

31
24



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

UNA AGENCIA INFORMATIVA LOCAL, ALTERNATIVA
PARA RECOLECTAR Y DISTRIBUIR INFORMACION
EN EL TERRITORIO NACIONAL: PROYECTO PARA
EL ESTADO DE VERACRUZ

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A :

FAUSTO MARTINEZ LORENZANA

DIREC. DE TESIS: MERCEDES DURAND FLORES

MEXICO, D. F.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1981



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.

INDICE

INTRODUCCION.....	I
CAPITULO PRIMERO.	
EL MITO DE ROBINSON CRUSOE.	
I.La comunicación.....	2
A) ¿Qué fue primero, el huevo o la gallina?.....	2
B) Procesos, sucesos y datos.....	5
II.El medio de medios.....	6
A) Las agencias informativas. Condiciones sociales de aparición.....	6
B) La historia en nuestro siglo.....	9
C) El Tercer Mundo.....	17
III.México ¿La isla de Robinson Crusoe?.....	20
Aparato crítico.....	41
CAPITULO SEGUNDO.	
HACIA UNA ESTRATEGIA PARA RECOLECTAR Y DISTRIBUIR INFORMACION.	
I.Un tránsito sereno por Veracruz.....	44
A) "Caballazo": 2 heridos! -Pérdidas superiores a los 5 millones.....	44
B) Abejas "Africanizadas" Agredieron a una Familia; Mataron a un Perro.....	49
C) Divertida albercada para Antonio Jiménez Rosas.....	53
II.De día...Un medio de comunicación local.....	60
III.De noche...Una estrategia para recolectar la información...	65
IV.De día o de noche...Un puente efectivo para distribuir la información.....	77
Aparato crítico.....	97

**CAPITULO TERCERO.
EL MEDIO.**

I.La piragua.....:	99
II.La maquinaria olvidada.....	109
III.Ubicación y requerimientos legales para el funcionamiento del medio.....	113
IV.Los costos y el financiamiento.....	115
Aparato crítico.....	117

CAPITULO CUARTO.

UNA AGENCIA INFORMATIVA LOCAL.....	119
CONCLUSIONES.....	133
FUENTES DE INVESTIGACION.....	139

INTRODUCCION

1991. La humanidad a escasos nueve años de que comience el tercer milenio de la era cristiana se encuentra en crisis. Concepto que en su acepción más amplia significa mutación, mudanza o cambio en todos los ámbitos de la vida.

En nuestros días, suele afirmarse categóricamente, la comunicación ha experimentado cambios extraordinarios al conjugarse las modernas tecnologías --satélites y computadoras-- y los medios masivos de información, pues ahora no sólo podemos conocer lo acontecido hasta en los lugares más recónditos del planeta, sino hacerlo de forma instantánea.

Pero sería válido preguntarnos ¿qué tan real es esta situación a nivel mundial, donde únicamente los países desarrollados pueden hacer un uso efectivo de estos medios y tecnologías de punta, y que además practican el control de la información y la noticia? Aunque resultaría aún más dramático plantearnos ¿qué tan real es eso a nivel nacional, donde o se reproducen los esquemas internacionales de dominio y uso exclusivo, o simple y sencillamente no se tiene la capacidad para crear redes adecuadas para recolectar y distribuir esos dos agentes conformadores de la comunicación?

En este último punto encontramos el primer acercamiento a este trabajo de tesis: la preocupación ante la falacia de la comunicación al ins-

tante y de cualquier lugar en nuestro país. Por cuanto ¿qué sabemos nosotros, habitantes de la capital, de lo que sucede en los demás estados de la República? ¿Qué saben ellos de nosotros? ¿Qué saben sobre sí mismos? ¿Qué saben entre sí los habitantes de estados vecinos como Veracruz, Oaxaca y Tabasco? ¿Qué saben los pobladores de Yucatán de lo que acontece en Baja California Sur y viceversa?

¡Vaya situación! el ¿qué saben...? podría continuar y la respuesta sería nada, casi nada o muy poco, cualquiera de las tres opciones. Si quisiéramos encontrar algún culpable de tal situación, de inmediato lo buscaríamos en los múltiples problemas que aquejan al subdesarrollo, en la falta de atención del gobierno mexicano y en la distracción de los medios masivos de comunicación hacia otras actividades. Sí, definitivamente estos factores influyen; pero también, con certeza, se nos olvidaría indagar en el último escondrijo de la casa: en las agencias informativas.

En un *medio mediador* de suma importancia para la comunicación en una sociedad, en tanto teóricamente tiene como propósito principal el establecer puentes efectivos para recolectar y distribuir la información y la noticia en una región determinada. Es aquí donde encontramos el segundo y definitivo acercamiento a este trabajo de tesis: presentar la propuesta de una agencia informativa para Veracruz. Con la intención no de ofrecer una panacea ante la falta de comunicación, información y noticia imperante en México, sino para conocer mejor una parte de ese mural de culturas que es nuestra realidad.

La idea original de este segundo acercamiento fue la posibilidad de que los estudiantes de comunicación pudiéramos formar agencias informativas especializadas en cuestiones ganaderas o agrícolas como una alternativa de trabajo. Una idea primaria que, si bien se modificó con el tiempo, permitió inmiscuirnos en la problemática de las agencias mexicanas.

Esta sugerencia, hecha en la materia de Agencias Informativas por la

profesora Mercedes Durand, despertó nuestro interés por un *medio mediador* poco estudiado en nuestro país. Académicamente bastaría hacer una pequeñísima y elemental encuesta entre profesores y alumnos de nuestra Facultad para cerciorarnos de que la gran mayoría no sabe cuántas son las agencias informativas nacionales y cuáles los obstáculos que enfrentan.

Así, el trabajo presentado aquí responde al interés de conocer un poco más sobre un *medio mediador* al que no se le ha puesto mucha atención en México, pero idóneo para recolectar y distribuir la información y/o noticia en una sociedad *dúvida* de esos elementos. Esta o estas inquietudes alimentaron, de principio a fin, de día o de noche, la realización de Una agencia informativa local, alternativa para recolectar y distribuir información en el territorio nacional: proyecto para el estado de Veracruz.

Sin embargo, los méritos de nuestro objeto de estudio a la vez que nos señalaron el camino a recorrer, también nos guiaron por dos pendientes donde la ascensión no fue fácil. Nuestra primera preocupación consistió en adentrarnos en una realidad como Veracruz hasta entonces desconocida por nosotros, pero conscientes, sí, de su enorme importancia. La segunda inquietud fue el presentar el proyecto de una agencia informativa que, como nuestro último trabajo escolar, no pudiera parecer algo irreal o utópico.

De un tiempo nuestro problema se redujo y amplió a la forma de llevar a cabo la investigación. Cómo seleccionar y ordenar los siguientes elementos: a) tomar en cuenta un contexto internacional del que México no puede desligarse, pero dándole prioridad siempre a las necesidades de comunicación generadas en el interior de nuestra realidad; b) presentar el proyecto de un *medio mediador* que cumpliera con el ser de las agencias informativas; c) partir de los problemas de las agencias nacionales para, y d) proponer el funcionamiento de una de ellas en una realidad específica. Concretamente, el problema consistió en establecer el proyecto

de una agencia informativa para el estado de Veracruz donde se planteara la importancia, los alcances y los riesgos que implicaría la puesta en marcha de un medio muy importante para la comunicación en una sociedad.

En esta empresa optamos por partir de los niveles más generales y teóricos del tema, para caer en sus terrenos particulares y prácticos, pero teniendo siempre en cuenta que todo forma parte de una unidad.

Como puede intuirse este trabajo no estuvo exento de tropiezos y dudas. En él enfrentamos dificultades metodológicas, personales y técnicas, tales como llegar a un momento donde no se supo cómo investigar, a qué lugares asistir, a quién recurrir; implicó, también, desinhibirnos para pedir una entrevista con el director de una agencia o esperar hasta tres horas a una persona para que nos diera la información deseada; y si nos vamos a los extremos, representó hacer una entrevista y ver al final de la misma que la grabadora nunca funcionó.

¡En fin! los resultados están plasmados en esta tesis cuyo contenido se divide en cuatro capítulos.

En el primero, EL MITO DE ROBINSON CRUSOE, nuestra intención es resaltar la importancia que tienen la comunicación, la información y la noticia para una sociedad cualquiera. Aquí, proponemos recorrer un poco los caminos, acaso brechas, de un medio de comunicación muy importante en nuestro tiempo como son las agencias informativas: a la vez que hacemos un poco de historia sobre los objetivos y condiciones sociales que permitieron el surgimiento y desarrollo de las principales agencias en el mundo, también vemos cómo a partir de la segunda guerra mundial --con el inicio de la guerra fría y el proyecto transnacional-- la información y la noticia se convierten en materias primas de invaluable importancia para el dominio de las naciones ricas sobre las pobres. Asimismo, echamos un vistazo a la forma en cómo los países del Tercer Mundo pretenden contrarrestar ese uso de la comunicación como un instrumento hegemónico.

Finalmente, en este primer capítulo, presentamos el caso de México, donde citamos datos concretos acerca de nuestra dependencia informativa del

exterior y qué hace nuestro país con respecto a su situación interna; claro, siempre desde la línea de las agencias informativas: presentamos una relación de las agencias nacionales localizadas por nosotros, donde exponemos elementos como el año de fundación y los objetivos del medio, los servicios que prestan y a quiénes se los proporcionan, el número de personas que laboran en cada empresa, la tecnología usada y los principales problemas a que se enfrentan. De manera general, en esta parte hacemos referencia a un mito: su lado falso, su lado verdadero y un ejemplo.

En el segundo capítulo presentamos un panorama histórico, geográfico, económico, cultural y social del Estado de Veracruz-Llave, con la intención de resaltar la importancia de un lugar rico en recursos naturales y humanos donde se genera comunicación, información y noticia. Hacemos un análisis de cómo es cubierta esa realidad por un medio de comunicación local, la prensa, para pasar a proponer una ESTRATEGIA PARA RECOLECTAR Y DISTRIBUIR INFORMACION en la entidad. El objetivo aquí es observar que el Distrito Federal no debe ser contemplado exclusivamente como el corazón de México, pues existen otros lugares dignos de ser tomados en cuenta: en esta parte a la vez que puntualizamos los principales lugares donde se genera la información, también localizamos a los principales suscriptores que pudiera tener una agencia informativa en este lugar.

En el tercer capítulo, EL MEDIO, nos ocupamos del aspecto técnico o de infraestructura adecuada para el funcionamiento de una agencia informativa en Veracruz: cómo cumplir el ciclo periodista (corresponsal-reportero)-agencia (proceso-almacenamiento)-suscriptor (medios de comunicación-otras instituciones). Proponemos, hipotéticamente, una organización para la agencia. Pasamos a ocuparnos del lugar de ubicación del medio y los requerimientos legales para su puesta en marcha. Finalmente, enfrentamos el problema de los costos y cuál sería la estrategia de su financiamiento.

En el cuarto y último capítulo, hacemos una síntesis de todos aquellos

elementos que nos llevan a proponer UNA AGENCIA INFORMATIVA LOCAL, para Veracruz. Si en los tres primeros nos limitamos a presentar hechos, en éste reunimos todas las condiciones vistas que hacen viable nuestro proyecto de una agencia informativa para la entidad veracruzana. Aquí pasamos del análisis a la síntesis, de la pluralidad a la unidad.

A lo largo de este trabajo de tesis, una preocupación constante fue el echar mano de temas recurrentes que nos permitieran sostener la narración y así presentar un texto ameno. Si hacemos paráfrasis de una idea de José Revueltas, diremos que al redactar este ejercicio de investigación siempre tuvimos presente a un tercer lector, con la intención de que hiciera suyo el contenido y la forma del mismo. De ahí, también, nuestro afán por hablar en la primera persona del plural. Si logramos o no este propósito no corresponde a nosotros decirlo.

También quisiera utilizar (ahora sí, en singular y por única ocasión) un espacio de estas páginas para manifestar mi agradecimiento a todas aquellas personas que de una u otra forma intervinieron en la elaboración de esta tesis con sus comentarios, ideas o materiales. En especial a la profesora Mercedes Durand, a quien debo, como ya dije, la idea original de este trabajo y su posterior asesoría: gracias por aguantar mi constante inconformidad.

Por último, quisiéramos señalar que quizá el llevar a cabo este proyecto de una agencia informativa local pueda parecer a alguien muy aventurado, pero es necesario, como dice Jesús Martín-Barbero, "...avanzar a tientas, sin mapa o con sólo un mapa nocturno..."

CAPITULO PRIMERO

EL MITO DE ROBINSON CRUSOE

"Sonidos guturales
y gritos incone-zos
unfan sus gargantas".

Mercedes Durand Flores.

"La comunicaci3n se encuentra en la
base de toda interrelaci3n social".

Amadou-Mahtar M'Bou. Ex-Director Ge-
neral de La UNESCO.

I. La comunicaci3n.

A) ¿Qué fue primero, el huevo o la gallina?

1991. La humanidad se encuentra en el umbral del siglo XXI. Han pasado ya, exactamente, 331 años desde el naufragio de Robinson Crusoe. Aquel personaje de novela al que solemos imaginar con el rostro cubierto por barbas, descalzo, pantalones hasta las rodillas y el torso desnudo, ataviado con una escopeta al hombro y un rústico paraguas de palma; ese personaje que una mañana de septiembre se vio *abandonado* en una isla desconocida y deshabitada, sin vestido para cubrirse, temeroso de ser devorado por bestias salvajes y, sobre todo, incomunicado con el mundo.

Incomunicado, sí. Un mito que como tal todos hemos contribuido a edificar y que tiene mucho de falsedad y verdad. Falso porque Robinson Crusoe logró rescatar del barco, antes de que éste se hundiera por completo, vestidos para cubrirse, armas para cazar, navajas de afeitar, tinta y papel, entre otras cosas: provisiones que de una forma u otra eran producto de la comunicaci3n entre los hombres de Inglaterra, pa3s natal de nuestro héroe. Incluso su lenguaje, su forma de pensar y sus conocimientos, que años después transmitiría a su fiel Viernes, lo ligaban a ese universo civilizado.

Pero qué hay de esos primeros seres a los que el sol sorprendía cuando viajaban en hordas en busca de raíces, bayas y semillas para alimen-

tarse; enfrentados a los enigmas terribles de la naturaleza: las tormentas, el desierto, la nieve, los animales gigantes, los terremotos.... Alimentación y asombro saciados con el trabajo y la organización, la comunicación y el conocimiento.

Así, aprendieron a fabricar lanzas, arcos y cuchillos, inventaron artículos de labranza, distinguieron el día de la noche, el frío del calor, las estaciones del año. Esos seres primarios con el paso de los siglos se hicieron Hombres. Ahora eran capaces de vivir en un solo lugar y transmitir de generación en generación los conocimientos adquiridos a diario.

Hombres a los que no podemos conocer y reconocer (aún en nuestros días) si no tomamos en cuenta el papel de la comunicación y el trabajo. Tricotomía perdida en las nieblas de la prehistoria y que nos remite al ocioso problema de preguntarnos ¿qué fue primero, el huevo o la gallina? Elementos, sin duda, modelados unos a otros con el paso del tiempo.

Seres --hombres con el tiempo-- diferentes a nosotros. Trabajo muy distante de realizarse con nuestras modernas tecnologías. Comunicación --en los primeros tiempos-- a través de movimientos corporales, gruñidos, gemidos, música y tambores...Comunicación, antes y ahora, concebida como un proceso por medio del cual todos los individuos integrantes de una sociedad intercambian mensajes e inquietudes, con el fin de organizarse para trabajar, transmitir conocimientos, darse formas de gobierno, darse vida.

Y es por ese perpetuo juego modelador que el hombre cambia físicamente con el transcurrir de los siglos, sus organizaciones sociales se hacen más complejas, su alimentación se diversifica y modifica, y se ve en la necesidad de crear formas más eficaces para transmitir e intercambiar sus mensajes. Estas nuevas formas se sintetizan en la aparición del lenguaje oral y escrito, que por cómodo y económico se impone a los otros tipos de lenguaje, diría Alfonso Reyes.

Un lenguaje oral (cuyos orígenes también se pierden en las nieblas de la historia) que representa un gran avance para la humanidad. Ahora el hombre podía comunicarse sin necesidad de remitirse directamente a la cosa o animal en cuestión, era capaz de dar nombre a los objetos y sujetos, algo imposible de hacer con danzas, señales de humo o movimientos corporales, y podía, a través de los signos materializados en sonidos, transmitir sus mensajes de un modo más directo. Un lenguaje oral con dos grandes limitantes: primero, no podía preservarse en el tiempo y segundo, se encontraba restringido en su difusión por el alcance de la voz.

Dos limitantes aliviadas por la escritura, pues con ella los mensajes, el conocimiento y las órdenes no sólo pueden perdurar en el tiempo sino también transportarse en el espacio. Un invento, sin embargo, que desde sus orígenes fue privilegio de unos cuantos hombres: sacerdotes, jefes militares, reyes; y de unos cuantos pueblos: los que tenían el poder de conocer la escritura se reservaban el derecho de saber cómo era el paso del tiempo, cuándo sembrar, en dónde habitar. (*)

Así, podemos ver a la comunicación no como un proceso privativo de las sociedades modernas, sino que es tan antigua como la humanidad misma y tan necesaria como el trabajo. A través del tiempo y más en nuestros días, la encontramos en todas las actividades realizadas por el hombre; la comunicación se puede dar por medio de imágenes, de gestos, con la escritura, de forma oral, etcétera, etc.

Procesos comunicativos de las sociedades que nos permiten conocer, en gran parte, cómo vivían en el llamado comunismo primitivo; nos permiten dar cuenta de las orgías y el comercio en la antigua Grecia, las conquistas del imperio romano, los inventos del papel y la pólvora en

(*) Cabe señalar que si bien la posibilidad de reproducir documentos en forma múltiple existió mucho antes del invento de la imprenta en 1440 (el sistema multicopiado de manuscritos se hacía ya en Roma y los coran-tos y avvisi circulaban y se vendían en los últimos siglos de la Edad Media), no fue sino hasta finales del siglo XVIII y principios del XIX cuando comienza a ser real la capacidad masiva de leer y escribir, debido a la mecanización de las imprentas y el abaratamiento de los productos.

China, la cultura del maíz, los ornamentos y la cerámica de los pueblos de mesoamérica, la revolución industrial, la revolución francesa, las dos grandes guerras de nuestro siglo...

B) Procesos, sucesos y datos.

...el siglo XX.

Procesos de comunicación, dijimos antes, concebidos como testigos propaladores de la historia mediata e inmediata de la humanidad. Pero también concebidos en todas las actividades realizadas por el hombre hoy en día.

Procesos comunicativos generados en un mundo en el cual los satélites artificiales, las computadoras, los viajes al espacio o los conflictos bélicos son tan comunes como el dormir, beber o comer. Un mundo con sociedades heterogéneamente conformadas: con obreros, campesinos, artistas, profesionistas, empresarios o intelectuales con valores y aspiraciones diferentes, que no son meros espectadores de la comunicación sino actores de la misma.

Sin embargo, en este mundo moderno y complejo del siglo XX nos encontramos también con fenómenos que no podemos llamar estrictamente de comunicación, pero que sin duda alguna ayudan a conformarla. Es decir, no son procesos de intercambio de mensajes, pero sí son sucesos o datos configuradores de dicha comunicación.

Tenemos así a la noticia, que se puede definir como la comunicación de un suceso o fenómeno de actualidad y de interés general. Una noticia que al ser difundida --por los medios de comunicación colectiva principalmente-- tiene un valor o utilidad para el público receptor, en tanto le permite conocer su entorno y comprenderlo mejor. Por eso, de las innumerables noticias generadas en el globo terráqueo, nos interesan más aquellas sucedidas cerca de nosotros, tanto en espacio como en tiempo.

Por otro lado encontramos a la información, que sin ser un hecho de

estricto interés general y de mucha actualidad (una noticia) nos ayuda a comprender nuestra realidad, a saber de lo sucedido en el mundo y por tanto a configurar la comunicación. Se trata de datos o elementos como el crecimiento demográfico, los avances en la ciencia, la producción agrícola o las creaciones artísticas.

Para hablar con lógica diremos que la información es el género y la noticia la especie. Conceptos donde no existe una frontera demarcada, pero que unidos a los avances científicos y tecnológicos de las sociedades modernas, representan una alteración drástica en el ámbito de la comunicación: es en la primera mitad del siglo XIX cuando surge el primer periódico de masas; el cine se presenta en 1894 y alcanza su auge en la primera década de nuestro siglo, como la radio lo tiene en los 30's y la televisión en los 50's. Medios masivos de comunicación con un alcance mundial, incluso instantáneos con el uso de satélites y computadoras. Medios, sin duda, populares hasta nuestros días.

Hemos visto hasta aquí que, como diría Engels en El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre, "El trabajo es la condición fundamental de la vida humana...", convertidos en utopía --diríamos nosotros-- sin comunicación. De aquí la parte falsa del mito de Robinson Crusoe.

Pero como todo mito tiene también su lado verdadero, pasemos a ver cuál es éste. Recorramos un poco los caminos, acaso brechas, de un medio no tan popular ni masivo como los arriba señalados, pero de suma importancia para la recolección de la información y la noticia en el globo terráqueo; de extrema importancia para la comunicación en nuestro tiempo: Las agencias informativas...

II. El medio de medios.

A) Las agencias informativas. Condiciones sociales de aparición.

(Agencias informativas)...que podemos definir como empresas encargadas

de recolectar, procesar y distribuir información en todas partes del mundo. "Empresas que centralizan las noticias y por los medios más rápidos de transmisión las envían a sus suscriptores fijos, es decir, a los periódicos, revistas y noticiarios de radio y televisión, a organismos privados y oficiales: embajadas, bancos, el gobierno federal o las casas de bolsa".¹/Se trata de un medio --sin ser un juego de palabras-- mediador entre la producción de la noticia y los medios de comunicación colectiva principalmente, que por razones económicas no pueden tener correspondientes en todos los lugares donde se genera la información.

Un medio --ahora imaginemos-- por el que seguramente Robinson Crusoe hubiera dado hasta el último céntimo de su riqueza para que existiera durante los 28 años, 2 meses y 19 días en los que estuvo "incomunicado con la humanidad".(*) Un medio cuyos orígenes románticos se trasladan a la primera mitad del siglo XIX en el viejo continente.

Para ser más exactos diremos que es en 1825 cuando Charles Havas establece en Francia un servicio de noticias políticas y comerciales destinadas a suscriptores individuales; para 1835 establece lo que vendría a ser la primera agencia informativa en el mundo. Lo mismo hace Bernard Wolff en 1849, cuando abre una agencia en Berlín con el fin de surtir de información mercantil y bursátil a un periódico de su propiedad; con el tiempo establece convenios con otros diarios de Alemania y se dedica también a la recolección y distribución de información política. Asimismo, Paul Julius Reuter en 1851 funda en Londres un servicio de información financiera, proporcionado a través de palomas mensajeras con el objetivo de unir Inglaterra con las líneas telegráficas de Europa; servicio de enorme valor para los intereses comerciales del imperio británico, además de abastecer de información a los periódicos locales.

¿Descubrimiento? ¿invento? o surgimiento de las agencias informativas

(*) Estas últimas, son palabras pronunciadas por el propio Robinson Crusoe.

que nada tiene que ver con la generación espontánea. Desde sus inicios se encuentran estrechamente vinculadas a los intereses políticos y comerciales de las personas y potencias coloniales que las ven nacer: Havas, Wolff y Reuter, Francia, Alemania e Inglaterra.

Un medio de medios cuyo origen no es nada casual, como tampoco lo es su desarrollo ulterior. Hagamos un poco de memoria y recordemos que es también en el siglo XIX cuando se inventan y perfeccionan medios y tecnologías de comunicación como el telégrafo (1853), el cable trasatlántico (1858) y el teléfono (1876). Medios (no masivos) de suma importancia para la transmisión de la información, que permiten dar un salto cualitativo a las agencias de noticias, a sus servicios. Con estas innovaciones ya no era necesario esperar por semanas el correo o a los comerciantes del mundo para recibir y mandar información; tampoco habrían de utilizarse ya las ingenuas palomas mensajeras de Reuter.

Así, poco a poco se dejaban atrás los años idílicos de las agencias informativas y sus palomas mensajeras, pero al mismo tiempo --poco a poco-- se gestaba un fenómeno que habría de marcar el rumbo de dichas agencias de noticias; se gestaba la prensa de información dirigida a las masas. (Entre 1870 y 1914 se perfila primero en Inglaterra y después con mayor vigor en Estados Unidos. El estilo de esta prensa se apega a la narración o relato de los hechos).

Pero "Para asegurar el carácter masivo de la prensa era indispensable aumentar la producción y abatir los costos de impresión, para poder vender los productos (los periódicos) a un precio más barato".^{2/} Objetivos logrados, además de las innovaciones tecnológicas para la impresión del papel, a través de tres estrategias: primera, la inserción de avisos comerciales en todas las páginas del periódico; segunda, lograr un impacto popular con la inclusión de noticias y encabezados sensacionalistas; y tercera, proporcionar información no sólo de la realidad próxima sino de todo el globo terráqueo.

Este último punto tiene una enorme repercusión para el desarrollo y

consolidación de las agencias informativas, en tanto esa prensa de circulación masiva no puede tener corresponsales en todos los lugares donde se genera la información y necesita recurrir a una fuente que la ali- mente de esa mercancía(*): las agencias de noticias.

En el caso de las agencias informativas, quien logra capturar y difundir las noticias de la forma más rápida, es quien asegura la venta de las mismas. Por eso se entablan pugnas y competencias entre las agencias existentes en el siglo XIX, pero "Los señores Havas, Wolff y Reuter deciden que en lugar de desgastarse es mejor sentarse y discutir las reglas del juego".^{3/} En 1859 firman un convenio donde se dividen el mundo en zonas de influencia: a Wolff le toca Austria-Hungría y los países eslavos; a Havas el imperio francés, la parte sudoccidental de Europa y una porción de Africa; y a Reuter el imperio británico, la zona del mediterráneo, el canal de Suez y los Estados Unidos...

B) La historia en nuestro siglo.

(Estados Unidos)...país en el cual "La empresa periodística capitalista se establece sobre bases comerciales inflexibles y el negocio de la venta y producción de noticias".^{4/}

En esta nación se inaugura --con el New York Sun de Benjamin H. Day en 1833-- la era de los periódicos baratos destinados a las masas, donde se utilizan "...diversos materiales, recursos, trucos, estilos y experimentos, para conseguir que...ejercieran un mayor atractivo para el público lector".^{5/}

Uno de esos atractivos de la prensa masiva lo constituye la noticia. Mercancía difícil de obtener si se utiliza en su recolección sólo pe-

(*)Es pertinente señalar en este punto que la noticia y la información como mercancías existían ya desde mucho antes del origen y desarrollo de las agencias informativas citadas por nosotros. En el continente europeo, específicamente en Inglaterra, Francia, Alemania, Italia y España, se tiene conocimiento de que por lo menos desde el siglo XIII la compraventa de estos elementos fue objeto de una verdadera industria, ejercida por profesionales con oficinas bien organizadas que se encargaban de redactar el material y venderlo a muchos ricos (nobles, burgueses, comerciantes e integrantes del clero) que no vacilaban en pagarlo. Es bien conocido, también, que a la noticia impresa la precedieron la oral y manuscrita, coexistiendo la primera y tercera por mucho tiempo.

riodistas del propio medio. La solución a este problema la vislumbran los propietarios de varios periódicos de Estados Unidos, quienes deciden formar una cooperativa que les proporcione dicho servicio; fundan la agencia periodística Associated Press (AP) en 1848.

Una agencia, sin embargo, no tan poderosa como sus rivales europeas, pues a pesar de que en 1870 le permiten formar parte del cártel europeo de noticias, Havas, Wolff y Reuter le asignan únicamente la información de los E.U.

Pero nos encontramos ya en los últimos años del siglo XIX y en los primeros del XX. La prensa de información se encuentra en el punto más álgido de su popularidad e inyecta una fuerte dosis de impulso a las agencias estadounidenses: en 1907 Edward Wyllis Scripps funda la United Press (UP) y en 1909 William Randolph Hearst la International News Service (INS). Para esos años la AP se aventura ya en México.

Son años en los que la prensa de información se encuentra en la cumbre de la montaña y la radio comienza a escalarla. Años también en los cuales se gesta un reacomodo geográfico del mundo, producto de la ambición de varios estados capitalistas que en el siglo pasado llegan tarde a la repartición del mundo y ahora se plantean la redistribución del mismo, claro con enormes beneficios. Esta situación desemboca en la primera guerra mundial (1914-1918), coincidente con el desarrollo de la radio: una boca más a la que habrá de alimentarse con información.

Esta primera gran guerra permite a los Estados Unidos, por su alejamiento geográfico del conflicto bélico, emerger como competidor de las grandes potencias europeas en el control de las materias primas y la información.

