedad requiere precisamente de información en la que sus fundamentos estén del lado de sus intereses y derechos.*

*Si la sociedad no está cabalmente representada en los medios de información se deben exigir hechos y datos veraces y objetivos, sin que otros intereses se antepongan a los de la misma sociedad.*

*Los medios informativos son instrumentos que influyen poderosamente en la formación de la conciencia y la actividad humana, el control de tales medios determina el objetivo, el contenido y la forma de mensajes, así como el público destinatario.*

De allí la necesidad de que organizaciones, sectores sociales y la propia ciudadanía defiendan y promuevan los intereses del pueblo y la nación, que cuenten con espacios significativos en la prensa, a fin de reforzar la difusión de sus inconformidades, necesidades de sus reacciones y el bienestar social.

Ante la gran catidad de intereses que rodean a la prensa, es necesario que la sociedad, representada por las organizaciones que la agrupan, cuenten con instrumentos propios y con la capacidad de circular a nivel local a fin de tener al menos un medio de análisis y de crítica libre de intereses.

Ante el mercantilismo y la influencia que ejercen los medios gubernamentales, es necesario crear una obligación respaldada con una legislación para garantizar una información real.

La crítica sigue siendo el motor que ayuda a que la sociedad funcione y enfrente los triunfos y las derrotas, cuando la prensa ejerce la crítica se da una información amplia y reflexionada que ayuda a conocer la situación que guarda el país.

Por ello, se hace también necesario demandar del Estado la garantía del libre ejercicio de los derechos de opinión, a fin de evitar que sólo los intereses de grupo o sector se imponga a otros.

Por otra parte, existe la necesidad de que las autoridades laborales del país fijen un salario profesional para los periodistas. Garantizarles ingresos suficientes para que no caigan en la corrupción y puedan ejercer su compromiso con la sociedad.

El problema de salarios de los periodistas también forma parte de los complicados mecanismos de control que desembocan en una desinformación -

o información manipulada. Debido a la falta de un pago decoroso, el periodista cae en la trampa del dueño, del Estado o quien pretenda colocar alguna información para obtener beneficios económicos, políticos o sociales.

La creación de mecanismos para que todos los sectores de la sociedad puedan participar en el proceso informativo, es la alternativa del problema - de la Relación Estado-Prensa. Sólo mediante el apoyo que se de a los diarios para que no estén subsidiados directamente por el Gobierno, se podrá llegar a una verdadera Prensa de Crítica, de análisis y comprometida con la sociedad.



## BIBLIOGRAFIA

- 1.- ROGER D. HANSEN, LA POLITICA DEL DESARROLLO MEXICANO, ED. SIGLO XXI, MEXICO 1976.
- 2.- E. LLOY SOMMERLAD, LA PRENSA EN LOS PAISES EN DESARROLLO, MANUALES - UTHEA, NUMERO 374, MEXICO 1969.
- 3.- FATIMA FERNANDEZ CHRISTLIEB, LOS MEDIOS DE DIFUSION MASIVA EN MEXICO, JUAN PABLOS EDITOR, MEXICO 1984.
- 4.- CAMILO TAUFIC, PERIODISMO Y LUCHA DE CLASES, ED. NUEVA IMAGEN, MEXICO.
- 5.- DANIEL PRIETO CASTILLO, DISCURSO AUTORITARIO Y COMUNICACION ALTERNATIVA, EDICO, MEXICO.
- 6.- DANIEL PRIETO CASTILLO, RETORICA Y MANIPULACION MASIVA, EDICOL, MEXICO.
- 7.- PATRICIA ARRIAGA, PUBLICIDAD, ECONOMIA Y COMUNICACION MASIVA, ED. - NUEVA IMAGEN, MEXICO.
- 8.- MAXIMO SIMPSON GRINBER, COMUNICACION ALTERNATIVA Y CAMBIO SOCIAL, - ED. UNAM.
- 9.- VICTOR BERNAL SAHAGUN, ANATOMIA DE LA PUBLICIDAD EN MEXICO, ED. NUESTRO TIEMPO, MEXICO.
- 10.- RENATO LEDUC, LA CORRUPCION, ED. NUESTRO TIEMPO, MEXICO 1969.

- 11.- MIGUEL ANGEL GRANADOS CHAPA, EXCELSIOR, ED. EL CABALLITO, MEXICO.
- 12.- J. MARTIN B., COMUNICACION MASIVA: DISCURSO Y PODER, ED. EPOCA - CIESPAL, MEXICO.
- 13.- ARNOLDO CORDOVA, LA FORMACION DEL PODER POLITICO EN MEXICO, SERIE POPULAR ERA. MEXICO.
- 14.- PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA, EL PENSAMIENTO DE JOSE LOPEZ PORTILLO LIBERTAD DE EXPRESION Y DERECHOS A LA INFORMACION, COORDINACION GENERAL DE COMUNICACION SOCIAL DE LA PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA, - MEXICO 1982.
- 15.- COORDINACION GENERAL DE COMUNICACION SOCIAL, PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA, LA DEMOCRATIZACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION, COLECCION APORTES DE COMUNICACION SOCIAL, TOMO TRES.
- 16.- MARIA DEL CARMEN RUIZ CASTANEDA, EL PERIODISMO EN MEXICO, ED. TRADICION, MEXICO 1974.