En los años venideros habría de mostrarse no sólo la competencia sino la superioridad. "Para 1927...La agencia Reuter inglesa, la Havas francesa y la Wolff alemana, que en 1912 mediante un convenio se habían repartido el mercado periodístico, eran desplazadas del primer plano informativo por E.U." 6/

Agencias informativas. Un medio estrechamente vinculado en su origen y desarrollo a las necesidades de comunicación de las sociedades del mundo (*): necesidades de individuos, instituciones, países y medios de comunicación colectiva principalmente. Un medio, sin embargo, ligado también a los intereses políticos y comerciales de esos entes sociales; incluso sustentado por sus propios intereses: la venta de noticias y el control de la información.

Es en estos dos últimos puntos donde da comienzo la parte verdadera del mito de Robinson Crusoe: el hombre incomunicado...por el hombre mismo. Un mito ubicado en los años posteriores a la segunda guerra mundial. Conflicto bélico que engendra tres fenómenos determinantes para la conformación geográfica, política y económica del mundo actual, y también para la configuración de la comunicación en nuestros días. Estos fenómenos son:

Primero: al finalizar la segunda guerra, el mundo se divide en dos grandes bloques de poder: el socialismo y el capitalismo.

Por un lado, los Estados Unidos se convierten en la cabeza indiscutible del capitalismo y países que lo integran, en cuanto posee el control militar (tiene el arma decisiva, la bomba atómica), la hegemonía económica (por segunda ocasión no sufre las consecuencias de la guerra en su territorio y obtiene pingües beneficios con el desarrollo de la industria militar y los préstamos para la reconstrucción de Europa) y se erige como el principal defensor político e ideológico de ese sistema económico. Por el otro lado tenemos a la U.R.S.S., que si bien en esos años --1947 y la década de los 50-- no logra tener el poderío económico y militar de E.U., sí amenaza con extender su influencia a otras partes

(*)A pesar de que es en las potencias mundiales del siglo pasado y éste donde tienen su origen y mayor desarrollo las agencias informativas, no son los únicos lugares donde surgen: se tiene conocimiento de agencias en Italia, Noruega o España al final del XIX, o en Argentina (la Agencia Noticiosa Saporiti) en 1900; por sólo mencionar unos cuantos países. Para mayor información ver Les Agences Télégraphiques D'Information. p.19y20

del mundo. Este fenómeno es conocido por nosotros como la Guerra Fría.

Una lucha, por la contención del avance socialista y por la consolidación del capitalismo, llevada a cabo no sólo por medios económicos y militares, sino acompañada también de políticas culturales y de comunicación. "La información, y más específicamente la capacidad para transmitir, almacenar y usar información, es un recurso decisivo, al igual que los energéticos o las materias primas". 7/ La capacidad para transmitir información a nivel mundial se convierte en un recurso de invaluable importancia en términos políticos e ideológicos. Y claro, esta capacidad sólo pueden tenerla aquellas naciones con una economía consolidada y sin atrasos tecnológicos: los países desarrollados como E.U.

Por eso tampoco es casual que en estos años de la guerra fría encontremos la formulación teórica de conceptos como 'La Libertad de Expresión' y 'El Libre Flujo de la Información'. Utilizados como pretextos legales o morales para romper las barreras *impuestas* a los medios de comunicación y fortalecer la idea del mundo *libre*. Conceptos que por "...el peso de los Estados Unidos y los países occidentales dentro de los organismos internacionales, permiten imponer(los) fácilmente..."8/

Así, se concibe a "...la libertad de información...(como) un derecho humano fundamental y la piedra de toque de todas las libertades en cuya defensa las Naciones Unidas están interesadas...(e) implica el derecho de reunir, de transmitir y publicar noticias en todas partes y donde sea sin obstáculo alguno". 9/

Concepto formulado finalmente en la Declaración Universal de Derechos del Hombre, proclamada por la ONU en 1948, de la siguiente forma: "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 investigar y recibir informaciones y opiniones y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión". 10/

Ideas subrayadas por nosotros, pues son de gran importancia para la

comunicación en esos años y determinantes para la configuración de la misma en nuestro tiempo. Debemos recordar que para finales de los 40 y principios de los 50, medios como la prensa de información, el cine y la radio han alcanzado su auge mundial y la televisión está por hacerlo.

Medios utilizados desde entonces no sólo para recibir y transmitir la información objetivamente, sino para difundir ideologías y deformar otras realidades. (*)

Pero tampoco debemos olvidar que es en esos años de la guerra fría cuando las agencias informativas de las potencias del mundo, principalmente las de E.U., han alcanzado su auge mundial: la Wolff desaparece en 1933 con la llegada de Hitler al poder en Alemania, la Havas cambia su nombre por el de Agence France Presse (AFP) en 1944 y la Reuter sigue en el camino. La Associated Press (AP) es uno de los monstruos que dominan la información en el mundo y se crea la United Press International (UPI) en 1959 como resultado de la fusión de la International News Service (INS) y la United Press (UP). Medios de medios escudados en los conceptos antes subrayados para imponer una visión determinada del mundo y garantizar el dominio de los pueblos desarrollados sobre los subdesarrollados.

Un dominio encabezado por las agencias norteamericanas, que si en 1927 tenían una superioridad sobre las otras agencias occidentales, en 1959 ya no había lugar a dudas sobre tal superioridad. Un informe de la Reuter lo dice todo: "Resulta cada día más difícil competir en los mercados mundiales y conservar nuestra posición con respecto a las agencias norteamericanas...de información". 11/

 (*)Deformación lograda con los títulos de las notas, el uso de las citas textuales, los calificativos, las declaraciones de personajes, etc. Un estudio de caso donde se ilustra muy bien esto es: Gregorio Selser y Rafael Roncagliolo. Trampas de la información y neocolonialismo.

Segundo: con el término de la segunda guerra mundial, se acaba prácticamente también con la era de la colonización directa.

La sujeción político-militar por parte de las potencias coloniales, deja de ser un pretexto para el control económico de los países poco desarrollados. Sin embargo, estas potencias imperiales no pueden prescindir de los beneficios obtenidos de sus antiguas colonias y se ven en la necesidad de preservar dichas áreas de influencia, a través de formas más refinadas y sutiles de presencia, pero no menos explotadoras.

Así, tercero: surge el proyecto transnacional en la década de los 50. Lapso en el cual Estados Unidos se consolida como líder indiscutible del bloque capitalista, y las potencias europeas involucradas en la guerra, comienzan a recuperarse paulatinamente de los destrozos en sus economías y territorios.

Un fenómeno transnacional --vigente hasta nuestros días-- concebido como un proceso globalizador, pues no se restringe al aspecto económico-financiero, sino que abarca también los campos de la tecnología, la cultura y la comunicación.

En su fase económico-financiera se caracteriza por el surgimiento, en los países altamente desarrollados, de grandes corporaciones industriales que buscan nuevas formas de expansión y desarrollo. Corporaciones y países que ya no invierten en la obtención de materias primas o en la infraestructura de las naciones pobres como a principios de siglo, sino que ahora se dedican a la implantación masiva de filiales, con el objetivo de dedicar su actividad a la producción de bienes de consumo dirigidos a las clases locales. Empresas beneficiadas con la mano de obra barata y la absorción de recursos naturales de esas naciones subdesarrolladas; un tercer mundo con los consabidos problemas de los bajos niveles de vida y la carga excesiva de la deuda externa.

Estos beneficios obtenidos les permiten disponer de una gran cantidad de recursos para destinarlos al desarrollo de las técnicas productivas,

a la investigación del espacio, al estudio de las ciencias, a la innovación en la informática y la electrónica, por sólo mencionar unos cuantos rubros.

Estudios, innovaciones e inventos con enormes repercusiones en el mundo de la comunicación: con el uso de los sistemas de satélites, el télex, el fax o los teléfonos celulares, se puede dar una mayor rapidez en la recepción y transmisión de los flujos de información. La radio y la televisión no sólo pueden llegar a los lugares más recónditos del planeta, sino transmitir los eventos en forma instantánea. El periódico ha superado ya los antiguos métodos de formación e impresión de textos, ahora se hace con sistemas computarizados. La producción cinematográfica y televisiva crece a ritmos desproporcionados, la industria de los comics también y las agencias de publicidad pululan por todo el globo terráqueo. Con las computadoras se pueden crear sistemas eficaces de recolección y distribución de datos y se pueden crear bancos de información estratégica para las sociedades.

¡Oh, benditos inventos, tecnologías y medios de comunicación del mundo moderno; gracias a ustedes el hombre no tiene por qué repetir el crujido aislamiento de Robinson Crusoe! Avances, suele afirmarse categóricamente, de suma importancia para la humanidad.

Pero ¿quién es la humanidad? ¿Acaso sólo los países donde la concentración y uso de estos avances en las tecnologías de la comunicación y la información es característico, o también se incluye a aquellas naciones de Africa, Asia y América Latina, donde su incorporación implica un pago elevado por los costos de patentes, los despidos masivos por su errónea incorporación, la falta de mano de obra capacitada, los elevados precios de las refacciones o un ritmo acelerado de obsolescencia de sus sistemas e instrumentos internos de comunicación e información? En otras palabras, son avances que implican una nueva descapitalización para las naciones periféricas y redundan en un desequilibrio del flujo informativo con respecto a los países centrales.

Este desequilibrio tiene en las agencias de noticias uno de sus instrumentos más efectivos. Son las agencias de los países desarrollados --AP, UPI, REUTER y AFP-- las que emplean a millares de técnicos, analistas y reporteros, poseen oficinas en más de un centenar de países del mundo y controlan el 80 por ciento de la información noticiosa generada en el globo terráqueo. A través de ellas se nos informa de lo sucedido en lugares tan lejanos como el Oriente Medio o China, de lo acontecido en países que comparten nuestras raíces culturales, es decir, América Latina y, para colmo, nos informan muchas veces de lo que pasa en nuestra propia realidad. Servicios proporcionados a un alto costo monetario.

Pero el problema no se reduce únicamente a la cantidad de noticias, sino que se extiende también al perímetro de la calidad o cualidad de las mismas.

Estas agencias, hemos dicho ya, viven de la venta de noticias, y por tanto sus productos, artículos o textos deben adoptar características de mercancía, aun bajo el riesgo de presentar los sucesos de una forma esquemática y descontextualizada. Así, dedican gran parte de su actividad a la recolección y distribución de noticias referidas a golpes de Estado, corrupción, desastres naturales o conflictos armados ocurridos en los países subdesarrollados, dejando de lado aquella información sobre los avances científicos o culturales que puedan tener esas naciones.

Aunque es bien cierto que ese tipo de informaciones las transmiten también cuando ocurren en los países del llamado primer mundo, pues "El gran público se ha apasionado siempre por los acontecimientos extraordinarios que interrumpen la monotonía de la vida cotidiana: hechos naturales, como las inundaciones, las erupciones volcánicas, los temblores de tierra (sin hablar de los cometas); hechos humanos, como los asesinatos misteriosos; hechos milagrosos... (y) los acontecimientos políticos y militares de (cada) época". 12/

Pero también hemos mencionado ya que estas agencias se encuentran li-

gadas a los intereses políticos y comerciales de los países imperialistas y corporaciones transnacionales donde tienen su sede. Por eso no es nada raro que sean utilizadas como medios para transmitir ideología, encubrir informaciones desfavorables o deformar realidades al presentar únicamente los problemas, atrasos y desórdenes de los países poco desarrollados. (*)

Agencias de noticias a las que ahora podemos llamar con mayúsculas Agencias Transnacionales de la Información, pues "Esta manera de controlar lo que se informa sobre nosotros y sobre qué debemos estar informados, constituye una nueva forma de dominación cultural...",^{13/} cuyo objetivo es mantener el orden capitalista existente; es decir, perpetuar la hegemonía explotadora de los países desarrollados sobre los subdesarrollados. Estas agencias de información, como cualquier otra empresa transnacional, tienen *sed* de expansión, *sed* de extender su dominio y acción, escudadas en el concepto y pretexto del Libre Flujo de la Información...

C) El Tercer Mundo.

...Agencias transnacionales convertidas en verdaderas trampas del neocolonialismo y la información: trampas con mucho de engaño, verdad y mistificación como el mito de Robinson Crusoe. Pero nuestro héroe logra superar el drama de la in-comunicación con el mundo al ser rescatado de su *cautiverio* el 19 de diciembre de 1686. La pregunta ahora es ¿cuándo y cómo lo lograremos nosotros, el hombre del tercer mundo?.

¿Cuándo, si es en los países altamente desarrollados donde se pueden destinar cuantiosos recursos para la investigación y producción de tecnologías de comunicación, para el desarrollo de los medios masivos, para la creación de bancos de datos y el fortalecimiento de sus agencias

(*)Aquí es necesario hacer un paréntesis para señalar que si bien nosotros nos ocupamos de los cuatro grandes *monstruos* de la información --AP, UPI, AFP y REUTER-- en el mundo socialista tan vapuleado hoy en día, y tal vez en vías de extinción, existe el caso de la agencia TASS que defendió una imagen muy favorable de Stalin, un dictador cruel, y que justificó represiones y asesinatos *legales* que hoy son denunciados en la Unión Soviética, además de las justificaciones que dio de las invasiones a Checoslovaquia, Hungría y Afganistán.

informativas; mientras los países del tercer mundo ven limitadas sus posibilidades de obtener datos vitales para su desarrollo, ven la enajenación de sus pueblos y no pueden informar incluso sobre su propia realidad? ¿Cómo, si la desigualdad en el flujo informativo no sólo se da en la cantidad sino en la cualidad o calidad de las noticias?

El cuándo queda en el aire. El cómo se ha intentado resolver a través de dos estrategias: primera, con el pronunciamiento de los países del tercer mundo por un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, y segunda, fomentando la creación de redes efectivas para la recolección y distribución de la información a nivel nacional y regional.

Sobre el Nuevo Orden, las naciones subdesarrolladas han aprovechado todos los foros donde se les permite alzar la voz para exigir un justo, equilibrado y rápido flujo de noticias; para pedir la difusión del arte, la literatura y los avances en la ciencia en el tercer mundo y para censurar el sensacionalismo, la desinformación y el negocio de la compra-venta de noticias llevados a cabo por las transnacionales de la información y países que las sostienen.

Un esfuerzo relativamente nuevo, pues "Fue en la sesión de 1970 de la Conferencia General de la UNESCO cuando los delegados de varios países en desarrollo plantearon por primera vez en forma explícita la cuestión de la distribución desigual de los medios masivos, pidiendo la organización de sistemas de intercambio de noticias mejor equilibrados y adaptados". 14/

Con el paso del tiempo, estas peticiones se han concretado en exigir un cumplimiento real del libre flujo informativo, el libre acceso a las fuentes de información, el no ser considerados meros espectadores de la comunicación sino actores de la misma (no a la corriente en un solo sentido) y permitírseles utilizar los canales internacionales de difusión para dar a conocer sus puntos de vista. En pocas palabras, los países en vías de desarrollo buscan la reivindicación del derecho del hombre a la comunicación y a la información.

Por otra parte, las naciones del tercer mundo se han dado cuenta que "...los gobiernos necesitan información en temas tan diferentes como el crecimiento demográfico, las cosechas y la dotación de agua...no sólo de sus propios países sino también del exterior...(y que) Las fuerzas armadas, los partidos políticos, las compañías de aviación, las universidades y los institutos de investigación, entre otros, no pueden funcionar eficientemente hoy en día sin los diarios intercambios de información". 15/ Por eso han buscado canales alternativos para la recolección y distribución de esta información en el territorio nacional y en el ámbito internacional.

A nivel nacional se buscan soluciones como el fortalecimiento de los medios masivos de comunicación y el desarrollo de diversas agencias nacionales. Soluciones de acuerdo a las pautas culturales, sociales, políticas y económicas de cada uno de los pueblos.

En el terreno internacional se crea el Pool de Agencias de los Países No Alineados (*) el 20 de enero de 1975 y se ratifica en julio del 76. Su objetivo principal es contrarrestar el desigual flujo informativo a nivel mundial y establecer convenios entre las naciones integrantes para el intercambio de información, para la designación conjunta de corresponsales en el extranjero, en la utilización común de medios de transporte y en la formación de periodistas. Acuerdos encaminados a contrarrestar las elevadas tarifas de las agencias transnacionales por sus servicios, la violación de la soberanía nacional, la corriente en sentido único (dominación), el uso autoritario y la manipulación de la información.

De un tiempo para acá, tanto en el ámbito nacional como en el inter-

(*)El Movimiento de los Países No Alineados se funda en Belgrado, Yugoslavia, en 1961. Este movimiento, integrado por países del tercer mundo, se opone a la división del mundo en dos grandes bloques de poder y se pronuncia por una neutralidad activa de las naciones; es decir, busca la paz, la liberación de los individuos y los pueblos; persigue la solución pacífica de los conflictos y está en contra de la discriminación y la miseria. Su ideal es la coexistencia pacífica de las naciones.

nacional, se ha fomentado la creación de medios de comunicación a nivel regional. Instrumentos que responden a los vertiginosos cambios y condiciones sociales y políticas de la actualidad, además de ser consecuencia de las necesidades de unas poblaciones que rechazan un centralismo que no toma en cuenta los problemas y necesidades de cada región.

El propósito de esta tendencia es mostrar la riqueza natural y humana, la historia y tradiciones de una zona geográfica determinada (ya sea dentro de un propio país o a nivel mundial) sin perder de vista que forman parte de una sociedad global y un universo muy amplio. Se persigue difundir las culturas populares, las cuestiones políticas y étnicas, la música de las comunidades, danzas, deportes, entretenimientos, etcétera, de una región, y conocer su problemática para buscar soluciones de la misma.

III. México ¿La isla de Robinson Crusoe?

Ahora nos toca echar un vistazo a la situación de la comunicación en México. En nuestro recorrido centraremos nuestra atención en el actuar de las agencias informativas en nuestro país, tanto nacionales como extranjeras, por considerarlas el medio idóneo para la recolección y distribución de la información en una nación con un territorio de casi dos millones de kilómetros cuadrados, con aproximadamente 85 millones de habitantes, 20 de los cuales viven en la capital, y donde no sólo existen sino coexisten diversas culturas entre sí.

Una comunicación concebida no sólo como una cuestión de medios (la estructura económica de los instrumentos, el contenido de los mensajes y sus posibles efectos), sino entendida también como un asunto de cultura. Es decir, este proceso se genera al interior de las realidades culturales de cada sociedad, si entendemos por cultura aquel conjunto de hábitos, el arte, la religión, las formas de hablar, de vestir, de comer, de producir, de consumir, etcétera, característicos y caracterizadores de una sociedad; algo que forma parte del pasado, pero sobre todo generado en el presente; algo no lineal sino discontinuo, donde se mezcla lo urbano con lo rural.

Como punto de arranque, nos permitiremos utilizar una larga cita del artículo "Agencias: la más moderna de las guerras", publicado por Raymundo Riva Palacio en Excélsior. 16/ En este texto el autor con su visión de periodista nos brinda, por una parte, un panorama inobjetable de nuestra dependencia informativa del exterior; pero por el otro lado vislumbra soluciones erradas, a nuestro juicio, si tomamos en cuenta que él fue (hasta el 16 de febrero de 1990) el director de la agencia de noticias más grande de México: NOTIMEX. (Es pertinente aclarar que las citas no están expuestas en el orden presentado por Riva Palacio, pero esto no se hace con la intención de descontextualizar sus ideas sino para una mejor exposición de la tesis, además de algunos comentarios al margen).

"En la actualidad, las agencias extranjeras proporcionan alrededor de (1) 80 por ciento de la información que se difunde en los países del Tercer Mundo, mientras que sólo transmiten 20 por ciento de la información procedente de esa región, que suma tres cuartas partes de la humanidad".

"La información que llega a México, sobre México y el exterior, se caracteriza por una brutal dependencia informativa: 79 por ciento de esa información procede de las agencias Associated Press, United Press International, Agence France Press y EFE; otro 10 por ciento proviene de fuentes estadounidenses y de Europa Occidental no comprendidas dentro de las agencias de noticias; 6 por ciento proviene de fuentes socialistas y del tercer mundo, y el 5 por ciento restante de corresponsales mexicanos".

"No es posible concebir que información que afecta directamente a México, como son las decisiones de la Organización de Países Exportadores de Petróleo y el Fondo Monetario Internacional, o los diferendos con Guatemala, sean analizados a partir de la óptica de agencias de prensa extranjeras. Asimismo, es inaudito que en Washington, en donde prácticamente cada dependencia gubernamental trata asuntos que afectan directamente la relación bilateral con México, sólo haya cuatro corresponsales mexicanos, que trabajan para cuatro medios mexicanos. Y sobre todo, si el número de corresponsales de medios estadounidenses en México, asciende a 80".

"Naturalmente, ello tiene un alto costo. La enorme dependencia informativa del exterior provoca que la información sobre México no se ajuste a las prioridades y necesidades nacionales (descontextualización), obediencia a políticas o intereses y, como consecuencia, que exista una falta de continuidad en la información que más interesa a los mexicanos".

Hasta aquí el análisis de Riva Palacio es impecable, sin embargo las

objeciones comienzan cuando hace la siguiente aseveración:

"Todo esto no es culpa de los medios y periodistas extranjeros. Ellos están aquí para cumplir con su trabajo y, como lo demuestran las estadísticas, lo realizan efectivamente. Pero no nos engañemos: la responsabilidad de esta dependencia informativa es estrictamente nuestra. Es tá claro que lo que México necesita son voces y oídos mexicanos en el exterior, que actualmente son insuficientes".

Pero cómo no va a ser "culpa" de "ellos" si como él mismo lo menciona, esa dependencia informativa responde a "políticas o intereses" de las metrópolis que los sostienen. Como vimos en el apartado anterior, esos trabajadores y medios son utilizados como instrumentos de dominación, donde las agencias transnacionales juegan el papel de verdaderas trampas de la información.

En cuanto a que la responsabilidad es "estrictamente nuestra", si bien nosotros no señalaríamos con tanto énfasis este término, sí aceptaríamos en lo esencial la aseveración del exdirector de Notimex. Muchos de los problemas informativos de México se generan al interior de sus propios medios. Ante esto Riva Palacio propone tener "voces y oídos mexicanos en el exterior".

Pero ¿cómo lograr esto?

"Si se quiere generar información propia, si se quiere comenzar a difundir los asuntos mexicanos e internacionales con una óptica mexicana, hay que invertir necesariamente. Los medios de comunicación mexicanos deben de estructurar sus redes de corresponsales, y salir de una autogeneración informativa en el exterior".

Por fortalecer o invertir en "Los medios de comunicación" se refiere a fomentar la venta de periódicos en el extranjero --la televisión es el único medio que ha intentado esta promoción-- y a "entrar de lleno" a la era de las tecnologías avanzadas: la computación y los satélites. Para esto Raymundo Riva Palacio propone el financiamiento de los bancos, a los cuales se les pagaría con publicidad.

Las objeciones aquí son tres: primera, Riva Palacio se preocupa únicamente por dar un impulso mayor al desarrollo de los medios masivos

de comunicación y pasa completamente por alto el papel de las agencias de noticias, especialmente el de Notimex (queremos creer que esta omisión fue por motivos de espacio en el periódico). Quizá algunos medios masivos sí puedan "difundir asuntos mexicanos e internacionales", pero son pocos, pues históricamente se ha demostrado que por la carga excesiva que representa la producción de programas, la impresión del papel, la difusión de la música, etcétera, etc., no pueden realizar eficientemente esta actividad, y para eso nacen las agencias de noticias. Segunda, cómo lograr ese financiamiento si nos encontramos inmersos en una crisis económica, además quien puede hacer uso de esos medios y tecnologías son unos cuantos grupos de poder. Y tercera, cómo crear una "red de corresponsales" eficiente --se entiende en el exterior-- si al interior de nuestro propio país somos incapaces de establecer una.

Cómo --ahora usaremos una cita del señor Alfredo Pérez Díaz, director de la Agencia Mexicana de Información-- si "Estamos en pleno siglo de las comunicaciones, México cuenta con dos satélites y un grupo televisivo se ufana de transmitir su señal y las noticias nacionales a todo el mundo, pero es más fácil que nos llegue 'el eco' de lo que sucede al otro lado del planeta y recibir incluso excelentes imágenes con apenas algunos minutos de diferencia, que de lo que ocurre en nuestro país ...a menos que se trate de escándalos relacionados con el narcotráfico, catástrofes como el incendio de las selvas de Quintana Roo, inundaciones y cosas por el estilo.

"¿Qué saben los habitantes de Baja California de lo que sucede en Yucatán, Oaxaca o Tamaulipas, y viceversa? Ni siquiera de los vecinos estados de Sonora y Sinaloa, pues a veces la información no fluye ni para saber lo que sucede en los propios estados.

"Se tiene con mayor eficiencia la información de la Ciudad de México, a veces con exceso y les llegan a los mexicanos de otros puntos del país noticias intrascendentes sobre la delegación Benito Juárez o Cuauhtémoc --por citar ejemplos--, y en el flujo informativo los mayores caudales responden a noticias --frecuentemente propagandísticas de imagen de funcionarios-- oficiales o de los organismos cúpula del sector empresarial". 17/

Ahora pasemos a ver la realidad mexicana reflejada en sus agencias de noticias.

ANTA (1935-1943)

El antecedente más remoto de las agencias informativas mexicanas lo encontramos en el año de 1935, cuando se funda la Agencia Noticiosa Telegráfica Americana (ANTA). Esta agencia, constituida como una sociedad anónima con ayuda financiera del gobierno, tenía el objetivo de suministrar un servicio de noticias a los periódicos nacionales principalmente.

Para realizar esta actividad, ANTA se apoyó primero en los despachos radiotelegráficos de la agencia Havas hasta 1940 y después en los de Reuter, pues no contaba con corresponsales en el extranjero ni en el interior del país. Su personal se reducía a un director, un jefe de redacción, cinco o seis redactores, tres radiotelegrafistas y cuatro 'Copy-Boys'.

La agencia transmitía cotidianamente de 3000 a 5000 palabras sobre información política y un poco de información deportiva a once diarios, un semanario y siete estaciones de radio en la Ciudad de México; en provincia lo hacía a 50 periódicos y dos estaciones de radio. Para la distribución de sus servicios en el interior del país se valía de dos medios: primero, la entrega directa por la vía telegráfica, y segundo, a través de los convenios que estableció con el Bloque Nacional Periodístico y la Unión Periodística Panamericana.

Para captar los servicios radiotelegráficos de las dos agencias europeas, ANTA contaba primero con dos receptores y después con tres (un Telefunken y un Hallicrafter, después dos Hallicrafters y un Hammerlund). Los despachos eran captados por la estación de Palo Alto y se transmitían por hilo a las oficinas de la agencia, donde era procesada la información y se distribuía a los suscriptores.

La agencia ANTA, con sede en la Ciudad de México, desaparece en el año de 1943. 18/

INFORMEX (1960-1986*)

Un escaparate ubicado en la esquina de Dr. Río de la Loza y Niños Héroes,

(*)El año de la desaparición de la agencia no podemos darlo como un dato exacto.

que más bien parecía un aparador de zapatos, fue el escenario para la creación de la agencia Información Mexicana (INFORMEX) en 1960 (*). Se trató de una experiencia importante, pues su objetivo primario era constituirse como un dique en contra de la información transmitida por los monstruos transnacionales.

INFORMEX se funda como una idea que le vendió el bachiller Alvaro Gálvez y Fuentes a don Emilio Azcárraga. Durante sus tres primeros meses de existencia la agencia transmitió a través de telegramas de prensa de un centavo por palabra, con las desventajas de que la información tenía que condensarse mucho, la regresaban, llegaba tarde para el cierre de los periódicos y a veces no llegaba. Después se adquirieron dos transmisores de radio Wilcox, desechos de un barco de la segunda guerra mundial, con unos enormes bulbos, de alta tensión y con muchos problemas para transmitir; además se necesitaba un demodador para recibir las señales de sus corresponsales y traducirlas a impulsos telegráficos, esto se hacía con un teleimpresor Tracto 15 de principios de siglo.

En 1961 la agencia cambia su sede al edificio INFORMEX, ubicado enfrente del Centro Escolar Revolución que se cayó con los sismos del 85. Este edificio fue inaugurado por el presidente López Mateos pero no pertenecía a la agencia, sino que su dueño --el Sr. Abreu, propietario también de una cadena de mueblerías-- le quiso poner el nombre de la agencia.

Para esos años trabajaban en INFORMEX 30 personas y tenía unos 50 corresponsales en la provincia. Sus suscriptores empiezan a crecer primero con estaciones de radio y después se incorporan periódicos y canales de televisión: se consiguieron contratos para hacer los noticiarios de la XEW, XEQ y XEDF en radio, y en televisión los noticiarios 'Excélsior', 'Amanecer', 'Nescafé' y 'Relámpago del Aire'.

Por lo menos hasta 1978, año en que el señor Alfredo Pérez Díaz deja la dirección de la agencia, se siguió el esquema de la recolección y distribución de la información en todo el territorio nacional.

(*) Al parecer la fecha exacta es el 17 de mayo.

Después de este año, 1978, la agencia cambia sus oficinas a una casa ubicada en la calle de Julio Verne 39 en Polanco. Aquí se le pierde la pista. 19/

NOTIMEX (1968-)

En agosto de 1968 fue constituida la Agencia Mexicana de Noticias (NOTIMEX). Los estatutos de la agencia establecieron como sus propósitos básicos todas las actividades relacionadas con la captura, procesamiento y difusión de noticias, destinadas a los medios de comunicación impresos y electrónicos. Al establecer NOTIMEX, el Gobierno Federal pretendió, en sus atribuciones, equilibrar la creciente influencia y penetración de las agencias transnacionales de la información en nuestro país; promover la divulgación de noticias orientadas a reforzar la soberanía e identidad nacional y mostrar la realidad interna e internacional de acuerdo con los valores y principios de los mexicanos.

Así, los objetivos de la agencia quedaron establecidos de la siguiente forma:

- Fortalecer la soberanía informativa de México y reducir la dependencia hacia el exterior. De igual manera se contempla cubrir las necesidades informativas de la población: abrir nuevos canales de acceso a la expresión de los grupos sociales y garantizar con ello que el principio constitucional del derecho a la información se realice plenamente.
- Contribuir con el gobierno para que su información sea oportuna, congruente, de alcance nacional y de presencia internacional.
- Elaborar e instrumentar un proyecto de re-estructuración para situar a la agencia como vocero oficial del Estado Mexicano. 20/

NOTIMEX se creó cuando "La sociedad mexicana se componía de 58 millones de habitantes, la ciudad de México rebasaba ya los 5 millones; se publicaban 12 periódicos nacionales y había tres canales de televisión que llegaban a ciertas zonas del país. Sin embargo la mayor parte del territorio nacional no recibía las señales de televisión. La radio seguía siendo el mejor medio de comunicación. En dicho año la Secretaría de Comunicaciones y Transportes tenía registradas 140 estaciones de ra-

dio en todo el país y se publicaban 80 periódicos de circulación estatal o regional.21/

El funcionamiento de la agencia dependió, y depende, principalmente de los recursos económicos otorgados por el Gobierno Federal, además del pago por sus servicios. Por ejemplo, en 1972 producía y operaba los noticiarios del canal 13 (recién adquirido por el gobierno, el 15 de marzo) y en forma complementaria pero significativa obtenía recursos por la producción de noticiarios para Televisa. En este año cuenta con un servicio de filmación, video tape y fotografía; tenía una unidad móvil, equipo portátil, cámaras, grabadoras, mezcladoras, planta de luz, efectos especiales; poseía una filmoteca, un laboratorio para revelado, máquinas de edición, proyectores y otros instrumentos; además prestaba sus servicios a anunciantes y agencias de publicidad.

Pero a partir de 1976 se empiezan a registrar resultados deficitarios en las operaciones de NOTIMEX, fundamentalmente en los renglones fiscales y en el pago a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes por la condición de señales.

Los presupuestos autorizados a la agencia durante la administración de José López Portillo no permitieron hacer frente a los pasivos de años anteriores, lo cual generó la acumulación de intereses y recargos: a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes con un monto de 401.4 millones de pesos; a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público con 120 millones de pesos; a INFONAVIT con 20 millones y a Nacional Financiera con 18.2 millones de pesos. En total todo esto equivale a 559.6 millones de pesos, que convertidos en por ciento resultan 72, 21, 4 y 3 respectivamente, haciendo un total del 100 por ciento.

Por eso, de 1976 a por lo menos 1982 la agencia funcionó con precarios recursos financieros, lo cual provocó que algunos de sus propósitos originales se desvirtuaran por completo. Para obtener recursos, NOTIMEX arrendó a Televisa sus facilidades de microondas, desmanteló casi por completo la red de corresponsales nacionales y extranjeros y destinó buena parte de su capacidad de producción a la elaboración de materiales

publicitarios, documentales y comerciales, ajenos en su mayoría a los intereses gubernamentales. 22/

Una muestra de esta debilidad lo constituye la desaparición, en gran parte, de los servicios antes mencionados (cuando Televisa y el Canal 13 crean sus propias direcciones de noticiarios, dejan de adquirir casi por completo los servicios de NOTIMEX). Para 1979 la agencia informativa más grande e importante de México, apenas si tenía cuatro oficinas en toda la República Mexicana (en un total de 31 estados) y sus clientes en el extranjero se limitaban a ser: en California.- La Opinión, diario de Los Angeles; Radio América KRRQ, AM, de Los Angeles; T.V. Canal 20, KEMO, de San Francisco; Radio KAZA. de San José y Radio KGST, de Fresno. En Arizona.-KIFN, de Phoenix. En Texas.-Radio KCGR, de San Antonio. 23/

Pero ubiquémonos en años más recientes, en 1986 cuando "...la ciudad capital y su área metropolitana suman 19 millones de habitantes, el país 80; se cuenta con dos cadenas de televisión de alcance nacional y 38 canales locales, satélites de comunicación, 800 estaciones de radio y 120 periódicos, de los cuales 24 se publican diariamente en el Distrito Federal, y los demás en las ciudades de provincia, algunos con más de un siglo de existencia". 24/

En esta realidad --o parte de ella-- nacional se movía NOTIMEX y prestaba los siguientes servicios: a) informativo nacional, b) informativo internacional, c) de publicidad ("en cualquier medio de comunicación"), d) editorial sindicado ("con las mejores plumas de México"), e) noticias para televisión (audio y video), f) producción de radio y g) especial de fotografía.

En 1987 sus clientes en el extranjero eran; en California: Radio FGST, de Fresno; Radio KAZA, de Morgan Hill; Noticias del Mundo y La Opinión, de Los Angeles y Miniondas, de Santa Ana. En Florida: FBIS, de Key West. En Colorado: Express Information, de Golden. En Nueva York: Noticias del Mundo y Oficina representante de México ante la O.N.U. En Washing-

ton, D.C., El Salvador, Guatemala, Honduras, Costa Rica y Panamá, se presta servicios a las embajadas de México en esos países. 25/

A nivel nacional sólo señalaremos cinco ejemplos de los suscriptores de NOTIMEX. Esto se hará con la muestra de los estados de: Zacatecas, Veracruz, Aguascalientes y Jalisco; y claro no podía faltar el Distrito Federal. 26/

ZACATECAS

Periódicos.	La Voz de Fresnillo- Fresnillo.
Radiodifusoras.	-----
Televisoras.	-----
Universidades.	-----
Organismos públicos y privados.	-----
Embajadas.	-----
Gobiernos.	-----
Sistema de comunicación para estados y municipios.	-----
Red Voz.	-----
Servicio editorial sindicado.	-----
Notifono.	-----

JALISCO

Periódicos.	Diario de Guadalajara } El Jalisciense } Ocho Columnas }	Guadalajara.
Radiodifusoras.	Inforjal-	Guadalajara.
Televisoras.	Canal 4-	Guadalajara.
Universidades.	-----	
Organismos públicos y privados.	-----	
Embajadas.	-----	
Gobiernos.	Si tiene servicio.	
Sistema de comunicación para estados y municipios.	-----	
Red Voz	-----	
Servicio editorial sindicado.	Informador	Guadalajara.
Notifono.	-----	

AGUASCALIENTES

Periódicos.	El Hidrocéfalo-	Aguascalientes.
Radiodifusoras.	-----	
Televisoras.	-----	
Universidades.	-----	
Organismos públicos y privados.	-----	
Embajadas.	-----	
Gobiernos.	Sí tiene servicio.	
Sistema de comunicación para estados y municipios.	-----	
Red Voz.	-----	
Servicio editorial sindicado.	-----	
Notifono.	-----	

VERACRUZ

Periódicos.	Diario del Istmo-Coatzacoalcos. El Mando de Córdoba-Córdoba. La Opinión-Minatitlán.	El Dictamen } Veracruz Notiver } El Gráfico-Xalapa.
Radiodifusoras.	XHPR-FM } XEU } Veracruz.	
Televisoras.	Televisión del Golfo. S.A.	
Universidades.	-----	
Organismos públicos y privados.	-----	
Embajadas.	-----	
Gobiernos.	Sí tiene servicio.	
Sistema de comunicación para estados y municipios.	-----	
Red Voz.	XEHU } XEVZ } Mtz. de la Torre. XETO-Orizaba.	XEJD-Poza Rica.
Servicio editorial sindicado.	Diario de Sotavento-Coatzacoalcos. Dictamen-Veracruz.	Diario de Xalapa-Xalapa.
Notifono.	-----	

Periódicos.	El Nacional El Financiero El Día	Unarástro Ovaciones Atabata de Jarón.	El Diario de México Noticias de la tarde Boletín financiero y minero de Méx.	Revista Quehacer Político.
Radiodifusoras.	Radio Educación Radio Universidad Núcleo Radio Mil	Radio Centro Grupo ACTE IMER	XEPR Central de México. RASA	
Televisoras.	Canal 11 Canal 13	Televisa		
Universidades.	Universidad Nacional Autónoma de México.			
Organismos públicos y privados.	Presidencia de la República SEMIP, SRE, STPS, SG, SPP, SEDE, TELMEX, DFCNAVIT	Cámara de senadores Aeronéxico Asociación de Corresponsales Extranjeros	Organización DFAC S.A. de C.V.	
Embajadas.	Argelia.			
Gobiernos.				
Sistema de comunicación para estados y municipios.				
Red Voz.	XEPR Radio Educación.			
Servicio editorial sindicado.	Aeronéxico Mexicana de Aviación	Plano Político Revista Tiempo	Revista Banqueo, Comercio y Abasto. Novedades El Día	
Notifono.	Aeronéxico	Editorial Plaza y Janes (servicio especial)		

En 1988 NOTIMEX desaparece los servicios de fotografía y el de editorial sindicado. En cuanto a los servicios de producción de radio y noticias para televisión (audio y video), existen los estudios pero casi no se usan ya.

Para 1989 la agencia cubría el territorio nacional con 62 corresponsales, distribuidos en cinco divisiones regionales: Monterrey, Hermosillo, Guadalajara, Yucatán y Oaxaca (lugares donde hay un coordinador y un jefe de información). El número de corresponsales en cada estado varía de acuerdo a la importancia del mismo. En el Distrito Federal cuenta con 26 reporteros. 27/

En el extranjero la Agencia Mexicana de Noticias tiene 30 corresponsales distribuidos en 25 ciudades de 15 países del mundo. En E.U., tiene uno en San Antonio, Tex., cuatro en Washington, uno en San Diego, Cal., uno en Brownsville, Tex., uno en McAllen, Tex., uno en New York, dos en Los Angeles, Cal., uno en Miami, Florida, uno en Laredo, Tex., uno en

Houston, Tex., y uno en Tucson, Arizona. Total=15 corresponsales distribuidos en 12 ciudades. En Canadá tiene un corresponsal en Montreal. Uno en Guatemala, Guatemala. Uno en San Salvador, El Salvador. Uno en Caracas, Venezuela. Uno en San José, Costa Rica. Dos en Santiago de Chile. Uno en Managua, Nicaragua. Uno en Buenos Aires, Argentina. Uno en Tegucigalpa, Honduras. Uno en Bogotá, Colombia. Uno en Brasilia, Brasil. Uno en Lima, Perú. Uno en Panamá, Panamá y uno en La Habana, Cuba. 28/

Como 'breviario cultural' señalaremos que en 1989 el exdirector de NOTIMEX, Héctor Manuel Ezeta, es acusado de cometer irregularidades en el manejo de los fondos y servicios de la agencia. Se le acusa de construir una casa con material proporcionado a la agencia; emplear personal en esa casa que aparece en la nómina de NOTIMEX; elaborar maquetas y folletos para la impresión de la promoción turística Pacific News con personal del medio pero cobrando fuera de él, además de otros cargos.

De estos cargos, denunciados por Carlos Camacho K., Ezeta es exonerado por un dictamen de la Contraloría General de la Federación. 29/

AMI (1971-)

El acta constitutiva de la Agencia Mexicana de Información (AMI) data del 4 de mayo de 1971. Sin embargo los inicios románticos de la agencia se remontan unos cinco o seis años atrás, lapso en el cual hubo un trabajo preliminar y se preparó la idea y objetivos del medio.

Sin un respaldo empresarial u oficial, José Luis Becerra López --actual director general de AMI-- comienza a trabajar por el año de 1965 en la trastienda del taller de un sastre amigo suyo. A la cabeza de un grupo de periodistas soñadores preparaba en una vieja máquina de escribir y un mimeógrafo de mano los primeros despachos de la entonces Trans Press como se llamaba en aquellos tiempos la agencia y en los cuales no hubo registro alguno.

Años difíciles sin duda, pues los despachos informativos se mandaban

por correo y a veces no había dinero para comprar los timbres. La primera oficina propia de la agencia era apenas un cuartito pequeño y se daba servicio a unos cuantos periódicos chicos, "ya que no nos conocía nadie".

Poco a poco la agencia se fue abriendo paso y bajo la idea de establecer un puente para que los periodistas de la capital pudieran reflejar sus materiales en otros periódicos y para que los diarios del interior del país pudieran obtener materiales a precios accesibles, es como se funda AMI en 1971. El esquema de este medio le da una mayor prioridad a la cuestión de la opinión que a la información o noticia propiamente dicha.

Así, sus servicios abarcan principalmente la transmisión de columnas sindicadas y cartones; brinda un servicio especial de reportajes sobre diferentes temas, un servicio informativo condensado (coberturas especiales para unos cuantos periódicos), da asesorías en las áreas técnica y administrativa a los diarios y además establece representaciones publicitarias para la venta de espacios en los periódicos.

En cuanto a columnas "Contamos con las colaboraciones de don José Luis Mejías, autor de... 'Los Intocables'; de Miguel Angel Granados Chapa, que escribe 'Plaza Pública'; de Marco A. Almazán, con 'Clarooscuro'; el doctor Francisco José Paoli Bolio, con sus interesantes y valientes reflexiones en 'Cultivo Político'; Fernando Hefty, en 'Día con Día'; Juan Martínez Ruiz, en 'Va de Cuento' y otros no menos destacados periodistas mexicanos de toda la gama del pensamiento...Dentro de ese grupo señalamos con orgullo a don Manuel Buendía...y a don Francisco Martínez de la Vega...En cuanto a cartones están los de Ochoa, Carreño y Memo". 30/

El servicio se presta a más de un centenar de periódicos en el interior de la República, de acuerdo a sus necesidades. En el extranjero sólo se tienen dos clientes, uno en Los Angeles y otro en McAllen.

En AMI laboran 40 personas, además de unos 30 colaboradores. No tiene corresponsales en el interior de la República, pues se aprovecha

los mecanismos de los suscriptores para obtener la información de provincia.

Este medio no tiene convenios con otras agencias de información y transmite sus materiales por télex o fax. 31/

CISA (1976-)

La agencia periodística Comunicación e Información S.A. (CISA) se funda el 2 de agosto de 1976, con la idea de crear una empresa conciente de la importancia que representa la información para una sociedad y comprometida con la recolección y distribución de la misma.

El antecedente de esta agencia es el *golpe* al periódico Excélsior, el 8 de julio de 1976, en el que se le arrebató la dirección general de la cooperativa a Julio Scherer García. Para el 19 de julio, los *trabajadores despedidos* convocan a una reunión pública para proponer una tarea editorial que se manifestaría en un semanario y en una agencia informativa: "Al correr de agosto, eran ya más de 12 los diarios del interior del país que publicaban en sus páginas las informaciones producidas por CISA". 32/

"A partir de entonces y durante cinco años diez meses, proporcionó servicios informativos a más de 50 suscriptores en el interior de la República, incluidas varias radiodifusoras y diarios tan arraigados como El Dictamen de Veracruz, La Opinión de Torreón y El Porvenir de Monterrey". 33/ Actualmente CISA no funciona como una agencia de noticias propiamente dicha, sino como un órgano exclusivo para los servicios informativos de la revista Proceso.

SIEMEX (1976-)

La agencia Servicios Informativos Especiales Mexicanos (SIEMEX) se crea en el año de 1976, en el marco de las necesidades de los periódicos de provincia por tener un servicio de fotografías oportunas sobre los eventos más importantes de la capital mexicana, además de dar empleo "a una serie de forajidos de la Universidad que andábamos con toda la intención y el deseo de iniciar en esto", nos dice Rosario Garibay, directora de la agencia.

En la actualidad los servicios de esta agencia van dirigidos a los periódicos chicos de la provincia mexicana. En cuanto a transmisión diaria le dedican mucho de su trabajo al área fotográfica sobre los eventos más importantes del día en la capital y en todos los campos informativos: política, deportes, espectáculos, etc, etc. Pero también tienen un servicio de paquete periodístico con artículos, reportajes y entrevistas que no pierdan actualidad.

Su trabajo, transmitido vía telefónica, va dirigido en el Distrito Federal a la revista Siempre y a los periódicos El Diario de México y La Prensa. En provincia presta sus servicios a 14 periódicos de paquete semanal y cinco de transmisión diaria. No tiene suscriptores en el extranjero.

En la agencia laboran diez personas más los colaboradores y columnistas que proporcionan su material. No tiene corresponsales en el interior de la República, pues esta tarea la cubren los mismos suscriptores, ya que cuando la agencia requiere de información importante ellos la retransmiten.

El principal problema que enfrenta SIEMEX es el económico, "pues todos los periódicos están acostumbrados a que todo se les regale, se les obsequie y nosotros tenemos que cobrar por el servicio, pues vivimos concretamente del pago de suscriptores y no tenemos subsidios del gobierno. Este es el aspecto quijotesco con que realizamos nuestra labor". 34/

LEMUS (1977-)

Hace 40 años, en 1949, el Sr. Ignacio Lemus Orozco funda la agencia LEMUS con el fin de establecer una empresa de representaciones publicitarias en periódicos. Pero con el paso del tiempo, y a petición de varios diarios de provincia, se abre una sección informativa de la agencia; esto sucede en noviembre de 1977.

El objetivo con el que nace esta agencia informativa es ser diferentes en el manejo de la información. Se pretende recolectar y distribuir información no oficial, es decir, con un contenido independiente.

Los servicios de LEMUS se extienden al área de información general, deportes, espectáculos, finanzas y a distribuir los comentarios de importantes editorialistas de México. Su radio de acción abarca únicamente la capital mexicana y se presta servicios sólo a periódicos de provincia; estos son: Novedades, de Acapulco, Gro.; Tribuna de Campeche, de Campeche, Cam.; Novedades, de Campeche, Cam.; Novedades, de Cancún, Q.Roo.; Novedades, de Chihuahua, Chi.; Zócalo, de Cd. Acuña, Coah.; Diario de Juárez, de Cd. Juárez, Chi.; Tribuna del Yaquí, de Cd. Obregón, Son.; El Diario, de Cd. Victoria, Tamps.; Diario de Colima, de Colima, Col.; El Mundo, de Córdoba, Ver.; Ocho Columnas, de Guadalajara, Jal.; La Voz del Puerto, de Guaymas, Son.; El Sonorense, de Hermosillo, Son.; El Centro, de Irapuato, Gto.; El Diario de Xalapa, de Jalapa, Ver.; Sudcaliforniano, de La Paz, B.C.; Noroeste, de Los Mochis, Sin.; La Opinión, de Matamoros, Tamps.; Noroeste, de Mazatlán, Sin.; Novedades, de Mérida, Yuc.; La Voz de la Frontera, de Mexicali, B.C.; El Tiempo, de Monclova, Coah.; La Voz de Coahuila, de Monclova, Coah.; El Norte, de Monterrey, N.L.; La Voz del Norte, de Nogales, Son.; El Mañana, de Nuevo Laredo, Tamps.; El Mundo, de Orizaba, Ver.; Zócalo, de Piedras Negras, Coah.; El Mundo, de Poza Rica, Ver.; Noticias, de Querétaro, Gro.; El Mañana, de Reynosa, Tamps.; Vanguardia, de Saltillo, Coah.; El Heraldó, de Saltillo, Coah.; El Heraldó, de San Luis Potosí, S.L.P. El Mundo, de Tampico, Tamps.; El Mundo, de Tehuacán, Pue. Rumbo, de Toluca, Mex.; Novedades, de Villahermosa, Tab. y Notiver, de Veracruz. 35/

En la agencia laboran 50 personas, no tienen corresponsales en el interior de la República y utilizan los servicios de las agencias EFE y AFP. Transmiten vía carrier, es decir, vía microondas donde se enlazan líneas telefónicas privadas, similar al télex.

LEMUS, cuyo director actual es el Lic. Ignacio Lemus Díaz, no tiene problemas ni de infraestructura ni de libertad de información o económicos, claro --nos dice José Antonio Ramírez, subjefe de redacción-- "necesitamos adaptarnos a la realidad en cuanto a avances tecnológicos, pero así salimos adelante" 36/

CIMEX (1977-)

En 1977 es fundada la agencia Central Informativa Mexicana (CIMEX) por varios periodistas capitalinos, entre los que se encuentran Manuel Mejido e Ignacio Esteisen; éste último es el actual director del medio.

Esta agencia, con sede en el Distrito Federal, surge para dar servicio exclusivamente a los medios de prensa escrita en el interior de la República. En un principio tenía como objetivo el establecer un puente de enlace entre la información generada en la capital y la provincia mexicana. Este objetivo constituye un gran error en la concepción de la agencia "y que me costó mucho dinero" --nos dice el Sr. Esteisen--, pues al no ser contemplada la venta de publicidad el medio ha decaído poco a poco.

Al principio contaba con cuatro télex para transmitir su información, entre sus suscriptores se encontraba un periódico de Chicago y llegó a establecer un convenio con la agencia norteamericana Associated Press. Pero los problemas económicos la han abrumado tanto que ahora sólo se dedica a transmitir cuatro columnas capitalinas, sus colaboradores únicamente son los columnistas, transmiten vía telefónica y su personal "se ha reducido al máximo": en nuestra visita a la agencia, en su sala de redacción solamente se encontraba la secretaria y dos hombres jugando ajedrez en el momento en que llegaba el Sr. Ignacio Esteisen. 37/

SPE (1978-1982)

Servicios Periodísticos Especializados (SPE) constituye la única experiencia que México ha tenido en cuanto a una agencia noticiosa regional. Se funda en Guadalajara, Jalisco, el 3 de abril de 1978, por tres razones muy importantes: primera. "...porque no compartimos la tesis de que la Ciudad de México es el único centro promotor de informaciones importantes de la República Mexicana, nefasta idea que ha alimentado el centralismo en todos los órdenes..." Segunda, porque "Estamos de acuerdo en que es necesario frenar los abusos y la manipulación noticiosa que constatamos en nuestros días, pero ello debe llevarse a la práctica ampliando las facilidades de los auténticos periodistas...Me refiero al

Derecho a la Información, plasmado en la Constitución Mexicana". Y tercero, para "que las agencias internacionales de noticias busquen y difundan las informaciones más positivas que se producen en los países en vías de desarrollo, en los cuales no únicamente se generan epidemias, catástrofes o actos de violencia". 38/

SPE recogía información de los estados de Jalisco, Nayarit, Zacatecas, Sinaloa, Sonora y Coahuila, y sus servicios se extendían hasta Colima y Nuevo León. Con 20 empleados más sus corresponsales atendía a 20 suscriptores. Para la distribución de sus servicios se valía en un 40 o 50 por ciento del télex y el resto por autobús, pues en muchos de los poblados de esa región de Occidente no existían ni siquiera los enlaces telegráficos.

Esta agencia regional "sí llegó a hacer cruzamientos con la Reuter, que nos permitía reproducir sus notas y nos respetaba las nuestras con las siglas SPE-Latin", nos dice el Sr. Alfredo Pérez Díaz quien fuera director general de la agencia.

Sin embargo, continúa el señor Pérez Díaz, las dificultades económicas agobiaron a la agencia, y cuando un medio trata de vivir de sus propios recursos, es decir, del pago por sus servicios, pues no falta uno o dos periódicos que se atrasen por dos o tres meses y entonces vienen los problemas. Esto último aunado a las elevadas tarifas del teléfono, los enlaces de microondas y el pago de corresponsales, obliga a cerrar la agencia para no defraudar a sus trabajadores.

Servicios Periodísticos Especializados contaba con una oficina en México, además de divisiones regionales en Xalapa, Puebla y Oaxaca. 39/

IL (1986-)

Imagenlatina es una de las dos agencias especializadas con que cuenta México. Se funda en 1986 con el objetivo de proporcionar un servicio de fotografía independiente. Su dueño, director y toda la agencia es

Marco Antonio Cruz, pero de vez en cuando colaboran con él otros tres fotógrafos. La entrega del material de IL se hace por la vía directa, pues sólo proporciona servicios a las revistas Cultura Sur, Proceso y una industrial, además de colaborar ocasionalmente en la Revista Mexicana de Comunicación y en el periódico La Jornada. 40/

OEM-EXCELSIOR-UNIVERSAL

En México también existen agencias informativas que pertenecen a cadenas de periódicos y sirven exclusivamente a ellas. Este tipo de medios utilizan los servicios de sus corresponsales (distribuidos en todo el país) para crear una red de recolección y distribución de la información. Sus servicios van dirigidos a los periódicos de una sola empresa como la Organización Editorial Mexicana, o aquellos diarios con los cuales establecen un convenio; éste último es el caso de El Universal y Excélsior.

OTRAS

AMPE: de esta agencia se ignora el significado de sus siglas, pero es citada por don Manuel Buendía en el libro Ejercicio Periodístico. No se pudo localizar.

Agencia Nacional Informativa (ANI): al parecer esta agencia desapareció, pues sus datos aparecen en el directorio telefónico de 1988, pero en el domicilio citado no existe el medio (en el directorio de la entrada sí se señala). Juárez 157-309, Tel. 535-16-78.

Cuarto Oscuro: de esta agencia no se pudo obtener información. Es la otra agencia especializada con la que cuenta México y la dirige el periodista Pedro Valtierra.

Se tiene conocimiento de una nueva experiencia de agencia informativa regional en el sureste de México, pero no ha funcionado. La sede se encuentra en Villahermosa, Tabasco, y es llevada a cabo por el periodista Francisco Javier Chávez.

De las agencias SUN, INFOSEL, GRAPH PRENSA y UNAMEX sólo sabemos que

existen, porque varios periódicos del norte y sur de nuestro país las citan en sus informaciones, pero no conocemos el significado de sus siglas. No pudimos localizarlas.

De esta forma es como las agencias informativas nacionales cubren el territorio mexicano. Visitemos, ahora, una sola realidad cultural. Transitemos, pues, por Veracruz.

Caminemos un poco por un Estado de profundas raíces históricas. Un lugar privilegiado por su ubicación geográfica que le ha permitido dar y recibir cultura tanto a nivel nacional como internacional. Visitemos un desván de nuestro país que de día es uno y de noche otro: Veracruz.

APARATO CRITICO. CITAS TEXTUALES Y DE REFERENCIA.

- 1/Mercedes Durand Flores. Apuntes de la materia Agencias Informativas.
- 2/Hugo Gutiérrez Vega. La información. Pg. 50.
- 3/Mercedes Durand. Apuntes de la materia...
- 4/Diana Valle López y Osvaldo...Periodismo libre en patrias libres. Pg. 20.
- 5/Melvin L. DeFleur y Sandra...Teorías de la comunicación de masas. Pg. 65.
- 6/Diana Valle López. Ob.Cit. Pg. 18.
- 7/Sean MacBride, et.al. Un solo mundo, voces múltiples. Pg. 49.
- 8/Alcira Argumedo. Los laberintos de la crisis. Pg. 65.
- 9/Declaración de la Asamblea General de la ONU sobre la libertad de información y prensa en 1946. Citado en Gregorio Selser y Rafael...Trampas de la información y neocolonialismo. Pg. 26.
- 10/Citado en Sean MacBride. Ob.Cit. Pg. 115.
- 11/Hugo Gutiérrez Vega. Ob.Cit. Pg. 71.
- 12/Georges Weill. El periódico. Orígenes, evolución y función de la prensa periódica. Pg. 9.
- 13/Entrevista con Ileana Alamilla. Directora de la agencia CERIGUA.
- 14/Sean MacBride. Ob.Cit. Pg. 61.
- 15/Ibidem. Pg. 37.
- 16/Excélsior. Martes 11 de abril de 1989.
- 17/Alfredo Pérez Díaz. Ponencia "Responsabilidad en el manejo de la información".
- 18/UNESCO. Les Agences Télégraphiques D'Information. Pg. 154 y 155.
- 19/Entrevista con el Sr. Alfredo Pérez Díaz. Director de la AMI.
- 20/NOTIMEX. Teconología para la información: proyecto Infonews-Notimex.
Pg. 5.
- 21/Ibidem. Pg. 6.
- 22/Estos datos (sobre los problemas económicos que tuvo NOTIMEX en el sexenio 1976-1982) son los únicos de la tesis que no podríamos de-

mostrar con un documento en la mano. Dichas cifras e informaciones provienen de documentos confidenciales de la agencia que nos fueron facilitados.

23/Manuel Buendía. Ejercicio Periodístico. Pg. 171.

24/NOTIMEX. Tecnología para la información...Pg. 6.

25/Relación de suscriptores de los servicios informativos de NOTIMEX. 1987.

26/Ibidem.

27/Entrevista con Haydée Torres. Oficina de difusión especial de la Agencia Mexicana de Noticias.

28/NOTIMEX. Relación de corresponsales en el extranjero. 1989.

29/La Jornada. 7 y 29 de noviembre de 1989.

30/Alfredo Pérez Díaz. Ponencia "Responsabilidad..."Pg. 4.

31/Entrevista con el Sr. Alfredo Pérez Díaz. Director de la AMI.

32/Proceso #1. Noviembre 6 de 1976. Pg. 15.

33/Julio Scherer García. Los presidentes. Pg. 151.

34/Entrevista con Rosario Garibay. Directora de la agencia SIEMEX.

35/Relación de suscriptores de la agencia informativa LEMUS. 1989.

36/Entrevista con José Antonio Ramírez. Subjefe de redacción de LEMUS.

37/Entrevista con el Sr. Ignacio Esteisen. Director de CIMEX.

38/SPE. El derecho a la información. Integración noticiosa de México. La objetividad periodística.Pg. 4.

39/Entrevista con el Sr. Alfredo Pérez Díaz. Director de la AMI.

40/Entrevista con Marco Antonio Cruz. Dueño, director y "todo" de la agencia Imagenlatina.

CAPITULO SEGUNDO

HACIA UNA ESTRATEGIA PARA RECOLECTAR Y DISTRIBUIR INFORMACION

I. Un tránsito sereno por Veracruz.

A) 1"Caballazo": 2 Heridos! -Pérdidas Superiores a los 5 Millones. (Notiver, 8 de mayo de 1990)

De día uno, de noche otro. Durante el día su alargado y angosto territorio se levanta frente a las costas del Golfo de México, tan luego comienza a caer la noche se pone su traje de luces y ofrece con estruendo sus sabrosos ritmos. Mar, montañas y llanuras delinean la figura del Estado que ha sido cuna del primer ayuntamiento y ciudad de América del Norte, de siete presidentes de la República y del insigne poeta Salvador Díaz Mirón; así como de grandes e inolvidables ídolos populares: Antonia Peregrino, mejor conocida como 'Toña la Negra'; el 'Flaco de Oro', Agustín Lara; 'Beto' Avila y hasta del célebre bandido 'Chucho el Roto'.

Después de haber sido nombrada Intendencia de la Nueva España en 1786, se convierte en Estado a partir del 31 de enero de 1824 al consolidarse la Independencia de México. La extensión exacta de su territorio es de 72 410.05 kilómetros cuadrados 1/ y su nombre oficial es Veracruz-Llave, llamado así en memoria del patricio liberal Ignacio de la Llave, general y abogado que acaudilló el movimiento de Reforma en la entidad.

En Veracruz la variedad de climas es amplia debido a las diferencias de altitud, que van desde el nivel del mar hasta la elevación máxima de nuestro país, es decir, el Pico de Orizaba, Citlaltépetl o Cerro de la Estrella (5610m), como guste el señor. Dos fenómenos naturales son

característicos en esta entidad: los ciclones y los frentes fríos, conocidos comúnmente como *nortes*. Es rico en fauna marina y terrestre, en agricultura, comercio, industria, turismo y petróleo. Su población se conforma de indígenas huastecos en el norte, totonacas en el centro, popolacas en el sur, blancos y mestizos pululan por todas partes.

Pero ¡un momento! caminemos despacio y entremos por lo que se ha dado en llamar La Puerta Mayor de Nuestra Historia...por ese...

...rinconcito donde hacen sus nidos las olas del mar/
 ...pedacito de patria que sabe reír y cantar/
 ...son tus noches diluvio de estrellas, palmera y mujer/

(Fragmento: Veracruz/Agustín Lara)

Entremos por el puerto y la cuatro veces heroica Ciudad de Veracruz. Aquella que de noche, a la luz de la luna de plata, se pone a cantar y a bailar un romántico bolero, un sabroso danzón o un rico mambo a ritmo del tradicional grupo jarocho, la marimba o la banda de guerra de la marina. Aquella primer ciudad fundada en las playas de Chalchicuecan o Diosa de las faldas de jade o color esmeralda un viernes santo 22 de abril de 1519 por el conquistador Hernán Cortés. Y es don Hernando quien la llama originalmente la Villa Rica de la Vera-Cruz, en honor del cristo de la Vera-Cruz venerado en la región de Andalucía, y que a la postre sería el nombre del estado.

Veracruz, ciudad que tan luego comienza a caer la noche ilumina con focos color ámbar su Plaza de la Constitución y se pone a soñar. Circundada por su catedral con su enorme campanario, el palacio municipal y su amplia fachada blanca, el antiquísimo café la 'Parroquia', y sus famosos portales, pues "...acaso sean el trazo arquitectónico más típico y de mayor sabor en esta calurosa Ciudad, que tanto requiere de lugares sombreados y abiertos para gozar de las brisas marinas..."^{2/} Es un lugar donde las aves nunca han dejado de cantar, donde chicos y grandes, generación tras generación, se reúnen para bailar un danzón, hablar

de política, tomar una cerveza, un café o simplemente a echar relajo.

Pero Veracruz también existe de día. A partir de su puerto, el más antiguo de México, se extiende hacia el sur y hacia el norte un extenso litoral de 684 kilómetros, que le han permitido instaurar una infraestructura portuaria relevante: Veracruz, Tuxpan y Coatzacoalcos son sus puertos de altura, a través de ellos se realiza un tráfico intenso --tanto hacia el interior como hacia el exterior del país-- de azúcar, miel, maíz, trigo, chatarra, papel, petróleo, cemento, sal, etcétera, etc. Tamiahua, Tecolutla, Alvarado y Nautla son sus puertos de cabotaje, en ellos se desarrolla una importante actividad pesquera.

Y es tan real Veracruz de día, su puerto, la ciudad y el estado, que ha sido escenario de innumerables acontecimientos históricos --de ahí lo de La Puerta Mayor de Nuestra Historia--: la consumación de la Independencia en 1825, la resistencia a la invasión francesa en 1838 y a las yanquis de 1847 y 1914 (por eso lo de cuatro veces heroica), el arribo de Benito Juárez y el establecimiento de la República en 1858, la promulgación de las Leyes de Reforma, la llegada de Venustiano Carranza en 1915 y el traslado de la capital de la República a esta Ciudad. En fin, la lista sería casi interminable.

Pero Veracruz no sólo es remembranza histórica, también se puede palpar, recorrer: en el estado pasan de mil las zonas arqueológicas, se pueden admirar las playas de Tecolutla, Tuxpan y Nautla, la bahía de Chachalacas, la fortaleza de San Juan de Ulúa, las cumbres del Pico de Orizaba y Cofre de Perote, la zona arqueológica del Tajín, los voladores de Papantla, las lagunas de Tamiahua, Alvarado y Catemaco.

Pero ¡detengámonos otra vez! (no tan aprisa diría don Quijote a Sancho Panza) y admiremos la provincia veracruzana, que...

Con el verdor de tus bosques
 y el murmullo de tus aguas
 y las nubes de tu cielo
 y el azul de tus montañas,
 que dicen tus excelencias
 y pregonan tu prestancia,
 cantas la canción de México,
 cálida provincia amada.

Fórmante coro glorioso
 de tus ríos las cascadas,
 de tus volcanes las nieves,
 de tus campos las fragancias,
 de tus pájaros los trinos
 y en tus pueblos las muchachas
 que pasan, soñando amores,
 las noches de serenata

(Fragmento: Provincia/Francisco Aguirre Beltrán)

...que por la gran diversidad de sus paisajes y su enorme riqueza natural ha propiciado que los asentamientos humanos se distribuyan a todo lo largo y ancho de su territorio, lo mismo en las zonas llanas que en las de relieve. En la actualidad Veracruz está dividido en 207 municipios con 9101 localidades 3/, la mayoría de estos municipios se fundan en el siglo XV y por eso llevan nombres compuestos de voces nahuas, totonacas o huastecas; tenemos por ejemplo, Acatlán o Lugar de cañas o cañales, Jamapa o En el río de los adobes, Noalincó o Las cuatro estaciones del año, Comapa o En el agua de las ollas, Iamatlán o Lugar de ancianas, Tehuipango o En el paso transparente, Xoxocotla o Lugar de pinos verdes, y muchos otros más.

Aunque también hay municipios con nombres de héroes nacionales como Benito Juárez o Emiliano Zapata, de héroes locales como Manuel Gutiérrez Zamora o Ignacio de la Llave, con nombres impuestos por los conquistadores como Orizaba y Córdoba, y hasta hay uno en honor del célebre esclavo africano Yanga o 'Príncipe', aquel negro cimarrón que luchó por la libertad de los suyos en el siglo XVII.

En esta división municipal "Su propia población nos ofrece en su peculiar tipo moreno, de ojos brillantes y tez pálida el fruto mestizo

que permite reconocer tal ascendencia. Y así, el veracruzano es temperamental y extrovertido, franco y alegre, simpático y hospitalario, liberal y rotundo, amigo del placer y bravo en la lucha. Su hablar es de lo más pintoresco en modulación, giros y expresiones. Es afecto a bailar, cantar y reír".4/ Y aunque aquí se hace referencia al veracruzano como nombre genérico, comúnmente solemos olvidar a la mujer, que de...

Anca potente, duros los senos,
que airoso muestran su macicez,
ojos oscuros, dulces, serenos,
ojos que miran con sencillez.
Como acerinas vivas y extrañas,
ora asomadas
ora guardadas
en el estuche de las pestañas.

Va cimbradora por los maizales,
cantando siempre, libre de males
y de tristeza y de ambición;
y cuando llega la tarde quieta
la encuentro alegre, linda y coqueta
por el camino de mi cantón.

(Fragmento: Jarocha/Francisco Aguirre Beltrán)

Según el censo de 1980, la población de Veracruz ascendía a 5.4 millones de habitantes y con una tasa anual de crecimiento del 3.16 por ciento, para 1986 alcanzaría los 6.6 millones y para el 2000 los 9.4 millones de personas. En 1986, según una investigación del Centro Estatal de Estudios Municipales, 14 municipios del estado rebasaron los 100 mil habitantes y otros 16 los 50 mil, entre los que destacan Veracruz y Xalapa, cuya población es superior a los 300 mil habitantes y le siguen Coatzacoalcos, Poza Rica, Minatitlán, Córdoba, Orizaba y Tuxpan, que oscilan entre los 100 y 250 mil pobladores. 5/

En este rubro el estado se encuentra lleno de contrastes, pues podemos observar, por sólo mencionar algunos ejemplos, municipios como Coatzacoalcos con 255,186 habitantes y municipios como Acuña con 6,988, Apatlahua con 7,096 a Aquila con sólo 2,652. Estos contrastes van más

allá cuando se comparan las extensiones territoriales de cada municipio; tenemos así, principalmente al sur y al norte del estado, municipios como Jesús Carranza con 486.32 kilómetros cuadrados y 139 localidades o Tempoal con 1,487 Km² con 320 localidades, en contraposición, por ejemplo, con Coacoatzintla que tiene 51 Km² y 19 localidades o Coetzala con 26.32 Km² y sólo 8 localidades. 6/

Ocurrió en Fortín

B) Abejas "Africanizadas" Agredieron a una Familia; Mataron a un Perro.

(El Mundo. 27 de abril de 1990)

De día es una y de noche otra. Durante el día podemos encontrar en la provincia veracruzana verdaderas ciudades inmersas en la espesura de su vegetación, tan luego comienza a caer la noche nos ofrece el ritmo, la 'inocencia' y el *embrujo* de esta cálida tierra mexicana.

Durante el día podemos tropezar con ciudades como Xalapa, Córdoba y Orizaba, con sus eternas subidas y bajadas, sumergidas ya en la problemática de las grandes metrópolis mexicanas: es muy visible que lo urbano se trague a lo rural, lo que antes eran casas de adobes o palma ahora son firmes construcciones de dos, cuatro y hasta seis pisos de ladrillo, cemento y cal. Cada día se hace más patente la división abismal entre las zonas residenciales y las marginales. Las innumerables líneas de camiones urbanos contaminan el ambiente con el ruido y el humo de sus motores diesel. El ambulante de falluca, comida, ropa y dulces no se hace esperar. La basura hace acto de presencia y la impaciencia de la gente le pone el toque final. Además, claro, no podían faltar las manifestaciones contra Laguna Verde, el niño limosnero, la mujer harapienta con sus hijos desnutridos y el anciano que muestra sus pies lastimados para poder conseguir algo de comer.

De día, esta provincia veracruzana, por su localización natural, se divide en tres zonas industriales. En la zona norte, que abarca las re-

giones del Pánuco, Tuxpan y Poza Rica, se desarrolla la actividad de obtención de materias primas agropecuarias, de exploración y extracción de petróleo, hay industrias alimenticias, compañías mineras y de cemento, ingenios azucareros y plantas de aprovechamiento frutal. La zona centro, con Veracruz, Córdoba y Orizaba a la cabeza, contribuye a la obtención de materias primas, a la exportación y al desarrollo del mercado interno; aquí existe una gran actividad de industrias azucareras, cerveceras, textiles, siderúrgicas, metalúrgicas y aquellas dedicadas al ramo de la química y a la construcción naval. Finalmente tenemos la zona sur que abarca la región de Minatitlán y Coatzacoalcos; en esta zona se obtienen minerales no metálicos como azufre y arena sílica, además de las cuantiosas inversiones de PEMEX en materia de refinerías y plantas petroquímicas.

Pero tan pronto "Como un rey oriental el sol expira" (*), esta provincia mexicana nos incita a escuchar sus leyendas embrujadas como la de 'El chaneque', 'El niño de la merced', 'El monje sin cabeza' o 'La dama del velo blanco'. Nos invita a viajar por los innumerables ríos que la bañan, entre los que destacan, por su amplio caudal y enorme longitud, el Pánuco, Tuxpan, Cazonas, Nautla, Antigua, Jamapa, Papaloapan y Coatzacoalcos. Nos exhorta a caminar por sus pequeños pueblitos como Acajete, Cuichapan o Zongolica, y a recorrer sus históricas ciudades.

Este periplo prometido podría comenzar por la zona central y montañosa del estado, ya sea por el Eje Neovolcánico que penetra por el centro de la entidad o por la Sierra Madre del Sur localizada en el extremo oeste de esta bella tierra tropical. En esta región, la más poblada de Veracruz, es fácil encontrar los más variados climas que podamos imaginar, desde cálidos, templados y muy fríos.

Empecemos, pues, por Xalapa, la ciudad capital del estado veracruz-

(*) Frase tomada del poema Umbra de Salvador Díaz Mirón.

no desde el momento mismo de su fundación, es decir, desde 1824. Y aunque ahora se le conoce con el mote de Ciudad de las Flores, su nombre en náhuatl significa Agua arenosa o Agua que brota de los arenales (manantial). Es una de las poblaciones más antiguas de la entidad, pues sus orígenes se remontan al siglo XIV cuando se establecieron en ese lugar cuatro grupos indígenas: totonacas, chichimecas, toltecas y teochichimecas, que fundaron, respectivamente, cuatro pueblos: Xallitic, Techacapan, Tecuanapan y Tlalnecapan, que con el inexorable paso del tiempo crecieron y se unieron para formar la población de Xalapan. En 1791 el rey Carlos IV le otorgó la categoría de Villa al pueblo de Xalapa y en 1830 recibe la de Ciudad. Aquí podemos visitar el museo de arqueología, el palacio de gobierno y el municipal, la catedral de la virgen de la Inmaculada Concepción y los vestigios de las culturas Tolteca y Olmeca. Actualmente el nombre completo de la ciudad es Xalapa de Enríquez, como un reconocimiento al general Juan de la Luz Enríquez por los beneficios que hizo a ésta cuando fue gobernador del estado en 1884.

Si seguimos nuestro camino por los pueblos de Teocelo, Tlaltetela, Huatusco y Tomatlán podremos arribar a la Heroica Córdoba. Su fundación tuvo lugar en 1618 como una necesidad de contrarrestar los ataques y asaltos que los negros cimarrones, encabezados por el Yanga, realizaban en el camino real Veracruz-Orizaba-México. La ciudad se estableció en las lomas de Huilango o Lugar donde abundan las palomas y se le llamó Córdoba en honor del Virrey Diego Fernández de Córdoba; para después recibir, en 1880, el título de Heroica por la defensa que hicieron los cordobeses del Plan de Iguala durante la lucha de Independencia. Aquí se firmaron, el 24 de agosto de 1824, los Tratados de Córdoba entre don Agustín de Iturbide, jefe del Ejército Trigarante, y don Juan de O'Donoghú, último Virrey de la Nueva España; marcando así el fin de la guerra de independencia.

Si volteamos la mirada unos cuantos kilómetros más al oeste podremos divisar a 1825 metros sobre el nivel del mar la ciudad de Orizaba. La

llamada 'Manchester mexicana' fue fundada por los conquistadores en las estribaciones del Citlaltépetl en un lugar llamado Huilizapan o En las aguas alegres. Su historia está plagada de acontecimientos importantes como las escaramuzas contra los negros cimarrones, la epidemia de viruela que abatió gran parte de la población en 1545, la toma de la ciudad por José María Morelos y Pavón en 1813 y la defensa que hicieron aquí los obreros textiles de Río Blanco en contra de los soldados enviados por Porfirio Díaz en 1907. En 1830 la Villa de Orizaba es elevada a la categoría de Ciudad.

De noche, en el seno acogedor de estas heroicas ciudades comulgan lo urbano y lo rural; no es nada raro observar que los esqueletos de concreto se fundan y confundan con los verdes platanales. Tan luego como "La luna surge de la selva oscura" (*) la gente se reúne en el parque central: si es la burguesía lo hace en el Tom Burguer o en los portales característicos de esta región; la distinguen los tenis Nike, las camionetas Pic Up, los autos Phantom, las motos Kawashaki, la niña rubia y la pareja de enamorados que pasean a su perro *ancestral*. Si es la gente del pueblo, departe un refresco con el amigo, se toma un helado con la novia y el abuelo que lleva al nieto de la mano le cuenta las leyendas de la región. En fin, son lugares donde la gente todavía se saluda, se asombra con las inclemencias de la vida, se cede al paso amablemente y pueden planear un recorrido por estas tierras de ensoñación.

Este recorrido de leyendas, ríos, pueblos y ciudades lo podemos hacer por carretera, ferrocarril o avión. Pues el estado de Veracruz cuenta con una red de carreteras de 11,536 kilómetros, distribuidos de la siguiente manera: 2,406 Km de brechas, 1,021 de terracerías, 4,535 de caminos revestidos y 3,574 de caminos pavimentados. Su red ferroviaria, distribuida principalmente en la zona centro-sur de la entidad, tiene una longitud de 1,680.90 kilómetros y juega un papel muy importante, pues además de poder transportar un alto número de pasajeros, a través

(*) Frase tomada del poema *Umbrá de Salvador Díaz Mirón*.

de ella se pueden desplazar una amplia gama de productos que se embarcan y desembarcan en los puertos de Veracruz y Coatzacoalcos; es importante mencionar que aquí se localiza el ferrocarril transísmico, construido con la finalidad de comunicar el Golfo de México, vía el puerto de Coatzacoalcos, con el Océano Pacífico, vía el puerto de Salina Cruz, en Oaxaca. En cuanto a transporte aéreo el estado cuenta con cuatro aeropuertos: tres clasificados como nacionales, los de Minatitlán, Poza Rica y Xalapa, y uno como internacional, el aeropuerto general Heriberto Jara localizado en la ciudad de Veracruz; también existen diferentes aeródromos que dan servicio en el interior del estado como el de Tuxpan, Tontoyuca o Chicontepec. 7/

C) Divertida albercada para Antonio Jiménez Posas.

(Diario del Istmo. 7 de mayo de 1990)

De día uno, de noche otro. Durante el día podemos encontrar en las entrañas del estado veracruzano la riqueza del pasado, el presente y el futuro de México, tan luego comienza a caer la noche nos ofrece el reverso de la moneda y nos obliga a contemplar el drama de la pobreza nacional.

Durante el día, ya sea en el norte, centro o sur de la entidad, podemos elogiar los trabajos de extracción del petróleo, las labores en la agricultura, los cuidados en la ganadería y el empeño en la explotación forestal. Cuando cae la noche, como un espectáculo cotidiano, nos enseña la extraña convivencia de conceptos antagónicos como lo urbano y lo rural, la indigencia y la opulencia, el desarrollo y el atraso, el latifundio y la exigua propiedad.

Como un drama puesto en escena, podemos observar en el primer acto un estado que juega un papel muy importante en la localización, extracción y reserva del pilar número uno de la economía mexicana: el petróleo. El llamado oro negro cuenta con una amplia historia en Veracruz,

pues aquí se inician, con la perforación del primer pozo en 1869 en la localidad de Furbero cerca de Poza Rica, las exploraciones tendientes a la explotación de dicho hidrocarburo a nivel nacional. En la actualidad los principales distritos petroleros de Veracruz son: el de Ebanopánuco, ubicado en el límite norte del estado; el de Faja de Oro, localizado al sur de la laguna de Tamiahua con explotación en el área continental y en la plataforma marina; el de Poza Rica; el de la Cuenca del Papaloapan, que abarca los campos situados cerca de este río, y el de Nanchital, en los límites con el estado de Tabasco. En 1983 existían en estos distritos petroleros 2353 pozos en producción que representaban el 54.1 por ciento del total nacional. 8/

Este es, sin duda, el escenario ideal donde se genera gran parte de la riqueza nacional y se forja el futuro de México. ¿El futuro de quién? ¿De un ente abstracto o de los innumerables obreros de toda la República, principalmente de Veracruz, Tabasco, Oaxaca y Chiapas, que se dan cita en este *entramado* buscando que la veta se distribuya por igual? Aquí, lo mismo es el paraíso de los contratistas, líderes y superintendentes, que el de la gente que sobrevive hacinada en los pantanos de Coatzacoalcos en jacales de lámina de cartón, madera y hoja de lata, sin los mínimos servicios ni programas de salud.

En esta representación se nos enseña que...

El proletario levanta el muro,
 practica el túnel, mueve el taller,
 cultiva el campo, calienta el horno,
 paga el tributo, carga el broquel;
 y en la batalla sangrienta y grande,
 blandiendo el hierro por patria o rey,
 enseña al prócer con noble orgullo
 como se cumple con el deber.

Mas, ay ¿qué logra con su heroísmo?
 ¿Cuál es el premio, cuál su laurel?
 El desdichado recoge ortigas
 y apura el cáliz hasta la hez.
 ¡Leproso, mustio, deforme, airado,
 soporta apenas la dura ley
 y cuando pasa sin ver el cielo
 la tierra tiembla bajo sus pies!

(Fragmento: Los Parias/Salvador Díaz Mirón)

El segundo acto de este drama nacional tiene como actores a los complejos petroquímicos y a las refinerías de la primera industria del país. Aquí nuestros escenarios son las regiones que abarcan los municipios de Tuxpan, Poza Rica, Coatzacoalcos y Minatitlán.

En Veracruz podemos admirar las magníficas instalaciones de Petróleos Mexicanos (PEMEX), donde se utiliza la tecnología más avanzada de la nación. Por un lado, tenemos como muestra las plantas petroquímicas de Cosoleacaque, Minatitlán, Pajaritos, Poza Rica, Cangrejera, Metiapoche y Tuxpan, donde se produce, entre otras cosas, amoniaco, etileno, azufre, polietileno, propileno, etano y se procesa gas natural. Por el otro lado, encontramos las refinerías 'Poza Rica', 'La Cangrejera' y 'Lázaro Cárdenas' (la más grande de México, situada en Minatitlán), donde se producen gasolinas, kerosinas, diesel, combustibles y asfaltos.

El marco para las *actuaciones* de estas fuentes de progreso lo podemos encontrar en lugares como Tuxpan o Lugar de conejos, una importante población huasteca en la época prehispánica. En Poza Rica, una ciudad fundada en el año de 1872 cuando algunos indígenas totonacos se establecieron en los márgenes del arroyo El Callejón y le llamaron así pues ahí existía un remanso con abundancia de peces. En Coatzacoalcos o Lugar donde se esconde la culebra, población que en 1900 recibe el nombre de Puerto México y en 1911 la categoría de Ciudad; para 1936 se le restablece su antigua denominación. Y en Minatitlán, una población fundada en el año de 1826, cuyo nombre proviene de un hibridismo náhuatl-español que quiso significar Lugar dedicado a Mina o a don Francisco Javier Mina, el navarro insurgente de México.

Estos *escenarios* y aquellos *actores* dan como resultado una imbricación entre lo urbano y lo rural, entre el progreso y el atraso; un juego vago de extrañamiento y reconocimiento, Pero lo de menos sería que quedara en eso, en un juego, y no es así, pues aquí se dan mezclas mucho más peligrosas: la de los ácidos que emanan de estas instalaciones y las selvas, manglares y bosques de la región, provocando su paulatino envenenamiento; la de las ciudades sitiadas por tubos enmarañados,

torres y chimeneas que nunca dejan de vomitar bocanadas de vapores negros, blancos y grises; la de los desechos tóxicos y las aguas de la región que provocan la extinción de las especies: en los mamíferos la del tigrillo, gato montés, conejo, liebre, mono araña y muchos otros más; en las aves, la de las palomas, el águila, la gaviota, el halcón, el zopilote, el pelícano, etcétera, etc; en los reptiles, la víbora de cascabel, la culebra, el lagarto y otros; y en las marinas, la tortuga, el cazón, la mojarra, el tiburón y, mejor aquí le paramos de contar.

Ahora les toca el turno, en el tercer acto, a la agricultura y a la ganadería. Aquí la escenografía sufre una modificación importante, pues la escena se lleva a cabo al aire libre, tanto en la zona central y montañosa del estado, como en la Llanura Costera del Golfo Norte (que abarca desde el límite con Tamaulipas y pasa por Pánuco, Tuxpan, Papantla, Martínez de la Torre y llega hasta la ciudad de Veracruz) y en la Llanura Costera del Golfo Sur (que va desde el límite con Tabasco y pasa por Acayucan, San Andrés Tuxtla, Las Choapas, Cosamaloapan, Alvarado y llega nuevamente a Veracruz).

Por lo que toca a la producción agrícola de Veracruz, ésta es amplia (72 productos en total), variada y está ligada primordialmente al temporal, pues la agricultura de riego no alcanza una gran importancia debido a que las buenas condiciones naturales permiten obtener altos rendimientos con inversiones bajas. En 1988 la superficie total cosechada en la entidad comprendía alrededor de un millón cien mil hectáreas, de las cuales el cinco por ciento eran de riego y el 95 por ciento de temporal. 9/

"Los cultivos principales de este tipo agrícola (el de temporal), asociados por grupo y orden de importancia, son: entre los granos, maíz, frijol, sorgo y arroz palay (de estos el maíz es el más importante, con el 46% de la superficie cosechada); de los frutales, café oro, naranja, mango, plátano, piña, limón agrio, mandarina, papaya, toronja, ciruela de almendra y coco fruta (destacan café oro y naranja); dentro de los

cultivos industriales, caña de azúcar, tabaco, hule hevea (látex) y vainilla; y otros, alimenticios, como el chile verde, la papa y la sandía. En superficie cosechada los granos ocupan el 53%, los frutales el 23%, los industriales el 19% y los alimenticios el 2%". 10/

"Su alta productividad (del estado) se debe, primeramente a la buena precipitación y a que los suelos en llanuras, lomeríos y valles cuentan con las condiciones apropiadas para el buen desarrollo de los cultivos. Asimismo, es trascendental el papel que juega la infraestructura, en lo que respecta a vías de comunicación, ya que a la vez que permite un ágil proceso de comercialización, su contribución a la apertura de nuevas áreas de cultivo, antes marginadas, ha sido notable. Otro aspecto positivo para la productividad de las zonas de temporal es el crecimiento del nivel tecnológico, al emplearse, en mayor cantidad de predios, instrumentos mecanizados para la realización de las labores". 11/

En lo que respecta a la ganadería, el área destinada en el estado para el desarrollo de esta actividad fue de 2.4 millones de hectáreas en 1988 y los principales centros de su concentración y distribución fueron los municipios de Pánuco, Martínez de la Torre, Ciudad Alemán, Tempoal, Naranjos y la ciudad de Veracruz. En 1980 la actividad ganadera de Veracruz representó el 11.7 por ciento del total nacional, destacando la producción de ganado porcino, ovino, caprino, bovino y la avicultura; pero, según un estudio del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, esta contribución puede ser aún mayor, pues alrededor del 90% del estado presenta posibilidades para el desarrollo de esta actividad, tanto en forma extensiva como intensiva. 12/

Sobre el estrado de este teatro al aire libre lo mismo podemos admirar la intervención del campesino pobre que la del cacique de la región, la del dueño de una exigua propiedad que la del latifundista de la entidad. Los primeros, hombres, mujeres y niños, van ataviados con pantalones, camisas y vestidos raídos, con huaraches o sin ellos, piden la restitución de sus tierras, soportan vejaciones y agresiones y mue-

ren de hambre a 'flor de tierra como debe ser'. Los segundos mecen sus bigotes, montan sus caballos pura sangre, dirigen las agresiones, comulgan los domingos, pagan unas cuantas monedas por el trabajo de sus peones, les *regalan* las tierras menos aptas para trabajar. Los amos viven en residencias construidas sobre lomas alfombradas de color verde, mientras los súbditos escuchan, como una historia sin fin, la siguiente narración:

Allá en un claro cerca del monte,
bajo una higuera como dosel,
hubo una choza donde habitaba
una familia que ya no es.
El padre, muerto; la madre, muerta,
los cuatro niños muertos también;
él, de fatiga; ella, de angustia;
ellos de frío, de hambre y de sed.

(Fragmento: Los Parias/Salvador Díaz Mirón)

Es importante señalar que en Veracruz, como en cualquier otro lugar del mundo, las 'malas' noticias también son 'buenas' noticias para los radioescuchas, televidentes y el público lector. Este estado siempre ha sido una fuente importante de medios internacionales, nacionales y locales en cuanto a escándalos políticos, narcotráfico, desastres naturales, asesinatos y actos de corrupción.

Véamos tan sólo algunos ejemplos recientes: aunado a las lluvias e inundaciones que año con año dejan cuantiosas pérdidas materiales y humanas, uno de los casos más sonados en Veracruz fue la designación de Sebastián Guzmán Cabrera, en 1988, como líder del Sindicato Nacional de Trabajadores Petroleros de la República Mexicana. Ahora --en lugar de Joaquín Hernández Galicia 'La Quina', encarcelado el 10 de enero de ese mismo año-- el encargado de depurar uno de los sindicatos más poderosos de México era nada más y nada menos que un cacique de Minatitlán, acusado de vender plazas del gremio e imponer presidentes municipales en su feudo; en fin, una historia salpicada de actos de corrupción.

Para 1990 el 'Grupo de los Cien' en una carta abierta, dirigida al Presidente de la República, denuncia que la nucleoelectrica Laguna Verde no ha suspendido su operación a pesar de su mal diseño y construcción.

Una historia que comienza en junio de 1988 cuando se anuncian las pruebas de arranque con una duración de 185 días: en noviembre de ese mismo año se produce el primer paro de emergencia real debido al estallamiento de algunas tuberías; la historia se vuelve a repetir en febrero de 1989 cuando se da el segundo y tercer paro de emergencia al detectarse altos niveles de radiación; para marzo se produce una segunda fuga de radiación, en junio entra agua de mar al nivel más bajo del edificio, en julio 20 mil litros de ácido sulfúrico fueron derramados en el complejo y en agosto entra agua al circuito de enfriamiento primario del reactor, entre varias otras irregularidades.

En este 1991, tal vez los escándalos más sonados en Veracruz fueron dos: primero, el 10 de octubre era muerto --en un operativo de despijotización organizado por la procuraduría del estado y la policía judicial, según la versión oficial--Toribio Gargallo Peralta 'El Toro': un cacique de la región de Córdoba acusado de por lo menos 60 asesinatos (30 cuerpos fueron encontrados en pozos clandestinos), violaciones a mujeres, control y amenazas a presidentes municipales, policías, jueces y agentes de la judicial federal, entre muchos otros delitos. El segundo caso tuvo lugar el 7 de noviembre, cuando en el municipio de Tlalixcoyan elementos del ejército mexicano, en un enfrentamiento, dieron muerte a siete agentes de la Policía Judicial Federal: un comunicado conjunto de la Procuraduría General de la República y la Secretaría de la Defensa Nacional señaló que el hecho se debió a una lamentable confusión, aunque todavía hay muchas interrogantes por aclarar.

El epílogo: circundado por Tamaulipas, San Luis Potosí, Hidalgo, Puebla, Chiapas y Tabasco, en el estado se lleva a cabo el programa "Veracruz en la cultura: Encuentros y Ritmos", que comprende más de 250 proyectos a realizarse de abril de 1991 a noviembre de 1992. Tal programa busca revalorar la cultura popular, la producción intelectual individual y la creación artística; rescatar, restaurar y preservar el patrimonio histórico de la entidad y estimular la enseñanza, investigación y difusión de la ciencia y la tecnología.

Veracruz: de día es uno y de noche otro.

II. De día...Un medio de comunicación local.

Después de ver tan solo un panorama histórico, geográfico, económico y social del estado veracruzano donde se genera comunicación, información y noticia, es necesario observar cómo es cubierta esta realidad cultural por un medio de comunicación local: la prensa. Se escoge este medio pues, a diferencia de la radio y la televisión, aquí se dedica *íntegramente* el espacio a la difusión de la información y/o noticia, además de que en él se especifican cuáles son sus fuentes de información.

Este análisis, que puede resultar a primera vista un tanto somero y arbitrario, se hace necesario para poder remarcar una idea vertida en el capítulo anterior y que señala que los medios de comunicación colectiva (por muy poderosos que sean) históricamente no han sido capaces de formar una red adecuada de recolección y distribución de la información por los costos que implican otras tareas inherentes a estos medios. Obviamente este examen no se realiza con una agencia informativa local o regional por la sencilla razón de que no existen en México.

Para llevar a cabo este análisis se escogieron ocho periódicos del estado, de los 21 registrados en 1991; éstos son: Diario del Istmo, Diario de Tuxpan, Diario de Xalapa, El Dictamen, El Mundo, La Nación, La Opinión y Notiver.

A continuación se presenta una descripción de los servicios informativos nacionales e internacionales que utilizan, de qué otras partes de la República presentan información y cómo cubren ellos mismos el territorio de Veracruz. Este último punto, de gran importancia, se representará gráficamente en una página posterior.

1) Diario del Istmo, de Coatzacoalcos, Ver.

En el organigrama de este periódico se hace mención de los servicios informativos de las siguientes agencias: UPI, AFP, REUTER, ANSA, ALASEI,

EXCELSIOR, EL UNIVERSAL, LEMUS, NOTIMEX y de una agencia desconocida por nosotros llamada SUN. Presenta una gran cantidad de información internacional y del Distrito Federal. De los estados de la República presenta algunas notas de Guerrero (de Acapulco específicamente), Chihuahua, Campeche y Tamaulipas.

A nivel local cubre información de Acayucan, Minatitlán, Cosoleacaque, Ixhuatlán del Sureste, Xalapa y Veracruz. Es importante puntualizar que esta tarea la cubre con corresponsales del propio periódico y en algunos casos, no siempre, utiliza los servicios de NOTIMEX para cubrir información, por ejemplo, de Xalapa y Veracruz.

2) Diario de Tuxpan, de Tuxpan, Ver. (*)

Este medio no presenta un organigrama donde cite los servicios informativos de que se vale, pero a través de sus páginas nos presenta noticias proporcionadas por las agencias LEMUS y NOTIMEX; estas noticias son tanto de carácter nacional como internacional. A nivel nacional muestra información de Aguascalientes y Jalisco.

En lo que respecta al ámbito local, únicamente presenta información de Poza Rica, pero no especifica la labor de un corresponsal, es decir, las notas van sin firma.

3) Diario de Xalapa, de Xalapa, Ver.

En su organigrama cita los servicios de REUTER, AP, UPI, EXCELSIOR, SIEMEX y GRAPH PRENSA (desconocida por nosotros). En tal organigrama no se otorgan créditos a las agencias DPA y ANSA, pero a través de sus páginas sí se utilizan sus servicios. Contiene mucha información internacional y del Distrito Federal. Del interior de la República, sólo de Guerrero (Específicamente de Acapulco).

A nivel local cubre los municipios de Perote, Martínez de la Torre, Coatepec, Tlapacoyan y Veracruz. Aquí en algunas ocasiones señala el trabajo de corresponsales y en otras no.

- 4) El Dictamen, de Veracruz, Ver. De paso es importante mencionar que es el decano de la prensa nacional pues se funda el 16 de septiembre de 1898.

En el organigrama de este periódico se mencionan los servicios informativos de las agencias UPI, AFP, REUTER, ANSA, DEE (ignoramos el significado de estas siglas), EXCELSIOR, NOTIMEX y EL SIGLO, de Torreón, Coahuila. Contiene bastante información internacional y del Distrito Federal. Del interior de la República presenta noticias de Chihuahua (Cd. Juárez), Guanajuato, Sinaloa (Mazatlán) y muchas de Torreón, Coahuila, donde obviamente cita al periódico El Siglo.

En el ámbito local cubre las regiones que abarcan los municipios de Xalapa (con varios corresponsales), Coatzacoalcos, Córdoba, Minatitlán, Orizaba, Coetzala y Poza Rica. La información de estas localidades la obtiene vía sus corresponsales que en muchas ocasiones se acreditan toda una página del periódico.

- 5) El Mundo, de Córdoba, Ver. (*)

Este diario no proporciona un organigrama donde señale de qué servicios informativos se vale, sin embargo al hojearlo se pueden localizar únicamente dos agencias: LEMUS y NOTIMEX, que le proporcionan noticias nacionales e internacionales.

Es un periódico netamente local y sólo presenta información de Xalapa vía corresponsales.

- 6) La Nación, de Veracruz, Ver.

En el organigrama de este medio se citan los servicios informativos de las siguientes agencias: AP, UPI, EL UNIVERSAL y NOTIMEX. Contiene muchas noticias del Distrito Federal y una que otra internacional, así como de Oaxaca, Aguascalientes y Jalisco.

A nivel local recolecta la información de Xalapa, San Andrés Tuxtla y Catemaco; aunque es pertinente aclarar que a veces no da crédito a corresponsales, es decir, las notas van sin firma.

7) La Opinión, de Poza Rica, Ver.

Este periódico no presenta un organigrama donde se especifiquen los servicios informativos que utiliza. En las notas internacionales no menciona los servicios de alguna agencia y en las nacionales (de Chihuahua, Durango y Guerrero) cita la información de NOTIMEX.

En lo que respecta al ámbito local, cubre los municipios de Espinal, Martínez de la Torre, Tuxpan, Alamo (cabecera municipal de Temapache) y Tihuatlán con corresponsales, y los de Cazonas y Ozulama sin ellos, pues las notas van sin firma. En el caso de la información que proporciona de Veracruz, ésta la obtiene de NOTIMEX.

8) Notiver, de Veracruz, Ver.

Este periódico, al igual que el anterior, no presenta un organigrama donde se puedan identificar los servicios informativos que usa. A través de sus páginas no otorga créditos en las noticias internacionales ni en las nacionales a fuente alguna. Presenta información de Nuevo León, Hidalgo y el Distrito Federal, reiteramos sin especificar una fuente.

También es un periódico netamente local que a veces presenta información de Xalapa. En él hay reporteros que se acreditan toda una página del diario.

(*)Es pertinente aclarar que los periódicos Diario de Tuxpan y El Mundo, de Córdoba, son editados por la misma Sociedad Editora, la Arróniz, que a la vez publica El Mundo, de Orizaba, Ya el Mundo Veracruzano, de Veracruz y el Diario del Norte, de Poza Rica. Como ya se mencionó arriba estos periódicos son netamente locales y no han organizado una red de recolección y distribución a nivel local a pesar de contar con una agrupación similar a la Organización Editorial Mexicana, claro guardando las proporciones.

III. De noche...Una estrategia para recolectar la información.

Si hemos marcado ya las deficiencias de cobertura informativa de un medio de comunicación de Veracruz, es importante proponer ahora una estrategia para recolectar la información en la entidad. Nuestro siguiente paso es plantear cómo un medio idóneo, una agencia de noticias, cubriría esa amplísima realidad nacional.

En una primera instancia, al tratar de proponer esta red adecuada, se nos presentan dos problemas insolubles: primero, cómo determinar los puntos o fuentes donde se genera la información y/o noticia, y segundo, cómo justificar la designación de un corresponsal en un determinado lugar.

Para resolver estos problemas es necesario tomar en cuenta los cuatro criterios siguientes (estos parámetros, que toda agencia informativa debería tener presente, son insolubles también y nada novedosos):

a) La producción de la noticia. Es necesario hacer hincapié que es en las ciudades o grandes metrópolis donde se genera la mayor parte de las noticias, por lo complejo de su organización social y sus normas de convivencia. Estos lugares, las ciudades, son productores de la materia prima con que trabajan las agencias informativas.

b) El aspecto demográfico. Es obvio que las grandes ciudades están conformadas por una población numerosa, sólo que en Veracruz, por decirlo de alguna manera, se presenta en ocasiones una variante: aquí hay municipios con una gran cantidad de habitantes donde el mayor porcentaje de la población vive en el área rural y un mínimo porcentaje habita en la ciudad.

c) La actividad económica del lugar. Por lo general donde existen grandes concentraciones humanas se desarrollan también importantes fuentes de empleo. Son lugares donde se produce información en temas tan diferentes como el crecimiento demográfico, la dotación de agua, las cosechas, la producción industrial, etcétera, etc.

d) La importancia política. Un lugar con relevancia económica y demográfica está siempre ligado a la toma de decisiones en materia de servicios, cultura, salud, gobierno, etcétera, etc. Estos lugares son, por lo general, generadores de información y consumidores de la misma.

Hasta aquí la mitad del escollo ha sido salvado. Es decir, para proponer una estrategia adecuada para la recolección de la información en Veracruz, que implica la determinación de fuentes informativas y la designación de corresponsales, es necesario dejarnos guiar por los criterios antes señalados para determinar los puntos neurálgicos de la entidad.

Pero resulta --y ésta es la otra mitad del escollo-- que nosotros hemos asegurado que todo el estado veracruzano es rico en fauna marina y terrestre, en agricultura, comercio, industria, turismo y petróleo; que su población se conforma de indígenas huastecos en el norte, totonacas en el centro, popolacas en el sur, blancos y mestizos por todas partes; que es un lugar donde se genera comunicación, información y noticia a todo lo largo y ancho de su territorio. En otras palabras, tratamos de afirmar que Veracruz es un estado que merece ser cubierto en su totalidad (entiéndase de la mejor forma) y no sólo las grandes metrópolis o centros de una importante concentración económica.

Ante esta disyuntiva nos queda o designar un corresponsal o más para cada uno de los 207 municipios del estado (algo imposible de hacer hasta para una agencia nacional), o distribuirlos geográficamente, de tal manera que puedan cubrir un determinado radio de acción de la mejor forma posible. Indudablemente nos quedamos con la segunda opción, aunque claro esta designación de fuentes informativas y de corresponsales no se hará tan arbitrariamente, sino tomando como punto de arranque aquellas ciudades o poblaciones que llamaremos de segunda importancia del estado (por una razón muy importante que veremos en el capítulo siguiente), de tal manera que quede una distribución geográfica uniforme y donde se le dé mayor prioridad a aquellas zonas que cuentan con mayores concentraciones humanas.

Librado el segundo obstáculo llega el momento de mencionar cuáles son los puntos neurálgicos de Veracruz y como determinaríamos geográficamente las fuentes de información y la designación de corresponsales: nos queda proponer la estrategia para recolectar la información.

En primera instancia señalaremos cuáles son los municipios y ciudades más importantes del estado en estricto orden alfabético: mencionaremos sus características demográficas y algunos puntos de su actividad cultural, política o económica principalmente. En esta lista se incluirán únicamente los municipios con más de 100 mil habitantes.

En una segunda instancia escogeremos aquellos municipios y ciudades de segunda importancia de acuerdo a una distribución geográfica adecuada y daremos los mismos datos arriba señalados, sólo que con municipios con más de 50 mil pobladores (salvo en dos casos) o que por lo menos los rebasarán para el año 2000.

Es importante aclarar que los datos manejados a lo largo de estos listados son de 1986 13/, y que esta estrategia de recolección de la información, para un mejor entendimiento, se representará gráficamente en una página posterior: se presentará un MAPA DE COBERTURA INFORMATIVA.

--Puntos neurálgicos de Veracruz. (*)

1.-Boca del Río. Tiene 112,043 habitantes (para el año 2000=201,124). El 77.7% de su población es urbana y el 22.3% rural. Este municipio se encuentra a sólo unos minutos del puerto de Veracruz y en él se localizan las facultades de pedagogía, ingeniería, nutrición, física y periodismo de la Universidad Veracruzana, además de la playa de mocambo.

2.-Coatzacoalcos. Tiene 255,186 habitantes (para el año 2000=400,784). La inmensa mayoría de su población es urbana. En este municipio existe una gran actividad económica en las plantas petroquímicas de PEMEX, en Celanese Mexicana S.A., en Industrias Resistol, en Fertilizantes de México (FERTIMEX), en Celulosa y Derivados, y muchas empresas más. Es uno

de los puertos más importantes de México y en él se embarcan y desembarcan muchos productos destinados a la exportación e importación.

3.-Córdoba. Tiene 151,544 habitantes (para el año 2000=209,803). El 86.3% de su población es urbana y el 13.7% rural. Este municipio, cuya cabecera es la Heroica Córdoba, es un importante centro agrícola donde se produce, entre otras cosas, café, caña de azúcar, calabaza, mamey y papaya. Aquí se localizan industrias ensambladoras de carrocerías y remolques, la Arrocería Trópico S.A., Industria Aceitera S.A., Arrocería el Jarocho, La Industria Nacional de Alimentos, Cigarros la Moderna, Tabacos Mexicanos, Unión Carbide Mexicana, Multiplásticos Nacionales Cover y muchas empresas más.

4.-Cosamaloapan. Tiene 103,239 habitantes (para el año 2000=182,637). El 63.6% de su población es urbana y el 36.4% rural. En este municipio, cuya cabecera es Cosamaloapan de Carpio, se desarrolla la cría de ganado bovino, equino, porcino, caprino y diversas aves. En este lugar existen empresas dedicadas a la industrialización del arroz, azúcar, miel de abeja y piloncillo; aquellas dedicadas a la confección del vestido, a la producción de pasta celulosa, papel, ácidos, sustancias químicas y al ensamble de unidades ferroviarias.

5.-Martínez de la Torre. Tiene 117,999 habitantes (para el año 2000=177,900). El 43.9% de su población es urbana y el 56.2% rural. En este municipio, además de contar con una amplia producción de ganado, se encuentran distintas plantas de aprovechamiento frutal como: Cítricos del Golfo S.A., Empacadora Cítrica Martínez de la Torre, Fideicomiso de las Frutas Cítricas y Tropicales, Industria el Faisán y otras dedicadas al ramo de los alimentos y al papel.

6.-Minatitlán. Tiene 183,810 habitantes (para el año 2000=250,000). El 75.5% de su población es urbana y el 24.5% rural. Fundamentalmente en este municipio la actividad económica que domina es la dedicada al área de la petroquímica: aquí podemos encontrar industrias como FENOQUIMICA

S.A., PETROQUIVEMEX, Líquid Carbonic S.A. y la refinería Lázaro Cárdenas (la más grande de México), entre muchas otras empresas más. También se desarrolla la actividad de la agricultura del maíz, arroz y frijol.

7.-Orizaba. Tiene 130,867 habitantes (para el año 2000=169,217). El 90% de su población es urbana y el 10% rural. A este municipio y ciudad se le ha dado en llamar la 'Manchester mexicana' porque en él se desarrolla la industria de beneficios del sílice, conservas de fruta, elaboración de galletas, alimentos para animales, pastas alimenticias, fabricación de ron, cerveza, aguardiente, de hilados y tejidos, de gases industriales, productos farmacéuticos y aparatos eléctricos.

8.-Papantla. Tiene 187,047 habitantes (para el año 2000=277,002). El 39.5% de su población es urbana y el 60.5% rural. Este municipio, cuya cabecera es Papantla de Olarte, es considerado fundamentalmente un centro de crianza y distribución de ganado bovino (destacan las razas Cebú, Charolains y Santa Gertrudis), caprino, porcino, ovino y equino. En él, además, se encuentran establecidas empresas como la Unión de Ejidos de Producción Agropecuaria Ursulo Galván, Vainilla de México S.A., Delaware Punch y Gran Mister 'Q' de Papantla.

9.-Poza Rica. Tiene 202,673 habitantes (para el año 2000=284,884). Toda su población se considera urbana. En el municipio la actividad económica que domina es la dedicada a la exploración, extracción y procesamiento del petróleo; esta actividad se lleva a cabo en las plantas petroquímicas y refinerías de Petróleos Mexicanos. Aquí, además, podemos encontrar empresas dedicadas a la fabricación de gases industriales, a la extracción de arena, grava y mármol, y a la producción de carrocerías y remolques para vehículos.

10.-San Andrés Tuxtla. Tiene 139,410 habitantes (para el año 2000=201,070). El 47.8% de su población es urbana y el 52.2% rural. Este municipio es un importante centro agrícola donde se cultiva maíz, frijol, café, arroz, chile verde, plátano, sandía, naranja y mango; además de que

se localizan en él empresas dedicadas a la industrialización del tabaco, aserraderos y plantas regeneradoras de hule.

11.-Temapache. Tiene 113,760 habitantes (para el año 2000=164,218). El 13.5% de su población es urbana y el 86.5% rural. La cabecera de este municipio es Alamo y en él se desarrolla una muy variada actividad económica: en agricultura, se cultiva mango, mandarina, tabaco, naranja y toronja; en la ganadería, se cría ganado bovino, ovino y porcino; en la industria, existe la extracción del petróleo; en la pesca, destaca la captura de mojarra, camarón y julie; además de que existe explotación forestal.

12.-Tuxpan. Tiene 115,996 habitantes (para el año 2000=160,862). El 48% de su población es urbana y el 52% rural. La cabecera del municipio es Tuxpan de Rodríguez Cano y en él podemos encontrar, además de las instalaciones de Petróleos Mexicanos, diversas empresas dedicadas al ramo de los fertilizantes, a la conservación y envasado de mariscos, a la fabricación de embarcaciones, de piezas de fibra de vidrio, de chocolates y dulces, a la construcción de plataformas marinas y a la confección de ropa.

13.-Veracruz. Tiene 364,611 habitantes (para el año 2000=800,000). El 81% de su población es urbana y el 19% rural. La Heroica Veracruz es la cabecera del municipio cuya importancia histórica y turística es notable. Aquí podemos encontrar industrias como: Tubos de Acero de México S.A., Pasteurizadora de Leche S.A., Bimbo del Golfo S.A., Nitrógeno de Veracruz, Empacadora de Sal Veracruz, Liquid Carbonic de México S.A., Construcciones Fluviales y Marítimas S.A., entre muchas otras más. Es la ciudad más poblada del estado y en ella se localizan diversas facultades de la Universidad Veracruzana, instalaciones de la Armada de México, dependencias del Gobierno del Estado y muchas otras instituciones más. Es, además, uno de los puertos más importantes de México. En Veracruz también se desarrolla de forma importante la ganadería, la agricultura y la pesca.

14.-Xalapa. Tiene 340,463 habitantes (para el año 2000=704,567). La amplia mayoría de su población se considera urbana. Xalapa de Enríquez es la cabecera municipal y nada más y nada menos que la ciudad capital del estado veracruzano donde radican los poderes ejecutivo, legislativo y judicial de la entidad. Sin duda es el centro de mayor importancia en cuanto a toma de decisiones, además de su relevancia económica.

--Distribución geográfica. Municipios y ciudades de segunda importancia en Veracruz. (*)

1.-Acayucan. Tiene 66,312 habitantes (para el año 2000=97,781). El 67.3% de su población es urbana y el 32.7% rural. Este municipio, situado en la zona sur del estado, es un importante centro agrícola: aquí se cultiva maíz, caña de azúcar, arroz, frijol, chile verde, café, naranja, plátano y mango.

2.-Actopan. Tiene 45,608 habitantes (para el año 2000=64,410). El 10% de su población es urbana y el 90% restante rural. El municipio se localiza en la zona central del estado (la más poblada de Veracruz) y su actividad económica es eminentemente agrícola: se cultiva caña de azúcar, mango, maíz, arroz, pepino, sorgo, jitomate, papaya y sandía, entre otros productos más.

3.-Alvarado. Tiene 56,307 habitantes (para el año 2000=79,757). El 48.1% de su población es urbana y el 51.9% rural. Este municipio, cuya cabecera es la ciudad de la Heroica Alvarado, se encuentra en la zona central de la entidad, muy cerca de la ciudad de Veracruz. Además de ser un puerto turístico, en el municipio se desarrolla una importante actividad pesquera (mojarra, camarón, jaiba, robalo y ostiones) y en él hay industrias dedicadas a la preparación, conserva y empaquetado de carnes, y al envasado de pescados y mariscos.

4.-Cerro Azul. Tiene 40,717 habitantes (para el año 2000=52,000). El 87% de su población es urbana y el 13% rural. Este municipio se ubica en la zona norte de Veracruz, un tanto cerca de la ciudad de Tuxpan. En él se desarrolla la ganadería y la agricultura.

5.-Las Choapas. Tiene 68,184 habitantes (para el año 2000=96,902). El 64.5% de su población es urbana y el 35.4% rural. Este municipio se localiza en el extremo sur de la entidad y colinda con el estado de Tlaxcala. Aquí la actividad económica se centra en la extracción del petróleo, de gas natural y de mármol; aunque también se practica la crianza de ganado bovino y la agricultura de plátano, maíz, frijol y naranja.

6.-Isla. Este es uno de los dos municipios presentados aquí que no rebasa, o rebasará para el año 2000, los 50 mil habitantes, pues cuenta con tan sólo 37,794 habitantes. Su población es mayoritariamente urbana y en él se desarrolla la crianza de ganado criollo y se cultiva piña, sorgo, frijol, maíz y arroz. Este municipio se localiza en el sureste de la entidad.

7.-Ixhuatlán de Madero. Tiene 63,597 habitantes (para el año 2000=86,478). El 12.8% de su población es urbana y el 87.2% rural. La cabecera de este municipio es la Villa de Ixhuatlán y se localiza en la zona norte de Veracruz, colindando con el estado de Hidalgo. En este lugar se desarrolla la explotación forestal y la crianza de ganado bovino, porcino, caprino, equino y la producción de aves.

8.-Jesús Carranza. Este municipio tampoco rebasa, o rebasará para el año 2000, los 50 mil habitantes. Su población se conforma de 35,071 personas y se encuentra situado en el extremo sur de la entidad, en una de las zonas menos pobladas de Veracruz. La actividad económica que se desarrolla aquí es la explotación forestal y el cultivo de algunos granos como el maíz, frijol y sorgo.

9.-Misantla. Tiene 78,109 habitantes (para el año 2000=85,811). En la fuente consultada no se especifican las características de la población. Este municipio se localiza en la zona central del estado (la más poblada de Veracruz) y en él se desarrolla la industria del azúcar y de beneficios del café, además de la crianza de ganado bovino y la agricultura de plátano, naranja, maíz y chile verde.

10.-Pánuco. Tiene 94, 346 habitantes (para el año 2000=136,826). El 39.3% de su población es urbana y el 60.6% rural. Este municipio se localiza en el extremo norte de la entidad y colinda con el estado de Tamaulipas. Es un importante centro petrolero y en él se desarrolla la crianza de ganado bovino (destacan las razas Cebú, Charolains, Holstein, Santa Gertrudis y Suizo), ovino, caprino y porcino; además de que podemos encontrar industrias como la compañía Minera Autlán S.A. de C.V., Trituradora del Golfo S.A., Fomento Azucarero del Golfo S.A. y otras más.

11.-Perote. Tiene 42,403 habitantes (para el año 2000=60,397). El 52.6% de su población es urbana y el 47.4% rural. Este municipio se encuentra situado en la zona central del estado, muy cerca de la ciudad capital Xalapa de Enríquez, y su actividad económica se centra en el cultivo de papa, maíz, trigo, frijol, avena, cebada, chícharo, haba y lenteja.

12.-Tempoal. Tiene 71,904 habitantes (para el año 2000=102,517). El 71% de su población es urbana y el 29% rural. Este municipio, cuya cabecera es la ciudad de Tempoal de Sánchez, se localiza en el norte de Veracruz y colinda con el estado de San Luis Potosí. En este lugar se desarrolla la explotación de ganado bovino (Cebú, Suizo y Criollo) y el cultivo de caña de azúcar, calabaza, ajonjolí, pepino, tabaco, melón y cebolla; entre muchos otros productos más.

13.-Tezonapa. Tiene 56,113 habitantes (para el año 2000=77,883). El 70% de su población es urbana y el 30% rural. Este municipio se encuentra situado en la zona central y montañosa del estado, muy cerca de Córdoba y Orizaba. Su actividad económica es muy variada, pues va desde la explotación forestal, pasa por la ganadería y la agricultura, y llega al desarrollo de la industria de beneficios del café, fabricación de azúcar, productos farmacéuticos y medicinas, linóleos y calzado.

14.-Tierra Blanca. Tiene 87,581 habitantes (para el año 2000=126,201). El 46.4% de su población es urbana y el 53.6% rural. Este municipio lo

podemos ubicar en el límite de la zona centro y sur de la entidad. Su actividad económica se centra en la crianza de ganado bovino, porcino, ovino y equino, y en la agricultura de chile verde, jitomate, pepino, sorgo, caña de azúcar, sandía, plátano, maíz, arroz, frijol y calabaza.

(*) Para 1990 el número de pobladores de los municipios antes mencionados era el siguiente 14/1:

	Hombres	Mujeres	Total
1.-Boca del Río.	68,946	74,880	143,844
2.-Coatzacoalcos.	114,677	117,639	232,314
3.-Córdoba.	71,706	78,722	150,428
4.-Cosamaloapan.	37,796	30,844	76,640
5.-Martínez de la Torre.	50,720	52,002	102,722
6.-Minatitlán.	99,005	100,835	199,840
7.-Orizaba.	53,974	59,542	113,516
8.-Papantla.	77,791	80,369	158,186
9.-Poza Rica.	71,656	79,544	151,201
10.-San Andrés Tuxtla.	62,980	62,466	125,446
11.-Temapache.	51,008	50,490	101,498
12.-Tuxpan.	57,468	59,784	117,252
13.-Veracruz.	154,486	173,036	327,522
14.-Xalapa.	134,688	153,643	288,331
15.-Acayucan.	34,521	35,235	69,756
16.-Actopan.	20,750	19,705	40,455
17.-Alvarado.	24,802	24,351	49,153
18.-Cerro Azul.	13,445	14,609	28,054
19.-Las Choapas.	38,581	38,139	76,720
20.-Isla.	15,553	15,632	31,185
21.-Ixhuatlán de Madero.	22,833	23,670	46,503
22.-Jesús Carranza.	14,352	13,597	27,949
23.-Misantla.	29,457	28,687	58,144
24.-Pánuco.	44,351	43,150	87,501
25.-Perote.	22,168	22,084	44,252
26.-Tempoal.	17,739	16,914	34,653
27.-Tezonapa.	26,181	25,865	52,046
28.-Tierra Blanca.	41,850	42,952	84,802

Para este 1990 la población total de Veracruz era igual a 6,215,142 habitantes, con 3,075,679 hombres y 3,139,463 mujeres. Estas cifras correspondieron a un 7.65 por ciento del total nacional que ascendió a 81,140,922 personas.

IV. De día o de noche...Un puente efectivo para distribuir la información.

En este apartado de la tesis es necesario pasar del ámbito geométrico de una agencia informativa al perímetro aritmético de la misma.

¿Pero por qué proponer esta afirmación, sin duda, desconcertante? Porque páginas atrás nosotros definimos a las agencias informativas como el medio mediador entre la producción de la noticia y los medios de comunicación colectiva principalmente, que por razones económicas no pueden tener corresponsales en todos los lugares donde se genera la información; y porque nosotros, en este capítulo, hemos tratado de mostrar una realidad donde se genera comunicación, información y noticia, cómo la cubre un medio masivo local y cuál sería una posible solución para esta cobertura. Es decir, lo visto hasta aquí únicamente cubre la mitad del círculo, pues nos hemos ocupado sólo de la primera parte de la definición --la producción de la noticia y/o información-- y nos falta mirar al otro lado del puente.

Nos falta ver quiénes serían concretamente los posibles suscriptores de una agencia informativa en Veracruz: este concretamente implica saber cuáles son, cuántos son y en dónde se localizan. Teóricamente sabemos que los principales clientes de una agencia de noticias son los medios de comunicación colectiva, pero en el caso de Veracruz nos interesa localizarlos, pues no son entes aislados que flotan en el aire, sino medios que se encuentran inmersos en esa compleja realidad cultural; además de que pueden existir otras instituciones con requerimientos de información a las que se les podría servir.

Todo esto se hace también con el objetivo de saber cuál sería la amplitud de los servicios de una agencia informativa en Veracruz. Unos suscriptores a los que partiendo de una base real, sus necesidades, se les propondría el servicio y que obviamente derivaría en el trabajo a desarrollar en tal medio: quizá este trabajo no se limitaría a la casa

de la noticia, sino a la información del mercado, al comentario, a la información dirigida a la instituciones financieras, a corredores de bolsa, productores de materias primas, al gobierno del estado, etcétera, etc.

Pasemos, pues, a visualizar los posibles suscriptores de una agencia informativa en Veracruz, que obviamente serán en primera instancia los medios de comunicación locales (en este punto se presentará un MAPA DE POSIBLES SUSCRIPTORES) y después, llamémosle así, otras instituciones.

--Radiodifusoras. Hasta 1989 existían en Veracruz 75 radiodifusoras, 15/ localizadas en los siguientes municipios:

-Acayucan.

1.-XEVZ. Establecida el 20 de diciembre de 1960. Transmite de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 1490 khz, con una potencia de mil watts. La representa el grupo Radiorama S.A. y su dirección es Plaza de Armas #9-1 Cp.96000.

-Alamo. (Cabecera municipal de Temapache)

2.-XEID-'Radio Alamo'. Establecida en julio de 1986. Transmite música variada en español de 6 a.m. a las 20 horas en la frecuencia de 1230 khz, con una potencia de mil watts. El concesionario es Radio Alamo S.A. y su representante es Radio S.A. Su dirección es Radio Alamo esquina Comunicación, colonia Gabino González.

-Ciudad Cardel. (Cabecera municipal de La Antigua)

3.-XEQRV. Establecida el 25 de abril de 1971. Transmite de 6 a.m. a las 21 horas en la frecuencia de 770 khz, con una potencia de mil watts. La representa Eduardo Yniesta Publicidad y su dirección es José Cardel Norte #45, Cp.91680.

ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

79...

-Coatzacoalcos.

4.-XHTD-FM. Establecida el primero de septiembre de 1979. Transmite música romántica tropical las 24 horas del día en la frecuencia de 101.1 mhz, con una potencia de 106,000 watts. La representa el grupo Somer División Radio y su dirección es Gutiérrez Zamora #326, Cp.96400.

5.-XEGB. Establecida en el año de 1952. Transmite las 24 horas del día en la frecuencia de 960 khz, con una potencia de mil watts. La representa el grupo Radorama S.A. y su dirección es Cerrada de Hidalgo 3#17, Cp. 96400.

6.-XEUY. Establecida el 28 de noviembre de 1971. Transmite de 5 a.m. a las 23 horas en la frecuencia de 950 khz, con una potencia de mil watts. Se le agregan los datos de XEGB.

7.-XEOM-'Radio Amistad'. Establecida en el año de 1949. Transmite música moderna variada de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 1340 khz, con una potencia de mil watts. El concesionario es Radio Coatzacoalcos S.A. y su representante el Grupo Acir S.A. Su dirección es R. Malpica #1414, Cp.96400.

8.-XEZS-'Radio Felicidad'. Establecida en marzo de 1960. Transmite música tropical y ranchera de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 1170 khz, con una potencia de 500 watts. El concesionario es Emisoras Mexicanas de Veracruz S.A. y se le agregan los datos de XEOM.

9.-XHNE-FM-'Estereo WAOO o Estereo Nova'. S/F de establecimiento. Transmite música moderna en inglés de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 100.1 mhz, con una potencia de 1750 watts. El concesionario es XHNE-FM, S.A. y se le agregan los datos de XEOM.

10.-XHOM-FM-'Gran Estereo La Poderosa'. S/F de establecimiento. Transmite música moderna en español de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 107.5 mhz, con una potencia de 8000 watts. El concesionario es Radio Coatzacoalcos S.A. y se le agregan los datos de XEOM.

-Córdoba.

11.-XEAG. Establecida en el año de 1935. Transmite de 6 a.m. a las 22 horas en la frecuencia de 1280 khz, con una potencia de 10,000 watts. La representa el grupo Radio Ventas de Provincia S.A. y su dirección es Avenida 2 #720-2^opiso.

12.-XEVC. Establecida en marzo de 1960. Transmite de 7 a.m. a las 19 horas en la frecuencia de 700 khz, con una potencia de 10,000 watts. Se le agregan los datos de XEAG.

13.-XHFG-FM. S/F de establecimiento. Transmite de 7 a.m. a las 19 horas en la frecuencia de 92.1 mhz, con una potencia de 60,000 watts. Se le agregan los datos de XEAG.

14.-XEDZ. Establecida en el año de 1951. Transmite de 6 a.m. a las 22 horas en la frecuencia de 598 khz, con una potencia de mil watts. La representa el grupo Radiodifusoras Asociadas S.A. y su dirección es Avenida 2 #720-2^opiso.

15.-XKKG-'Radio Variedades'. Establecida el 21 de febrero de 1960. Transmite música moderna tropical de 7 a.m. a las 19 horas en la frecuencia de 820 khz, con una potencia de 10,000 watts. El concesionario es XKKG S.A. y su representante la Organización Impulsora de Radio S.A. Su dirección es Avenida 2 #720-2^opiso.

16.-XHPT-FM-'Fórmula Musical'. Establecida en enero de 1973. Transmite música variada internacional en español e inglés de 7 a.m. a 1 a.m. en la frecuencia de 91.3 mhz, con una potencia de 10,000 watts. El concesionario es Leonardo Sánchez Avalos y la representa el grupo Radio S.A. Su dirección es Quinta Los Angeles, Km.35, carretera México-Veracruz.

-Cosamaloapan.

17.-XEFU. Establecida en el año de 1955. Transmite de 5 a.m. a las 23 horas en la frecuencia de 630 khz, con una potencia de 5000 watts (750 en la noche). La representa el grupo Radorama S.A. y su dirección es Rufz Cortines #303, Cp.95400.

18.-XEQO. Establecida en el año de 1972. Transmite de 6 a.m. a las 22 horas en la frecuencia de 980 khz, con una potencia de 5000 watts. Se le agregan los datos de XEFU.

-Gutiérrez Zamora.

19.-XEGF-'Radio Fiesta'. Establecida en julio de 1961. Transmite música variada y noticias de 6 a.m. a las 21 horas en la frecuencia de 1020 khz, con una potencia de 700 watts. El concesionario es L. M. Mussot de Castro y la representa el grupo Radio S.A. Su dirección es Avenida Manuel Avila Camacho #11.

-Huatusco.

20.-XEYV-'Radio Acción'. Establecida el 17 de agosto de 1969. Transmite música variada de 6 a.m. a las 19 horas en la frecuencia de 1180 khz, con una potencia de mil watts. El concesionario es Rosa Rufz de Reyes y la representa la Organización Impulsora de Radio S.A. Su dirección es Avenida 4 Poniente #421-17, Cp.94100.

-Jaltipan.

21.-XEJV. Establecida el 22 de noviembre de 1954. Transmite de 6 a.m. a las 19 horas en la frecuencia de 1420 khz, con una potencia de mil watts. La representa el grupo Radiorama S.A. y su dirección es H. Sotomayor #107, Cp.96200.

-Martínez de la Torre.

22.-XEHU-'Radio Tropical'. Establecida en diciembre de 1958. Transmite de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 1300 khz, con una potencia de mil watts. La representa el grupo Radio Cadena Nacional S.A. y su dirección es Pedro Belli #229.

23.-XEHU-FM-'Pionera de Veracruz'. S/F de establecimiento. Transmite de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 104.5 mhz, con una potencia de 3000 watts. El concesionario es Pedro Monterola Rojas y se le agregan los datos de XEHU.

24.-XEUZ-'Radio Veracruzana'. Establecida el 12 de septiembre de 1965. Transmite de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 1330 khz, con una potencia de mil watts. Se le agregan los datos de XEHU.

-Minatitlán.

25.-XEKM-'Radio Mina Onda 14-50'. Establecida el 16 de agosto de 1965. Transmite música variada de 5 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 1450 khz, con una potencia de mil watts de día y 500 de noche. El concesionario es Radio Mina S.A. y la representa la Corporación Mexicana de Radiodifusión S.A. Su dirección es Eulalio Vela #17, Cp.96700.

26.-XEMTV-'Radio Lobo'. Establecida el 14 de octubre de 1983. Transmite música moderna juvenil en español e inglés de 6 a.m. a las 19 horas en la frecuencia de 1260 khz, con una potencia de 250 watts. El concesionario es Oscar Bravo Santos y se le agregan los datos de XEKM.

27.-XEMI. Establecida el 24 de junio de 1961. Transmite de 5 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 1070 khz, con una potencia de mil watts, La representa el grupo Radiorama S.A. y su dirección es Hidalgo #48, Cp.96700.

-Misantla.

28.-XEPT-'Radio Misantla'. S/F de establecimiento. Transmite música mexicana e instrumental de 6 a.m. a las 20 horas en la frecuencia de 1590 khz, con una potencia de mil watts. El concesionario es Hilario Avila Serrano y la representa el grupo Radio Cadena Nacional S.A. Su dirección es Zaragoza #205.

-Orizaba.

29.-XSOV. Establecida el 12 de octubre de 1967. Transmite de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 1240 khz, con una potencia de 10,000 watts. La representa el grupo Radio Ventas de Provincia S.A. y su dirección es Oriente 6 #261-210.

30.-XETQ. Establecida en el año de 1941. Transmite de 6 a.m. a las 22 horas en la frecuencia de 850 khz, con una potencia de 10,000 watts. se le agregan los datos de XEOV.

31.-XEPP-'La Voz de Orizaba'. Establecida en el año de 1941. Transmite música variada, novelas y noticias de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 1450 khz, con una potencia de mil watts. El concesionario es La Voz de Orizaba S.A. y su representante el grupo Somer División Radio. Su dirección es Sur 31 #336.

-Pánuco.

32.-XEMCA. En la fuente consultada no se especifican más datos.

-Papantla.

33.-XEEU. Establecida en el año de 1977. Transmite de 6 a.m. a las 19 horas en la frecuencia de 1170 khz, con una potencia de 250 watts. La representa el grupo Radiorama S.A. y su dirección es Avenida Enríquez #404, Cp.93400.

-Perote.

34.-XEBD-'Canal 11'. Establecida el 13 de junio de 1980. Transmite música ranchera y tropical de 6 a.m. a las 19 horas en la frecuencia de 1100khz, con una potencia de 5000 watts. El concesionario es Samuel Reyes Zúñiga y la representa el grupo Radio S.A. Su dirección es General Rincón #41, Cp.91270.

35.-XEBE. Establecida el 11 de junio de 1971. Transmite de 6 a.m. a las 19 horas en la frecuencia de 1160 khz, con una potencia de mil watts. La representa el grupo Radiodifusoras Asociadas S.A. y su dirección es Humboldt #36, Cp.91270.

-Piedras Negras. (Población del municipio de Tlalixcoyan)

36.-XEGN-'Radio Triunfadora'. Establecida el 5 de marzo de 1973. Transmite música variada y regional de 6 a.m. a las 19 horas en la frecuencia de 1500 khz, con una potencia de mil watts. El concesionario es Radio Emisora Comercial XEGN y la representa la Organización Impulsora de Radio S.A. Su dirección es Libertad 201, Cp.95220.

-Poza Rica.

37.-XEJD. Establecida el 9 de enero de 1958. Transmite las 24 horas del día en la frecuencia de 1450 khz, con una potencia de mil watts. La representa el grupo Radiorama S.A. y su dirección es Avenida Unión y Michoacán, Cp.93300.

38.-XEPR. Establecida el 16 de julio de 1956. Transmite de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 1480 khz, con una potencia de 500 watts. Se le agregan los datos de XEJD.

39.-XEPV. Establecida el 25 de marzo de 1957. Transmite de 6 a.m. a las 21 horas en la frecuencia de 1270 khz, con una potencia de mil watts. Se le agregan los datos de XEJD.

40.-XEPW. Establecida el 17 de junio de 1965. Transmite de 6 a.m. a las 20 horas en la frecuencia de 1200 khz, con una potencia de 250 watts. Se le agregan los datos de XEJD.

41.-XEXK. S/F de establecimiento. Transmite de 6 a.m. a las 22 horas en la frecuencia de 1080 khz, con una potencia de 500 watts. La representa el grupo Radiorama S.A. y su dirección es Calle 4 Norte y 6 Oriente, Local E-3-50.

-San Andrés Tuxtla.

42.-XED-'Radio Alegría'. Establecida en el año de 1956. Transmite música variada de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 1360 khz, con una potencia de mil watts. El concesionario es Radio Onda de los Tuxtlas y su representante el Grupo Acir S.A. Su dirección es Constitución #7.

-San Rafael. (Población del municipio de Catemaco).

43.-XEVO-'Radio San Rafael'. Establecida en el año de 1970. Transmite de 7 a.m. a las 19 horas en la frecuencia de 1520 khz, con una potencia de mil watts. La representa el grupo Radio Cadena Nacional S.A. y su dirección es Carretera Nacional #38.

-Tempoal.

44.-XETI-'Radio Tempoal', Establecida el 24 de octubre de 1965. Transmite música variada de 6 a.m. a las 19 horas en la frecuencia de 1430 khz, con una potencia de mil watts. El concesionario es Radiodifusión S.A. y la representan el grupo Radio Programas de México S.A. y el Radio Grupo del Golfo S.A. Su dirección es Carretera Tuxpan-Tampico Km. 35, Cp.92060.

-Tierra Blanca.

45.-XEJF. Establecida en el año de 1956. Transmite de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 1350 khz, con una potencia de mil watts. La representa el grupo Radiodifusoras Asociadas S.A. y su dirección es Libertad y Morelos #301.

-Tuxpan.

46.-XEYB-'Radio Nivel del Mar'. Establecida en diciembre de 1968. Transmite música moderna y baladas de 6 a.m. a las 22 horas en la frecuencia de 1340 khz, con una potencia de 250 watts. El concesionario es Elvira Ferrer Fischer y su representante el grupo Radiodifusoras Asociadas S.A. Su dirección es Avenida Juárez #13-4^o piso.

47.-XETL-'La Voz de la Huasteca'. Establecida el 20 de junio de 1941. Transmite música folklórica, ranchera, tropical y romántica de 6 a.m. a las 22 horas por la frecuencia de 1390 khz, con una potencia de 5000 watts en el día y mil en la noche. El concesionario es Calixto Almazán Ferrer y se agregan los datos de XEBY.

-Veracruz.

48.-XEAVR. Establecida en julio de 1983. Transmite desde el Km. 3 $\frac{1}{4}$ de la carretera Antón Lizardo, Alvarado, Ver., en la frecuencia de 720 khz, con una potencia de 5000 watts. La representa el grupo Radiorama S.A. y su dirección es Ocampo #325-1-A.

49.-XEFM. Establecida en noviembre de 1970. Transmite de 6 a.m. a las 24 horas por la frecuencia de 1010 khz, con una potencia de mil watts. La representa el grupo Radiorama S.A. y su dirección es Benjamin Franklin #4, Cp.91700.

50.-XEQT. Establecida en agosto de 1969. Transmite de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 1600 khz, con una potencia de 500 watts. Se le agregan los datos de XEFM.

51.-XEIL-'Radio Festival'. Establecida en el año de 1955. Transmite música juvenil en español de 7 a.m. a las 19 horas en la frecuencia de 1090 khz, con una potencia de 3000 watts de día y mil de noche. El concesionario es Radiofónica Veracruzana S.A. y su representante el Grupo Acir S.A. Su dirección es Edificio Lotería Nacional, Despacho 201, entre Rayón e Independencia.

52.-XETF-'La Jarocha'. Establecida en el año de 1934. Transmite música moderna en español y noticiarios de 5:30 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 1250 khz, con una potencia de mil watts. El concesionario es José Rodríguez López y su representante el Grupo Acir S.A. Su dirección es Bravo #1103-2º piso, Cp.91700.

53.-XEHV-'Radio Trópico'. Establecida en el año de 1940. Transmite música tropical de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 1310 khz, con una potencia de mil watts. El concesionario es Radio Heroica S.A. y la representa el grupo Radioprogramas de México S.A. Su dirección es Ocampo #119-7º piso, Edificio Pazos, Cp.91700.

54.-XELL-'Radio Onda'. Establecida en el año de 1942. Transmite música moderna juvenil en español de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 1430 khz, con una potencia de mil watts. El concesionario es Radio Jarocha S.A. y se agregan los datos de XEHV.

- 55.-XEU-'El Eco de Sotavento desde Veracruz'. Establecida en el año de 1930. Transmite novelas, deportes y noticias de 5:30 a.m. a las 24 horas por la frecuencia de: onda larga XEU 930 khz con 5000 watts y en onda corta XEU 6020 khz con 2500 watts de potencia. El concesionario es Eco de Sotavento S.A. y se le agregan los datos de XEHV.
- 56.-XHTS-FM-'Stereo Oro'. Establecida en marzo de 1971. Transmite música internacional en inglés y español de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 102.9 mhz, con una potencia de 30,000 watts. El concesionario es Radio Tipo S.A. y se le agregan los datos de XEHV.
- 57.-XHCS-FM-'Eco 103'. S/F de establecimiento. Transmite música del momento en español de 7 a.m. a la 1 a.m. en la frecuencia de 103.7 mhz, con una potencia de 60,000 watts. La representa el grupo Somer División Radio y su dirección es Aquiles Serdán #687-5º piso, Cp.91700.
- 58.-XHPB-FM-'Señal 99'. Establecida el primero de febrero de 1970. Transmite música tropical y boleros rancheros de 7 a.m. a 1 a.m. en la frecuencia de 99.7 mhz, con una potencia de 40,000 watts. El concesionario es Frecuencia Modulada de Veracruz S.A. y se le agregan los datos de XHCS-FM.
- 59.-XHPR-FM-'La Romántica'. S/F de establecimiento. Transmite música romántica las 24 horas del día en la frecuencia de 101.3 mhz, con una potencia de 160,000 watts. El concesionario es Agustín Valverde Elías y se le agregan los datos de XHCS-FM.
- 60.-XHRN-FM-'La Tropical'. Establecida en el año de 1975. Transmite música tropical de 7 a.m. a la 1 a.m. en la frecuencia de 96.5 mhz, con una potencia de 40,000 watts. El concesionario es Romeo Rascón Delgado y se le agregan los datos de XHCS-FM.
- 61.-XHPS-FM-'Globo Stereo'. S/F de establecimiento. Transmite baladas modernas en español de 7 a.m. a 1 a.m. en la frecuencia de 93.3 mhz, con una potencia de 10,000 watts. La representa el grupo Frecuencia Modulada S.A. y su dirección es Avenida España #114, Fraccionamiento Virginia, Cp.91920.
- 62.-XHVE-FM-'Stereoey'. Establecida en el año de 1970. Transmite música internacional moderna de 7 a.m. a 1 a.m. en la frecuencia de 102.1

mhz, con una potencia de 20,000 watts y se le agregan los datos de XHPS-FM.

-Xalapa.

63.-XEGR. Establecida el 6 de enero de 1957. Transmite de 7 a.m. a las 19 horas en la frecuencia de 1040 khz, con una potencia de mil watts. La representa el grupo Radiorama S.A. y su dirección es Plaza Cristal, Local 26.

64.-XEJA. Establecida en el año de 1942. Transmite de 6 a.m. a las 23 horas en la frecuencia de 610 khz, con una potencia de mil watts. Se le agregan los datos de XEGR.

65.-XEKL. Establecida en el año de 1942. Transmite de 7 a.m. a las 22 horas en la frecuencia de 550 khz, con una potencia de mil watts. Se le agregan los datos de XEGR.

66.-XHOT-FM. S/F de establecimiento. S/Hrs. de transmisión, pero lo hace por la frecuencia de 97.7 mhz, con una potencia de 50,000 watts. Se le agregan los datos de XEGR.

67.-XHTZ-FM. S/F de establecimiento. Transmite de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 96.6 mhz, con una potencia de 5000 watts. Se le agregan los datos de XEGR.

68.-XHWA-FM. S/F de establecimiento. Transmite de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 98.5 mhz, con una potencia de 5000 watts. Se le agregan los datos de XEGR.

69.-XEJH-'Radio Capital'. S/F de establecimiento. Transmite música romántica y noticiarios de 7 a.m. a las 19 horas en la frecuencia de 1640 khz, con una potencia de 500 watts. El concesionario es Rafael Cañedo B. y la representa el Grupo Acir S.A. Su dirección es Pasaje Revolución #5.

70.-XEOZ-'Radio Lobo'. Establecida en el año de 1960. Transmite música moderna y noticias de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 960 khz, con una potencia de mil watts. El concesionario es Radiovisión Lis S.A. y se le agregan los datos de XEJH.

71.-XEZL-'Su Gallo'. Establecida en el año de 1983. Transmite música ranchera, tropical, novelas y noticiarios de 6 a.m. a las 24 horas en la frecuencia de 1130 khz, con una potencia de 10,000 watts. El Concesionario es Radiodifusión Moderna S.A. y se le agregan los datos de XEJH.

72.-XETP-'Radio Sensación'. Establecida en julio de 1977. Transmite música variada de 7 a.m. a las 19 horas en la frecuencia de 1380 khz, con una potencia de 5000 watts. Su representante es la Organización Impulsora de Radio S.A. y su dirección es Jalapeños Ilustres #3-2.

73, 74 y 75.- Se tiene conocimiento de tres estaciones con permiso en Veracruz, sin embargo no se logró localizar dos. Sólo sabemos los datos de una ubicada en el municipio de Teocelo.

75.-XEYT-'Radio Cultural'. Establecida el primero de septiembre de 1965. S/Hrs. de transmisión, pero lo hace por la frecuencia de 1490 khz, con una potencia de 250 watts. El permisionario es la Asociación Civil: Centro de Promoción Social y Cultural, A.C. (CEPROSOC). 16/

Resulta indudable que ofrecer los servicios de una agencia informativa a cada una de las 75 radiodifusoras de Veracruz implicaría un trabajo sumamente arduo, sin embargo, para simplificar esta labor se podría hacer por grupos radiofónicos:

-Radorama S.A.

- | | |
|------------------------|---------------------|
| 1) XEUZ-Acayucan. | 12) XEPW-Poza Rica. |
| 2) XEGB-Coatzacoalcos. | 13) XEXK- " |
| 3) XEUY- " | 14) XEDVR-Veracruz. |
| 4) XEFU-Cosamaloapan. | 15) XEFM- " |
| 5) XEQO- " | 16) XEQT- " |
| 6) XEJV-Jaltipan. | 17) XEGR-Xalapa. |
| 7) XEMI-Minatitlán. | 18) XEJA- " |
| 8) XEEU-Papantla. | 19) XEKL- " |
| 9) XEJD-Poza Rica. | 20) XHOT-FM-Xalapa |
| 10) XEPR- " | 21) XHTZ-FM- " |
| 11) XEPV- " | 22) XHWA-FM- " |

-Grupo ACIR S.A.

- 1) XEOM-'Radio Amistad'-Coatzacoalcos.
- 2) XE2S-'Radio Felicidad'- " "
- 3) XHNE-FM-'Estereo Nova'- " "
- 4) XHOM-FM-'Gran Estereo La Poderosa'-Coatzacoalcos.
- 5) XEDQ-'Radio Alegría'-San Andrés Tuxtla.
- 6) XEIL-'Radio Festival'-Veracruz.
- 7) XETF-'La Jarocha'- " "
- 8) XEJH-'Radio Capital'-Xalapa.
- 9) XEOZ-'Radio Lobo'- " "
- 10) XE2L-'Su Gallo'- " "

-Sociedad Mexicana de Radiodifusión (SOMER División Radio).

- 1) XHTD-FM-Coatzacoalcos.
- 2) XEPP-'La Voz de Orizaba'-Orizaba.
- 3) XHCS-FM-'Eco 103'-Veracruz.
- 4) XHPB-FM-'Señal 99'- " "
- 5) XHPR-FM-'La Romántica'-Veracruz.
- 6) XHRN-FM-'La Tropical'- " "

-Radio Ventas de Provincia S.A. (RAVEPSA).

- 1) XEAG-Córdoba.
- 2) XEVC- " "
- 3) XHPG-FM- " "
- 4) XEOV-Orizaba.
- 5) XETQ- " "

-Radiodifusoras Asociadas S.A. (RASA).

- 1) XEDZ-Córdoba.
- 2) XEBE-Perote.
- 3) XEJF-Tierra Blanca.
- 4) XEBY-'Radio Nivel del Mar'-Tuxpan.
- 5) XETL-'La Voz de la Huasteca'-Tuxpan.

-Radio Cadena Nacional S.A. (RCN)

- 1) XEHU-'Radio Tropical'-Martínez de la Torre.
- 2) XEHU-FM-'Pionera de Veracruz'- " "
- 3) XEVZ-'Radio Veracruzana'- " "
- 4) XEPT-'Radio Misantla'-Misantla.
- 5) XEVO-'Radio San Rafael'-San Rafael.

-Radioprogramas de México S.A. y/o Radio Grupo del Golfo S.A.

- 1) XETI-'Radio Tempoal'-Tempoal.
- 2) XEHY-'Radio Trópico'-Veracruz.
- 3) XELL-'Radio Onda'-"
- 4) XEU-'El Eco de Sotavento desde Veracruz'-Veracruz.
- 5) XHTS-FM-'Stereo Oro'-Veracruz.

-Organización Impulsora de Radio S.A. (OIR).

- 1) XEKG-'Radio Variedades'-Córdoba.
- 2) XEYV-'Radio Acción'-Huatusco.
- 3) XEGN-'Radio Triunfadora'-Piedras Negras.
- 4) XETP-'Radio Sensación'-Xalapa.

-Radio S.A.

- 1) XEID-'Radio Alamo'-Alamo.
- 2) XHPT-FM-'Fórmula Musical'-Córdoba.
- 3) XEGF-'Radio Fiesta'-Gutiérrez Zamora.
- 4) XEBD-'Canal 11'-Perote.

-Frecuencia Modulada Mexicana S.A.

- 1) XHPS-FM-'Globo Stereo'-Veracruz.
- 2) XHUE-FM-'Stereoey'-"

-Corporación Mexicana de Radiodifusión S.A. (CMR).

- 1) XEKM-'Radio Mina Onda 14-50'-Minatitlán.
- 2) XEMYV-'Radio Lobo'-Minatitlán,

--Eduardo Yniesta Publicidad.

- 1) XEQRV-Ciudad Cardel.

-XEMCA-Una estación 'perdida'.

-Centro de Promoción Social y Cultural, A.C. (CEPROSOC) (permisionario).

- 1) XEYT-'Radio Cultural'-Teocelo.

--Televisoras. En 1988 existían (y es seguro que existan todavía) 15 estaciones de televisión en Veracruz, 17/distribuidas en las siguientes corporaciones y municipios:

-Televisora Regional Veracruzana S.A.

- 1)Orizaba-XHAJ-C6.
- 2)Las Lajas-XHAJ-C5. (En esta localidad tenemos una duda, pues no sabemos si pertenece al municipio de Actopan o al de Las Vigas de Ramírez).

-Tele Lajas S.A.

- 3)Orizaba-XHAH-C8.
- 4)Las Lajas-XHAH-C7.
- 5)Las Lajas-XHAI-C9.

-Televisión de Veracruz.

- 6)Orizaba-XHAI-C10.
- 7)Veracruz-XHGV-C4.

-Televisión de Provincia.

- 8)San Andrés Tuxtla-XHATV-C2.
- 9)Cerro Azul-XHCRT-C10.

-Televisión del Golfo.

- 10)Veracruz-XHFM-C2.

-Televisora de Coatzacoalcos.

- 11)Coatzacoalcos-XHCV-C3.

-INEVISION.

- 12)Coatzacoalcos-XHCTZ-C7.
- 13)Cofre de Perote-C11.

-Teleradio Nacional.

- 14)Coatzacoalcos-XHBE-C11.
15)Cofre de Perote-XHIC-C13.

--Periódicos. Para 1991 la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, en su Agenda de comunicación social, tiene registrados un total de 21 periódicos 18/ distribuidos en los siguientes municipios del estado:

-Coatzacoalcos.

1)Diario del Istmo. Director, José Pablo Robles Martínez. Su dirección es Hidalgo #115, Coatzacoalcos, Ver. Tel. (921) 8-35-84 y 8-00-00. Fax. 8-35-14. Télex. 78891 RPAME.

-Córdoba.

2)El Mundo. Director, Horacio Aude Zebadua. Su dirección es Calle 43 s/n, Zona Industrial, Córdoba, Ver. Tel. (271) 2-87-77 y 2-87-67. Fax. 2-67-77. Télex. 156396 ESAME.

3)El Sol del Centro. Director gerente, Adolfo Antonio Rico González. Su dirección es Calle 9 #311, Córdoba, Ver. Tel. (271) 2-52-12 y 2-27-50. Fax. 2-03-89 y 4-03-77.

-Minatitlán.

4)La Opinión. Director, Hiram Rodríguez Jara. Su dirección es Hidalgo #94, Minatitlán, Ver. Tel. (922) 4-00-32. Fax. 4-84-32.

-Orizaba.

5)El Mundo. Directora, Auricela Castro García. Su dirección es Poniente 6 #126, Oribaba, Ver. Tel. (272) 5-14-45 y 5-38-97. Fax. 2-67-77.

-Poza Rica.

6)Diario El Norte. Director, Othón Arróniz Báez. Su dirección es Avenida 8 Norte s/n, Centro, Poza Rica, Ver. Tel (782) 3-77-51 y 2-91-90.

7)El Mundo de Poza Rica. Director gerente, Antonio Manzur Marón. Su dirección es Avenida 6, Norte 40, Poza Rica, Ver. Tel (782) 2-00-17. Télex. 14849.

-San Andrés Tuxtla.

8)Evipantla. Director general, Roberto Enrique Valencia. Su dirección

es Avenida Juárez #411, San Andrés Tuxtla, Ver. Tel (294) 2-13-99.
Fax. 2-08-77.

-Tuxpan.

9) Diario de Tuxpan. Director general, Othón Arróniz Báez. Su dirección es Juárez #5, 3^{er} piso, Tuxpan, Ver. Tel. (783) 4-40-01.

10) La Voz de la Huasteca. Director general, Calixto Almazán Ferrer. Su dirección es Garizurieta #25, Tuxpan, Ver. Tel. (783) 4-11-60. Fax. 4-64-38.

-Veracruz.

11) El Dictamen. Director general, Juan Malpica Mimendi. Su dirección es 16 de septiembre y Arista, Veracruz, Ver. Tel. (29) 31-17-43 y 31-18-70. Fax. 31-58-04. Télex. 151872.

12) La Nación. Director, Carlos Luis Erazo Perea. Su dirección es Víctimas del 25 de julio, Veracruz, Ver. Tel (29) 31-54-24 y 31-57-24. Fax. 31-56-24.

13) La Noticia. Director general, Apolonio Gambo González. Su dirección es Holtzunger #76, Veracruz, Ver. Tel (29) 34-43-98.

14) Notiver. Director, Alfonso Salces Fernández. Su dirección es Francisco Canal y Gómez Farfías, Veracruz, Ver. Tel (29) 36-06-49 y 36-07-93.

-Xalapa.

15) Diario de Xalapa. Director, Rubén Pabello Acosta. Su dirección es Avenida Avila Camacho #3, Xalapa, Ver. Tel (281) 7-21-29 y 8-30-00. Fax. 7-71-00. Télex. 15539 EPAJME.

16) El Gráfico de Xalapa. Director general, José Luis Poceros Domínguez. Su dirección es Ursulo Galván #31, Xalapa, Ver. Tel (281) 8-31-19 y 7-02-48. Fax. 9-12-81. Télex. 15550.

17) El Mundo de Xalapa. Director general, Ernesto Rizzo Murrieta. Su dirección es Doctor Lucio #22-1, Xalapa, Ver. Tel. (281) 7-56-63.

18) El Sol Veracruzano. Director general, Nicolás Rico Bañuelos. Su dirección es Avenida Las Américas #169, Xalapa, Ver. Tel. (281) 5-49-77 y 5-49-88. Fax. 5-49-57. Télex. 15550.

19) Política. Director general, Leodegario Gutiérrez. Su dirección es Avenida Revolución #11-202, Xalapa, Ver. Tel. (281) 8-91-91 y 8-93-91.

20) Punto y Aparte. Director, Froylán López Cancela. Su dirección es Juárez #79, Xalapa, Ver. Tel. (281) 7-03-87 y 782-28. Fax. 8-71-15.

21) Ya El Mundo Veracruzano. Director, Miguel Angel Cristiani G. Su dirección es Ignacio de la Llave #86, esquina Ruiz Cortines. Tel. (281) 7-53-05. Fax. 7-48-10.

Es muy importante señalar que de los periódicos antes mencionados El Mundo, de Córdoba, El Mundo, de Orizaba, Diario de Tuxpan, Ya El Mundo Veracruzano y Diario El Norte son editados por la Sociedad Editora Arróniz S.A., cuyo director general es Othón Arróniz Báez.

--Otras Instituciones.

1) El Gobierno del Estado de Veracruz-Llave, Xalapa, Ver.

2) Las diferentes instalaciones y oficinas de PEMEX que se localizan en los municipios de Pánuco, Tuxpan, Poza Rica, Coatzacoalcos, Minatitlán Cosoleacaque, etcétera, etc.

3) Las instalaciones de la Armada de México. Localizadas principalmente en el puerto de Veracruz.

4) La Heroica Escuela Naval Militar Antón Lizardo. Ubicada en el Puerto de Veracruz.

5) Los aeropuertos de Minatitlán, Poza Rica, Xalapa y Veracruz.

6) La nucleoelectrónica Laguna Verde.

APARATO CRITICO. CITAS TEXTUALES Y DE REFERENCIA.

- 1/INEGI. Síntesis geográfica, nomenclátor y anexo cartográfico del Estado de Veracruz. Pg. 3.
- 2/Leonardo Pasquel. Biografía integral de la Ciudad de Veracruz. 1519-1969. Págs. 136-137.
- 3/Secretaría de Gobernación-RTC. Cuaderno de Medios. "Relación de radiodifusoras del Estado de Veracruz". Pg. 193.
- 4/Leonardo Pasquel. Ob.Cit. Pg. 187.
- 5/Centro Estatal de Estudios Municipales. Los municipios de Veracruz. Datos tomados de diferentes páginas.
- 6/Ibidem,
- 7/INEGI. Ob.Cit. Págs. 9 y 10.
- 8/Ibidem. Pg. 20.
- 9/Ibidem. Pg. 33.
- 10/Ibidem. Pg. 33.
- 11/Ibidem. Pg. 33.
- 12/Ibidem. Pg. 37.
- 13/Centro Estatal de Estudios Municipales. Ob.Cit. Datos tomados de toda la investigación.
- 14/INEGI. Resultados preliminares XI Censo de Población y Vivienda 1990.
- 15/Secretaría de Gobernación-RTC. Cuaderno de Medios. "Relación de radiodifusoras del Estado de Veracruz". Págs. 193-206.
- 16/Antonio Oseguera Maldonado. El papel de los corresponsales del noticiero campesino, de Radio Cultural Campesina, de Teocelo, Veracruz. Pg. 78.
- 17/Secretaría de Gobernación-RTC. Ob.Cit. "Relación de televisoras del Estado de Veracruz".
- 18/Presidencia de la República. Agenda de comunicación social 1991. Págs. 207-212.

CAPITULO TERCERO

EL MEDIO

Los medios son configurados por la sociedad en su conjunto y quedan profundamente influidos por un proceso dialéctico de conflicto entre fuerzas, ideas y desarrollos rivales, tanto dentro del sistema de medios como entre éstos y las otras instituciones de la sociedad.

Malvin L. DeFleur y Sandra J. Ball-Rokeach.

I. La piraqua.

En el capítulo anterior hicimos referencia a la definición que sobre las agencias informativas propusimos páginas atrás: el *medio mediador* entre la producción de la noticia y los medios de comunicación colectiva principalmente, que por razones económicas no pueden tener correspondientes en todos los lugares donde se genera la información. En ese capítulo nuestra mirada tuvo como blanco los dos extremos de tal definición al proponer una red adecuada para recolectar y distribuir información en Veracruz; es decir, nuestro quehacer se centró en el perímetro geométrico y aritmético del ser de una agencia informativa.

Ahora toca ocuparnos no del contorno de la definición, sino del centro de la misma. Es necesario echar un vistazo al engranaje, a la piraqua que nos permita cruzar el río o al medio que sirva de soporte para recorrer efectivamente el ciclo de recolectar, procesar y distribuir la información en Veracruz, sólo que incorporando dos elementos nuevos, inherentes también a las agencias informativas, como son la rapidez y a grandes distancias.

Una necesidad de medios de comunicación rápidos y a grandes distan-

cias nada nueva, pues ésta se originó y aumentó en la medida en que las sociedades se hicieron más complejas, cuando los integrantes de un grupo humano ya no pudieron comunicarse de forma interpersonal, cuando el hombre fue incapaz de recorrer X número de kilómetros para resolver los problemas de información de un pueblo con otro y cuando los intereses comerciales, militares y gubernamentales de naciones e individuos fueron mayores. En suma, cuando los dos grandes inventos de la humanidad, el lenguaje oral y escrito, se vieron limitados en su difusión.

Esta lucha por vencer la distancia y el tiempo está ligada a la tricotomía hombre-trabajo-comunicación (necesidad-organización-satisfacción) perdida en las nieblas de la prehistoria, pues hasta los pueblos más primitivos intentaron salvar el escollo primero con tambores y humo, después con banderas y espejos, ¡qué sabemos nosotros!

Lo que sí es claro es que los medios de comunicación actuales, masivos o no, son el resultado de un prolongado proceso de evolución, de una búsqueda larga y continua donde se incluyen innovaciones tecnológicas, progresos científicos, nuevas formas económicas y sociales.

En el caso de las agencias informativas el intercambio comercial fue un factor decisivo para su aparición y desarrollo; no olvidemos que Ha vas, Wólf y Reuter inician sus servicios transmitiendo exclusivamente información financiera y mercantil, apoyados por los gobiernos y grupos de poder a quienes sirven. Pero eso no era suficiente, pues había que buscar conductos capaces de superar océanos y atravesar continentes; en un principio estos conductos fueron las palomas mensajeras, el correo, los comerciantes del mundo o los globos aerostáticos (1783), desplazados después por los inventos del telégrafo (1844), cable trasatlántico (1858), teléfono (1876) o la radiotelegrafía (1895) que les permiten dar un salto cualitativo al facilitar la transmisión de la información de un lugar lejano a otro, en una forma rápida y más barata.

En pocas palabras, nuestro interés es señalar que un medio se ve profundamente influido por las condiciones sociales donde aparece, además

de las innovaciones técnicas previas y posteriores a él (dispuestas en forma adecuada) y de acuerdo a los objetivos que persigue.

Por eso es importante aterrizar y ver cuáles serían los requerimientos técnicos para el funcionamiento de una agencia informativa en Veracruz. Un estado inmiscuido también en un contexto mucho más amplio como es México y éste a la vez en un tercer mundo.

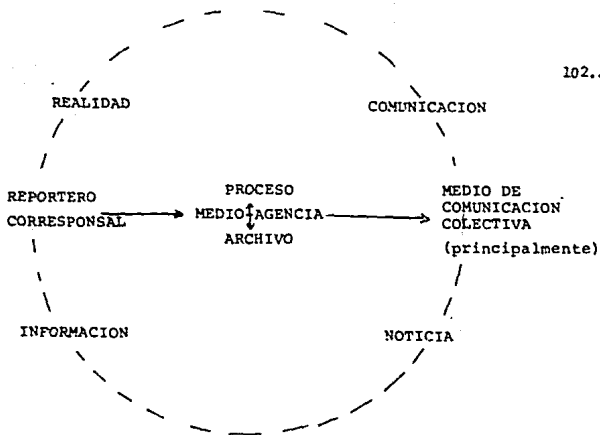
Esta cuestión técnica o de infraestructura--que es al fin y al cabo de lo que hablamos-- nos plantea un problema de fondo: o se escoge un equipo avanzado que no permita ser rebasado por los adelantos de la modernidad y sin riesgo de obsolescencia o se busca una solución adecuada a las necesidades reales, ya que se corre el riesgo de adquirir un equipo muy costoso e ineficiente en el corto plazo, implica la falta de personal capacitado para su manejo y una descapitalización fuerte, pues "El costo, para cualquier nación, de resolver el problema informativo por sí sola es muy alto y en muchos casos prohibitivo. La forma de resolverlo es la de aprovechar los recursos disponibles tanto como desarrollar nuevos sistemas para satisfacer las necesidades específicas individuales". 1/

Pasemos, pues, a proponer un MEDIO, una agencia informativa que funcione en una realidad concreta como es el estado de Veracruz. Aquí nos enfrentamos, sin duda, a un proceso lineal encaminado a la rápida y oportuna captura, procesamiento y transmisión de la información y/o noticia. Para salvar este *atolladero* debemos resolver tres preguntas fundamentales:

1) Una vez *capturada* la información y/o noticia por parte del reportero-corresponsal ¿cómo la va a transmitir a la agencia?

2) Cuando la información y/o noticia se encuentre ya en la agencia ¿cómo se va a procesar --redactar, corregir, revisar-- y almacenar?

3) ¿Cómo se mandará el servicio --las notas o documentos-- a los suscriptores?



1) De las tres preguntas anteriores quizá la más fácil de resolver es la primera. En este punto nos inclinamos por el uso del medio de comunicación de 'masas' más antiguo y más moderno de la humanidad: el teléfono.

Por teléfono es como nos van a mandar la información y/o noticia nuestros corresponsales distribuidos en los lugares propuestos en el capítulo anterior. A primera vista parece una cuestión elemental, pero no es así; la segunda razón por la cual escogimos estas ciudades y municipios, llamados por nosotros puntos neurálgicos y ciudades de segunda importancia (incluso las dos excepciones), es porque son los mejor comunicados --incluyase carreteras, telégrafo, correo, etc, etc-- de la entidad. A Veracruz no podemos aislarlo de su contexto, y en el estado como en todo el país hay municipios y ciudades donde existen los servicios de correo, telégrafo y teléfono, hay otros donde falta uno u otro y hay municipios muy grandes donde sólo la cabecera cuenta con telégrafo, por ejemplo. Nuestra intención al proponer aquellos lugares no se centró únicamente en ver donde se genera la información, sino también donde se facilita su transmisión.

Aunque es pertinente aclarar que si bien el teléfono facilita enormemente la transmisión del material informativo, también contiene el riesgo de la inexactitud y en muchos casos de la pérdida del texto al recibirse en la agencia (*), por los múltiples problemas técnicos inherentes a este medio.

2) Ahora le toca el turno a la segunda pregunta. Para resolver ésta es necesario formular otra análoga: ¿Para procesar y almacenar la información en una agencia informativa es más conveniente usar los métodos tradicionales de la redacción a máquina y los anaqueles repletos de carpetas, o el uso de la computadora donde se realizan esas funciones simultáneamente, en menor espacio y se facilita enormemente su posterior recuperación?

Por sentido común nos inclinamos de inmediato por la segunda opción, pero no sería ocioso exponer algunas observaciones ante tales disyuntivas.

Primeramente, no debemos dejar de lado el hecho de que nosotros NO proponemos una agencia con las características de las internacionales o transnacionales donde las modernas tecnologías son la punta de lanza, pero tampoco debemos olvidar que la fórmula del ser de una agencia informativa es 'Rapidez+Rapidez=a Eficacia'. Nosotros hablamos de un medio donde la información de actualidad, retrospectiva y selecta es indispensable y urgente para *alimentar* a los suscriptores.

En segundo lugar, si bien es cierto que en los países del tercer mundo los recursos son limitados para formar centros de documentación orientados a satisfacer las necesidades informativas locales, el de una agencia para Veracruz sería mucho más reducido, además de ir encaminado a la contextualización de la noticia, a la consulta oportuna de documentos y datos. Recordemos que esta agencia estatal quizá no limitaría su

 (*) Este llamado de atención se hace, pues ahora muchos corresponsales de las grandes agencias informativas utilizan computadoras portátiles --vía teléfono-- para transmitir directamente los textos periodísticos a la matriz del medio.

trabajo a la *causa* de la noticia, sino lo ampliaría a la información del mercado, al comentario, a la información dirigida al gobierno del estado, etcétera, etc.

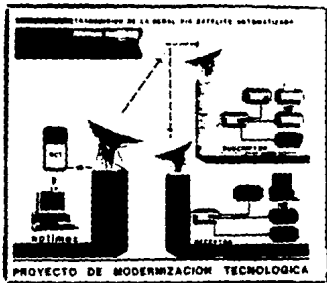
Finalmente, se interpondría el 'pero' de los costos del equipo, su instalación y la capacitación del personal para su manejo. Aunque en realidad ésta no sería una limitante, pues hemos dicho ya que nosotros no proponemos una agencia al estilo de las internacionales o transnacionales donde la infraestructura ocupe 15 pisos de un edificio, además de que la capacidad del material humano está garantizada por la gran cantidad de egresados de instituciones serías de nuestro país.

Definitivamente, en este punto nos quedamos con el uso de la computadora, pues es un dispositivo básico para el manejo, depósito y posterior recuperación de la información. El uso eficiente de tal información correspondera siempre a la efectividad de la agencia propuesta por nosotros.

3) Si la primer pregunta fue la más fácil de resolver, la tercera y última, por el contrario, es la más difícil, pues al plantearnos cómo mandar el servicio informativo a los suscriptores debemos de tomar en cuenta no sólo una infraestructura adecuada para la agencia informativa, sino también una al alcance del medio masivo u otra dependencia.

Pongamos un ejemplo: hagamos de cuenta que proponemos la transmisión del material informativo vía satélite, con la consabida posibilidad de la instantaneidad. Por un lado esta tecnología de punta nos brindaría la solución más adecuada para vencer la distancia y el tiempo, pero por el otro nos inmiscuiría en un problema muy fuerte de costos tanto para el medio como para el suscriptor. Del lado de la agencia informativa implicaría adquirir un equipo terreno para subir la señal al satélite, además de los gastos por el arrendamiento de las instalaciones y las condiciones de señal ante la Secretaría de Comunicaciones y Trans

portes (SCyT). Por parte del medio de comunicación colectiva u otra dependencia implicaría tener o adquirir el equipo adecuado para bajar la señal, y aquí está el meollo del conflicto; recordemos que hablamos de una realidad concreta como es el estado de Veracruz donde una gran cantidad de radiodifusoras, televisoras, periódicos y dependencias están ávidas de información, pero inmersas también en un contexto más amplio como es México donde son pocos los medios, agencias y organismos que pueden hacer uso hasta ahora de esta tecnología. Para irnos a los extremos basta observar como en la capital mexicana hay medios tan pobres y atrasados tecnológicamente(*), cuánto y más en la provincia y en especial en Veracruz donde sólo algunas televisoras y dos grupos radiofónicos (SOMER y ACIR) se ufanan de emplear este sistema.



Ante estas condiciones, para proporcionar un servicio informativo en Veracruz, debemos encontrar un soporte eficaz, de uso generalizado y al alcance tanto de la agencia informativa estatal como del posible

(*) Dos ejemplos muy ilustrativos de este problema son los periódicos de cobertura nacional El Día y El Nacional. Dos medios dependientes del gobierno mexicano (el segundo declarado abiertamente y el primero no, pero sí es así) donde basta darse una vuelta por sus instalaciones para ver la pobreza tecnológica con la que funcionan.

suscriptor: de nueva cuenta nos inclinamos por el medio 'masivo' más antiguo y más moderno de la humanidad: el teléfono. Sólo que ahora su uso no estará centrado en beneficio de los corresponsales y reporteros, sino en la utilización de las líneas telefónicas como conductoras de los impulsos eléctricos para transmitir información a distancia por medio de dos inventos importantes para el hombre y trascendentales para las agencias informativas: el Télex (1907) y el Fax (muy de moda en nuestros días).

Por télex es como se les va a transmitir el servicio informativo a los medios de comunicación colectiva y por fax a las otras instituciones. Pero es necesario ir por partes y ver por qué.

Comencemos por el Teleprinter Exchange o télex. Un aparato que funciona a través del principio básico de una máquina teleimpresora similar a la de escribir. Donde al oprimir una tecla se activa un impulso eléctrico que echa a andar un motor dentro del puesto de transmisión, así como el arranque del receptor del teleimpresor; al recibir el teleimpresor el impulso, interpreta su significado según el código de una cinta perforada e imprime inmediatamente después el signo correspondiente en un papel puesto en una bobina. El siguiente impulso puede transmitirse inmediatamente después o con una pausa de espacio o renglón y a una velocidad que varía, según la marca, de 50, 74 y 100 palabras por minuto. En el puesto de transmisión para enlazarse con el abonado que se desee, basta mover un disco dactilar (similar al del teléfono) u oprimir varias teclas con el número del abonado. En este punto es importante mencionar que el télex no tiene vías propias de transmisión (pues entonces su servicio saldría caro) sino que se vale de aquéllas previamente establecidas como son las del telégrafo, teléfono, vía microondas o vía satélite.

En el caso de una agencia informativa para Veracruz --hemos dicho ya-- escogeremos el télex vía línea telefónica para proporcionar su servicio informativo; ésto por tres razones fundamentales: primera, porque aun-

que el sistema telefónico no tiene la instantaneidad del satélite si es un medio confiable y rápido de acuerdo a las exigencias de una agencia de noticias; segunda, porque en los municipios donde se encontrarían los principales clientes de tal agencia (véase MAPA DE POSIBLES SUSCRIPTORES) las redes de líneas telefónicas si llegan a estos puntos; y tercera, porque el aparato télex, además de ser un instrumento utilizado comúnmente por periódicos, televisoras y radiodifusoras del estado, no representaría un costo muy alto ni para la agencia ni para los suscriptores y conlleva ventajas de operación para ambos.

Sin embargo, al proponer una red télex para una agencia informativa en Veracruz, se debe tener presente que no se recurrirá a la Red de Télex Público del Estado, pues la agencia deberá de contar con su Central propia, con líneas privadas, ya que se transmitirá exclusivamente a clientes conocidos y en un horario determinado y, a veces, exhaustivo. Ante esta situación al adquirirse una central de teleimpresores se deberá tomar en cuenta el número de abonados a conectar (siempre con la previsión de un posible aumento), la intensidad y calidad del tráfico (número y duración de las comunicaciones para planear el costo del servicio) y las dimensiones de la sala para la disposición de la Central.

Llegados a este punto aún queda una ccsa por esclarecer: ¿por qué proponer el télex para transmitir la información a los medios de comunicación colectiva? La razón principal es porque el télex funciona a través del principio básico 'Punto-Multipunto', es decir, por medio de una central una sola persona puede transmitir los despachos informativos a varios abonados en forma simultánea.

Por parte de los suscriptores las ventajas son tres: primera, no se necesita un personal para recibir la señal, pues el teleimpresor funciona automáticamente; segunda, representa la posibilidad no sólo de recibir información sino también de poderse comunicar con la central para pedir un servicio en particular; y tercera, porque "La fuerza pa-

ra los procesos mecánicos que se desarrollan en el aparato teleimpresor al emitir, recibir e imprimir los signos, es suministrado por el motor eléctrico incorporado al aparato. Este motor se alimenta de la red pública, siendo aplicables todas las tensiones de voltajes normales; en el puesto del teleimpresor no se necesita una fuente de energía, ya que la corriente para la transmisión y la recepción de los signos, se suministra por medio de la Central Télex..." 2/

Otro instrumento muy útil para proporcionar los despachos informativos de una agencia de noticias en Veracruz sería el Fax. En términos llanos el funcionamiento de este aparato, de gran popularidad hoy en día, consiste en enviar la copia de documentos, gráficas, planos, textos, etcétera. etc, de un lugar a otro vía telefónica.

Pero al hablar del fax para el funcionamiento de una agencia informativa, no hacemos referencia a una tecnología idónea para transmitir la información periodística, la noticia, pues tiene las desventajas de operar a través del principio básico 'Punto a Punto' y por vía pública. Esto es, al tratar de enviar los despachos a los suscriptores se tendría que enlazar a uno por uno y en muchos casos correr el riesgo de que la línea del fax esté ocupada. Por esta razón no proponemos el fax para servir a los medios de comunicación colectiva.

Sin embargo, a cambio de estas desventajas nos ofrece otras posibilidades de las cuales se puede sacar provecho. Primeramente debemos hacer hincapié en que una agencia informativa en Veracruz quizá no limite su quehacer a la caza de la noticia, sino lo ampliaría a la información del mercado, al comentario, al análisis, etcétera, etc. Un Trabajo orientado a aquellos organismos o empresas llamadas por nosotros otras instituciones y a las cuales no les interesaría recibir información cada minuto, pero sí aquella selecta, con gráficas, datos, cifras y sin errores.

Ante tal perspectiva el fax se convierte en un instrumento de suma

importancia para la agencia. Expliquémonos: por una parte le ahorraría el invertir en contratar líneas privadas para proporcionar un servicio télex que no sería aprovechado al máximo, y por el otro lado, al transmitir una copia por teléfono y reproducir los documentos tal cual se nulificarían las posibilidades de error. En otras palabras, el fax no es para el *frances* de la noticia, pero tampoco implica teclear como en el télex donde se pueden cometer errores.

II. La maquinaria olvidada.

Si la infraestructura adecuada es de suma importancia para una agencia informativa en Veracruz, la ORGANIZACION de culaquier institución periodística es de relevancia capital para llevar a cabo una correcta coordinación del engranaje humano de la misma y así realizar sus funciones o propósitos de la mejor manera posible.

La organización representa disponer de los elementos de una empresa de tal manera que garantice alcanzar un fin propuesto, pues sistematiza el trabajo y jerarquiza las responsabilidades de todo el personal. En una empresa periodística "Para asegurar su juiciosa coordinación es indispensable una organización apropiada donde se delimiten las diversas atribuciones, se especifiquen las responsabilidades y se regule el orden de las operaciones". 3/, desde el director del medio, hasta el aprendiz de la redacción.

Es importante dejar bien claro que no existe un patrón único o una regla específica para organizar una empresa periodística cualquiera, ya que de acuerdo a sus características propias (pues éstas determinan las funciones de las personas entre sí, de los distintos departamentos y si la empresa es grande o pequeña) funcionará de tal o cual manera. Estas características a tomar en cuenta se resumen en el o los objetivo(s) que se persigue(n), las funciones o actividades a realizar para

conseguir esos fines, los recursos humanos disponibles para cumplir esa labor satisfactoriamente y los recursos materiales con los que se va a trabajar.

En nuestro caso, el de una agencia informativa para el estado de Veracruz, el objetivo no es otro más que recolectar, procesar y distribuir la información y/o noticia lo más rápido posible y de la mejor forma en una realidad concreta(*). Las funciones a realizar y el personal para llevar a cabo este objetivo son los siguientes: necesitamos un co-responsal o más(**) en los lugares ya determinados para capturar la información; en la agencia se requerirá de un personal cuyas funciones serían la de determinar qué información recoger, la de redactar, archivar esa materia prima y mandar los despachos informativos a los suscriptores; para mandar el servicio a los abonados se debe contar con una infraestructura que antes que nada alguien debe instalar y después darle mantenimiento; finalmente es necesario tener un personal dedicado a la búsqueda de contratos, al pago de la nómina de todos los trabajadores de la agencia, a los gastos del mantenimiento y demás requerimientos de financiamiento y manutención.

Todas estas funciones deben de tener como principio básico la normatividad y no el azar ni el caos, por eso proponemos el siguiente organigrama para una agencia informativa en Veracruz, a sabiendas de que quizá éste es el punto más débil del proyecto, pues todavía no contamos con el número exacto de elementos que conformarían a la agencia y a cada departamento, pero advirtiendo también que nuestro propósito no es presentar una agencia con un ejército por personal y un organigrama que de tan complejo se vuelva burocrático.

 (*) Nuestra agencia no tendría el propósito, por ejemplo, de vender publicidad, establecer asesorías técnicas o diseños de revistas.

(**) La ubicación de la agencia modificaría un tanto esta idea, pues en ese lugar se necesitarían tal vez varios reporteros con fuentes asignadas para realizar su trabajo.

ticias...de la ciudad y sus alrededores. Le corresponde preparar la hoja diaria de órdenes, en las que se asigna a cada reportero la fuente que deberá cubrir".4/ También selecciona las notas, junto con el director, que se van a transmitir a los suscriptores.

b) y c) Obviamente, los reporteros y corresponsales tendrán a su cargo la tarea de recolectar la información y/o noticia. Con la diferencia de que mientras el reportero recibe órdenes de trabajo y en muchos casos tiene fuentes asignadas, el corresponsal --además de checar sus fuentes cotidianas y estar atento a un trabajo específico que le encarga el jefe de información-- tendrá como tarea extra el detectar los puntos donde él crea se va a generar la información.

d) Los redactores no sólo se ocupan de recibir las notas por teléfono, sino también de pulirlas y en muchos casos de corroborar y corregir datos, nombres, fechas, etcétera.

e) Si bien es cierto que en un proceso computarizado --como el propuesto por nosotros-- la recepción y archivo de la información se realizan simultáneamente, también es indispensable contar con una persona con cierto grado de especialización para ordenar esa material, ya sea por nombres, fechas o claves.

C) DEPARTAMENTO TECNICO.

Se ocupa de la instalación y mantenimiento de la infraestructura de la agencia; desde como se recibe, procesa, almacena y distribuye el servicio informativo técnicamente. Siempre está al cuidado de un ingeniero y sus ayudantes.

D) DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO.

Es el que más se asemeja a la división de cualquier empresa industrial. Conlleva la responsabilidad de las ventas del servicio de la agencia, los cobros por el servicio, la compra de materiales, el pago de salarios, el pago de inmobiliario y por gastos de servicios, el registro de operaciones y transacciones, etcétera. Lo ideal es que esté a cargo de un profesional en su ramo.

III. Ubicación y requerimientos legales para el funcionamiento del medio.

Al hablar de una posible sede para un MEDIO en Veracruz, debemos referirnos a un punto que si bien no implica demasiados dolores de cabeza, tampoco es conveniente separarlo de los parámetros utilizados por cualquier agencia informativa para determinar el lugar de ubicación de su matriz, oficina o corresponsalía.

Estos parámetros no son más que dos:

Primero, la agencia debe estar ubicada en el lugar mejor comunicado --incluyase carreteras, vías férreas, aeropuerto, teléfono, telégrafo, correo, instalaciones de la SCyT-- de la zona o región a cubrir, pues en caso de un siniestro en la entidad o un acontecimiento de mucha importancia, se puede trasladar por mayor número de medios a los reporteros-corresponsales y se pueden tener más opciones para recibir y transmitir la información.

Segunda (insoluble de la anterior), la sede del medio se encontrará en la ciudad y/o municipio con mayor importancia económica, política y social, porque en ese lugar se encontrará el mayor número de sus clientes y tendrá más sitios o fuentes por cubrir; es decir, por un lado facilitará enormemente el trabajo técnico de la transmisión del material informativo a los suscriptores, y, por el otro, no gastará tanto en corresponsales(*) y podrá coordinar mejor a sus reporteros para la tarea de obtención de la información y/o noticia.

Ahora sólo queda definir el lugar: la Ciudad de Veracruz o la capital del estado, Xalapa de Enríquez, pues aunque Veracruz cuenta con ciudades y municipios muy importantes como Córdoba, Orizaba, Tuxpan, Minatitlán, Coatzacoalcos, etcétera, es indudable que las dos primeras sobresalen.

 (*)Recuérdese que un corresponsal gana más que un reportero.

Si determinar la posible ubicación de una agencia informativa para el estado de Veracruz no implicó demasiados problemas, los requerimientos legales para su puesta en marcha o funcionamiento son prácticamente nulos.

Antes de diciembre de 1989 para poder operar una agencia informativa en México, únicamente era necesario cubrir tres requisitos:

1) Reconocimiento oficial de la Secretaría de Gobernación...

2) Inscripción como causantes de impuestos ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

3) Registro ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes de su equipo técnico". 5/

En este último punto se tenía que llenar una solicitud, ante la Dirección General de Normatividad y Control de Comunicaciones, de la SCyT, donde se especificaran datos como el nombre y dirección de la persona, moral o física, que hiciera uso del equipo; la marca y modelo del mismo; se tenía que especificar las características de tal equipo para comprobar si estaban homologados ante la Secretaría o si se trataba de alguno comprado en el extranjero .6/ Todos estos requerimientos tenían el objeto de verificar que no se dañaran las instalaciones de telecomunicaciones del gobierno mexicano y el equipo de terceros.

Sin embargo, con la simplificación administrativa, el 21 de diciembre de 1989, en el Diario Oficial de la Federación, aparece un "Acuerdo sobre la instalación y operación de los equipos terminales de telecomunicaciones, así como disposiciones para los prestadores de servicios...7/ Donde se establece que "Los...equipos terminales de comunicaciones propiedad de los usuarios que se conecten a las redes o sistemas de telecomunicaciones autorizados por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, no requerirán de permiso para su instalación y/o operación... (entre éstos están) Los equipos facsímil y de telefotografía, terminales telex y teleimpresores, modems y terminales y equipo de cómputo... (Aho-

ra) Los equipos terminales de telecomunicaciones mencionados, que se conecten o utilicen una vía general de comunicación, deberán estar previamente homologados ante la Secretaría de Comunicaciones Y Transportes por los fabricantes o proveedores...8/

Así, eliminado el requerimiento más tardado por cumplir, los requisitos para operar un MEDIO se reducen a un permiso ante la Secretaría de Gobernación y dar de alta a la agencia como cualquier negocio ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Además de que en México no existe una Ley, como la de radio y televisión, que regule el funcionamiento de las agencias informativas nacionales y extranjeras.

IV. Los costos y el financiamiento.

En este trabajo de tesis la planeación de los costos para el funcionamiento de una agencia informativa en Veracruz, definitivamente nos rebasó por razones de tiempo y dinero que veremos páginas adelante. Pero la situación no debe tomarse a la ligera porque implica visualizar los gastos por la instalación del equipo técnico (la Central Télex, el Fax, el sistema computarizado, las líneas de teléfono), el pago de impuestos, los materiales de trabajo, el inmobiliario, el pago de salarios (de redactores, corresponsales, reporteros, ingenieros y demás personal) y la renta del local donde se ubique el medio.

Para muestra basta ver un botón: los corresponsales, reporteros y redactores de la agencia más grande de México, NOTIMEX, ganan (1990) un millón y medio, 800 y 500 mil pesos respectivamente; el costo promedio de un fax fluctúa entre los 1000 y 2000 dólares; y el precio de una computadora personal con todos sus aditamentos va de cinco a seis millones de pesos, cuánto y más un sistema más complejo.

Ante esta situación nosotros proponemos el financiamiento del medio a través del Gobierno del Estado de Veracruz. Esto se hace no porque no existan grupos o individuos capaces de invertir en una agencia in-

formativa (los hay y de sobra), sino porque el Gobierno Federal y los Gobiernos de los Estados siempre han mostrado una preocupación y un interés por crear redes adecuadas para recolectar y distribuir la información en su(s) territorio(s), además de que implicaría tener otras ventajas como las siguientes: tal vez el Gobierno del Estado nos podría prestar o proporcionar los servicios de los ingenieros que trabajan para él y así planear técnicamente la red télex y el sistema computarizado de la agencia; también se facilitaría más el adquirir las líneas telefónicas y el permiso para su funcionamiento; nos podría destinar un local de su propiedad y de esa manera reducir o eliminar definitivamente el costo de la renta. En fin, con el financiamiento del Gobierno del Estado entonces sí se propondría una agencia alternativa para Vera cruz.

APARATO CRITICO. CITAS TEXTUALES Y DE REFERENCIA.

- 1/Federación Internacional de Documentación. IV Congreso regional de documentación. Pg. 171.
- 2/Miguel Sergio Navarrete Rebolledo. Proyecto de un sistema télex para servicio interno de Petróleos Mexicanos. Págs. 19 y 20.
- 3/Ana María Peppino Barale. Organización de Periódicos. Pg. 4.
- 4/Ibidem. Pg. 51.
- 5/José Antonio Barragán Venzor. Agencias informativas. Pg. 262.
- 6/Fernando García González. Decisión bit. Pg. 34.
- 7/Diario Oficial de la Federación. 21 de diciembre de 1989. Pg 4.
- 8/Ibidem. Pg. 5.

CAPITULO CUARTO

UNA AGENCIA INFORMATIVA LOCAL

pensar es unir, pero también separar (analizar): pues ahí donde no existe una pluralidad, esto es, la posibilidad de un análisis, no puede darse la posibilidad de una síntesis. Pero esto no debe ser entendido como si el pensamiento llegara a la unidad partiendo de una diversidad de antemano dada, si no más bien como un acto de la determinación en la que X (la materia del conocimiento) se determina como uno, a la vez que como múltiple: unidad de la pluralidad, pluralidad de la unidad.

P. Natorp.

Julio Torri, en su libro De Fusilamientos, nos dice que "EL EPIGRAFE se refiere pocas veces de manera clara y directa al texto que exorna; se justifica, pues, por la necesidad de expresar relaciones sutiles de las cosas". Sin embargo, el presentado por nosotros arriba es una de esas raras excepciones y señala puntualmente el camino a recorrer en el presente capítulo. Aquí debemos pasar a la unidad de la pluralidad, pero siempre pensando en la pluralidad de la unidad. Es necesario entretejer aquellos elementos que nos lleven a hacer una propuesta concreta de una agencia informativa para Veracruz.

Partamos del eterno juego modelador hombre-trabajo-comunicación practicado desde los inicios de la humanidad y, seguramente, hasta el fin de la misma. Al enunciar esta primer idea desechamos de inmediato la remota posibilidad de siquiera imaginar la utopía de un Robinson Crusoe en nuestro planeta, pues el hombre desde siempre ha necesitado de ese proceso de intercambio de mensajes e inquietudes con el fin de organizarse para trabajar, transmitir conocimientos, darse formas de gobierno, darse vida: desde siempre ha necesitado de la comunicación.

Una comunicación que en este mundo moderno del siglo XX no se lleva a cabo tal cual por las características muy particulares de cada comunidad, lo complejo de sus organizaciones sociales y normas de convivencia, las grandes distancias y la ambición de dominio de naciones e individuos.

Hoy en día, para hombres y países resulta insuficiente establecer ese proceso de intercambio únicamente con sus semejantes más cercanos o inmediatos. Ahora se necesita conocer noticias e informaciones de todos los *desvanes* del globo terráqueo no sólo para enterarse con curiosidad de lo que acontece hasta en el último escondrijo de la casa, sino para conocerse a sí mismos y saber cómo los (nos) afectan.

Hoy en día, también, esos dos agentes conformadores de la comunicación, la información y la noticia, son instrumentos de invaluable importancia para las naciones hegemónicas; en tanto ahora es casi irreal un dominio económico y político de los países desarrollados sobre los pobres, si este dominio no va acompañado de acciones encaminadas al control y manipuleo de la comunicación.

En el umbral del siglo XXI la moneda gira en el aire. De repente vemos en el anverso la imperiosa necesidad de la comunicación, la información y la noticia por parte de toda la humanidad para su progreso, y de repente en el reverso aparece el control de esos elementos por unos cuantos países e individuos. De repente desaparece el fantasma del Robinson Crusoe y también se presenta la posibilidad de que pueda materializarse.

De este contexto de incertidumbre y necesidad, de control y liberación, de extrañamiento y reconocimiento, nuestro país no se puede desligar. México, al igual que muchas otras naciones del mundo, se somete y lucha. Se somete por un grillete del que pende una larga cadena de acontecimientos como una deuda externa gigantesca o una crisis económica que día con día nos ahoga más al vivir al lado de la potencia númer-

ro uno (?) del planeta.

Lucha alzando la voz en todos los organismos y foros donde se le permite, y participando en el Pool de Agencias de los Países No Alineados (PAPNA), en Acción de Sistemas Informativos Nacionales (ASIN) o en la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (ALASEI). Acciones encaminadas, desde luego, a contrarrestar esa brutal dependencia informativa del exterior. Resulta inconcebible que del 100 por ciento de las noticias que llegan a México del exterior, el 70% provengan de las agencias AP, UPI, AFP y EFE; el 10% de otras fuentes estadounidenses y de Europa Occidental no comprendidas dentro de las agencias de noticias; el 6% de fuentes socialistas (?) y del tercer mundo; y sólo el 5% restante de corresponsales mexicanos. Un dramático dominio que no se reduce a la cantidad de informaciones y/o noticias, sino que se amplía al perímetro de la cualidad o calidad de las mismas.

Esta lucha por salvar el escollo de la falta de comunicación, información y noticia ha sido una preocupación constante del gobierno y sociedad de México. Sin embargo, no sería tan aventurado afirmar que estos esfuerzos casi siempre han estado enfocados a contrarrestar tal si tuación hacia el exterior de nuestra nación y pocas veces se echa un vistazo al interior de la misma donde o se reproducen los esquemas internacionales de dominio y uso exclusivo de esa información y noticia(*), o simple y sencillamente no se tiene la capacidad para crear redes adecuadas para su recolección y distribución (un ejemplo concreto de esta última situación es que los habitantes del Distrito Federal no nos enteramos de lo que sucede en los demás estados de la República si no se trata de cuestiones relacionadas con el narcotráfico y catástrofes naturales como inundaciones o incendios).

Ante estas necesidades locales de comunicación el gobierno mexicano

(*)Para muestra basta ver la lista de los grupos que controlan el cuadrante radiofónico y el dominio casi total de la televisión mexicana por parte de TELEvisa.

--entiéndase el federal y los estatales-- impulsa la creación de canales de televisión con cobertura nacional y regional (*), además de contar con uno que otro periódico y algunas radiodifusoras. La sociedad civil ante este control y manipulación de la información y la noticia, y a través de sus instituciones e individuos (fuera de los grandes grupos de poder), crea un periódico por aquí, una revista por allá y una estación radiofónica por aquí y por acullá: medios que en la mayoría de los casos funcionan de una forma raquítica por la falta de recursos económicos.

¡Ah! pero es necesario tener cuidado al pisar los terrenos de las ideas vertidas en los dos párrafos precedentes. Al hablar de un control y manipulación de la comunicación, de la incapacidad para crear redes adecuadas para recolectar y distribuir la información y la noticia, del fomento exclusivo de medios masivos y de la falta de recursos para impulsar canales alternativos, no pretendemos lanzar juicios a priori y sin elementos para su análisis. Nuestra intención aquí es resaltar el hecho de que comúnmente no se le suele dar la relevancia debida a un medio, no masivo, de suma importancia para la comunicación en nuestro tiempo: las agencias informativas.

Un *medio madiador* que, si bien no es la panacea ante la subinformación y pseudoinformación que prevalece en nuestro país, desde nuestro punto de vista sí es el conducto idóneo para establecer un puente efectivo para recolectar y distribuir la noticia y la información en una región determinada, en tanto no tiene que distraer sus recursos en la producción de programas, el pago de locutores o la impresión del papel, por ejemplo.

Hablamos, también, de medios en ocasiones tan poderosos, como las

(*) Hoy en día, estas cadenas de televisión presentan grandes dificultades económicas al grado de que parece inminente la venta del canal 7, llevándose en su cauce al canal 8 de Monterrey y el 2 de Chihuahua. El canal 22 --que cubría sólo el área metropolitana-- ha sido destinado a los intelectuales mexicanos.

agencias internacionales o transnacionales, que nos informan de lo acontecido en todo el planeta, en el tercer mundo, en América Latina y para colmo en nuestra propia realidad. Claro, desde su muy particular ángulo de visión.

Llegados a este punto podríamos decir que hemos cubierto el problema *obvio* de nuestro trabajo de tesis: la necesidad y la falta de comunicación (noticia e información) en México. Ahora resta ver en qué consiste el problema no tan *obvio* de este proyecto de una agencia informativa para el estado de Veracruz.

Y hablamos de un problema no tan obvio pues si bien hemos dicho ya que en México no se le ha dado la importancia debida a las agencias informativas, también es cierto que en nuestro país existen, y han existido, una diversidad de *medios mediadores* que no han podido organizar esa red idónea para recolectar y distribuir la información y la noticia a nivel nacional; tenemos así: ANTA, INFORMEX, NOTIMEX, AMI, CISA, SIEMEX, LEMUS, CIMEX, SPE, IL, CO, EXCELSIOR, EL UNIVERSAL, OEM, AMPE, ANI, SUN, INFOSEL, GRAPH PRENSA, UNAMEX...

Como puede verse, nos referimos al trabajo de por lo menos 20 agencias que en mayor o menor grado y hablando en forma genérica se encuentran inmersas y enfrentan los problemas de: 1)El centralismo, 2)La concepción de la agencia, 3)El tipo de trabajo que realizan, 4)El medio, y 5)La cuestión del financiamiento.

1)El centralismo. Es importante hacer notar que salvo el caso de Servicios Periodísticos Especializados (SPE), la única agencia regional de México ya desaparecida, las demás tienen o tuvieron su centro de operaciones en el Distrito Federal. Pero no sólo eso, sino que también a excepción de la Agencia Mexicana de Noticias (NOTIMEX), las otras agencias existentes ahora limitan su trabajo a *cubrir* la capital mexicana; es decir, ninguna tiene corresponsales en el interior del país y mucho menos en el exterior. Esta situación se produce en una realidad mexicana-

na que comprende casi dos millones de kilómetros cuadrados, con aproximadamente 85 millones de habitantes y donde en 31 estados de la República se desarrollan actividades a la vez diferentes y complementarias como son la política, la economía, el deporte, el arte, etcétera, etc. Hablamos de un mosaico de culturas que coexisten y conviven entre sí, donde se genera un mestizaje no sólo de tipo racial, sino de lo urbano con lo rural.

En este punto podríamos aventurarnos a suponer, sólo eso, que el surgimiento de la mayoría de las agencias informativas nacionales, ha sido propiciado más por la posible rentabilidad representada por el medio y no por las necesidades de comunicación generadas en el interior de nuestro país.

De ahí, nuestra primera proposición: una agencia informativa local, para Veracruz. En este proyecto pretendemos fragmentar la realidad nacional no para contribuir a la subinformación de la sociedad mexicana, sino para conocer mejor una parte de ella.

Debemos confesar que el primer impulso para escoger Veracruz tuvo origen meramente en el azar, alimentado después por la enorme importancia del estado para la federación. Una relevancia que se manifiesta en el desarrollo de ciudades y municipios como Xalapa, Boca del Río, Veracruz, Córdoba, Orizaba, Minatitlán, Coatzacoalcos, Tuxpan, Poza Rica, Martínez de la Torre, Cosamaloapan, etcétera, etc. Lugares y regiones donde la actividad económica abarca la extracción del petróleo, la ganadería, la pesca, la agricultura, la explotación forestal y la exportación e importación de productos vitales para el consumo nacional e internacional. Sitios que se convierten en escenarios de encuentros mundiales y locales de diversa índole; donde se discuten temas políticos y económicos tan importantes como la puesta en funcionamiento o no de la nucleoelectrícula Laguna Verde; donde existe una extrema pobreza o donde las catástrofes naturales dejan una huella imborrable, año con año, como las últimas inundaciones. En otras palabras, hablamos de una realidad generadora de comunicación, información y noticia.

2) La concepción de la agencia. Este es un problema nodal de las agencias informativas mexicanas. Desde un principio es necesario saber qué tipo de medio se quiere: ¿Nacional? ¿Regional? ¿Especializado? ¿Local? La cuestión aquí no sólo es ponerle un nombre y apellido a la agencia, sino delimitar su radio de acción y conocer a sus posibles suscriptores.

Para ilustrar mejor este punto tomemos el caso de la Agencia Mexicana de Noticias (NOTIMEX), la agencia gubernamental, la más grande e importante de México. Una agencia NACIONAL que no puede serlo únicamente porque entre sus objetivos y/o propósitos esté el ser vocero del Estado Mexicano y lo sea sólo del gobierno; porque pretenda cubrir las necesidades informativas de la población y abarque tal realidad nacional con 26 reporteros en el Distrito Federal y con 62 corresponsales 'distribuidos' en los 31 estados de la República; y porque quiera establecer un vínculo con los medios de comunicación impresos y electrónicos del país, si en México son cientos y tan sólo en Veracruz en 1987 servía a 17 de los 109 existentes en el estado: si nos vamos a los extremos podríamos citar los casos de Aguascalientes, Campeche, Oaxaca, Yucatán y Zacatecas, donde la agencia proporcionaba material informativo, en ese 1987, a un solo periódico de cada entidad.

De ahí, nuestra segunda proposición: una agencia informativa en la cual se aproveche la división político-estatal de nuestro país para regular el perímetro de acción del *medio mediador*.

Una agencia local que eche mano también de la división municipal para localizar los principales centros productores de la materia prima con que trabaja tal medio (la información y la noticia) y pueda establecer criterios más adecuados para distribuir geográficamente a los corresponsales...

(Aquí debemos abrir un paréntesis para señalar que nuestro proyecto de agencia no pretende contemplar un *ejército* de corresponsales y reporte

ros en los lugares señalados en el MAPA DE COBERTURA INFORMATIVA, sino designar por lo menos un periodista en cada sitio --claro, en la sede de la agencia se necesitarían más-- aún a sabiendas de la imposibilidad para abarcar toda la región.

Como una alternativa ante esta situación podríamos considerar en nuestro equipo de trabajo la experiencia informativa y narrativa de la gente del campo; es decir, aprovechar la participación libre y voluntaria de las personas que quisieran colaborar. Aquí nos referimos esencialmente al trabajo del corresponsal campesino que se encargaría de informarnos sobre temas tan diferentes que acontecen en su comunidad como son las inundaciones, despojos de tierras, elecciones, problemas de límites municipales, bloqueos de carreteras, epidemias, créditos bancarios, visitas oficiales, campañas y partidos políticos o abusos de autoridad.

Sin embargo, esta idea puede resultar de inmediato muy aventurada por dos razones: primera, ¿cómo ese ignomante corresponsal campesino va a saber el tipo de información que interesa a la agencia?; esto es ¿cómo distinguiría si una información es importante o no? Segunda, ¿de qué forma va a transmitir su material a la agencia?; aquí no hacemos referencia a la cuestión técnica, sino a la estructura o redacción del material periodístico. Ante tales disyuntivas podríamos echar mano de tres estrategias: primera, utilizar el filtro del medio; no olvidemos que en cualquier institución periodística, en nuestro caso una agencia informativa, toda la información pasa primero por las manos de los redactores y después es valorada por el jefe de redacción y/o por el director del medio. Segunda, elegir a aquellos voluntarios que sean estudiantes, informadores o líderes de su comunidad. Y tercera, encauzar esa participación a través de un adiestramiento y capacitación.

Tal vez, aún con tales consideraciones, la idea del trabajo de los corresponsales campesinos pueda parecer al lector un tanto o un mucho utópica, pero en el municipio de Teocelo, Veracruz, existe una experiencia que ha dado buenos resultados: para mayor información ver la tesis

de Antonio Oseguera Maldonado citada en la bibliografía del segundo capítulo).

...Otra ventaja de esta delimitación consistiría en conocer mejor a los posibles suscriptores del medio: en un estado como Veracruz donde un periódico llega a ciertos municipios y a otros no, donde una estación radiofónica o televisiva abarca cierta región y otra no: la ventaja consistiría en saber con certeza quiénes son, cuántos son y en dónde se ubican los principales suscriptores de la agencia, además de localizar con mayor precisión aquellas otras instituciones con necesidades de información.

En este punto no descartamos la idea de que nuestro *medio mediador* pueda establecer convenios con medios masivos fuera del estado y, por qué no, con otras agencias nacionales y extranjeras. De esta manera, pensamos, entonces sí se podría ir formando una red adecuada a nivel nacional y tener una posición sólida desde dentro para contrarrestar el dominio internacional.

3) El tipo de trabajo que realizan. Este tópico según sea el color del cristal con que se mire puede ser tomado como un problema o no de las agencias informativas mexicanas. Para nosotros sí lo es en tanto teóricamente sabemos que el deber ser de toda agencia es recolectar y distribuir la información y la noticia en una determinada región del mundo, y nuestros *medios mediadores* distraen este quehacer al dedicarse a otras actividades complementarias como la venta de publicidad, el diseño de otros medios o a las asesorías técnicas, con el propósito de hacerse llegar recursos extras ante la crisis económica por la que atraviesa nuestro país.

Ejemplos concretos de tal situación lo encontramos en las siguientes agencias:

En la LEMUS que nace como un medio dedicado a la venta de publicidad para los periódicos y después amplía sus servicios al ámbito informati-

vo. En nuestra visita a la agencia nos pudimos percatar de que este medio enfoca más su trabajo a la venta de publicidad que a la recolección y distribución de la noticia.

Existe el caso de NOTIMEX, una agencia que prefiere desaparecer los servicios de "Fotografía", el de "Editorial Sindicado" y los de "Producción de Radio" y "Noticias para Televisión" (audio y video), pero no el diseño de revistas o la venta de publicidad vía sus reporteros.

En esta situación se encuentra también la Agencia Mexicana de Información (AMI). Un medio que establece asesorías técnicas, periodísticas y administrativas, pero no enfoca su trabajo a recolectar y distribuir la información y la noticia en *bruto* o *pura*, sino que transmite únicamente aquella *materia prima elaborada* como son las columnas y cartones de periodistas que laboran fuera de la agencia.

A estos ejemplos podríamos aunar el hecho de que salvo el caso de NOTIMEX, las otras agencias existentes ahora limitan mucho su trabajo al destinarlo sólo a periódicos y se olvidan de que también existen la radio, la televisión y otras instituciones con necesidades de información y noticia.

De ahí, nuestra tercera proposición: un proyecto de agencia que tenga como propósito exclusivo el recolectar y distribuir la información y la noticia, dos agentes conformadores de la comunicación, en Veracruz.

Una agencia donde a partir de las necesidades de los clientes conocidos, los medios masivos y otras instituciones, se les brinde un servicio de notas informativas, reportajes, entrevistas, crónicas, análisis y comentarios. Un trabajo hecho exclusivamente por los trabajadores del medio y donde no se busque multiplicar los servicios que hagan aumentar el personal, los gastos y actividades a desarrollar en la agencia.

Concretamente proponemos una agencia de INFORMACION, pues si bien es cierto que a lo largo de este trabajo de tesis utilizamos los términos

información y/o noticia de manera indiscriminada, también lo hacemos con plena conciencia de que son conceptos donde no hay una frontera de marcada pero donde el primero es el género y el segundo la especie. En este proyecto limitamos el trabajo, sí, pero para realizarlo mejor y cumplir con el ser de las agencias informativas.

4) El medio. Si bien este punto no podríamos catalogarlo estrictamente como un problema de las agencias informativas mexicanas, sí se encuentra vinculado a la concepción de las mismas. Esto es, al tratar de echar andar un *medio mediador* nuestro pensamiento nos remite de inmediato a costos (infraestructura, personal, ubicación) sin detenernos a reflexionar un poco sobre las condiciones donde aparecerá tal agencia. Condiciones que van desde cómo va a transmitir el reportero-corresponsal su trabajo a la agencia, cómo se va a procesar y almacenar la información y cómo se transmitirá el servicio a los suscriptores.

Hablamos de una cuestión que pudiera parecer elemental en la capital mexicana donde se tienen todas las facilidades técnicas de transmisión y recepción de la información, pero que en el interior del país, específicamente en Veracruz, se complica más por las distancias y el nivel de desarrollo de cada municipio, ciudad o región.

De ahí, nuestra cuarta proposición: el proyecto de una agencia informativa que contemple el problema de los costos que implicaría el funcionamiento del medio, pero donde se piense también en aquellos elementos adecuados para conformarlo. Una agencia que tenga medidos los riesgos y alcances para cumplir el ciclo periodista-agencia-suscriptor desde el punto de vista técnico o de infraestructura.

5) La cuestión del financiamiento. Cuando hablamos de las agencias informativas mexicanas, hacemos referencia a un medio donde no se han hecho presentes las inversiones de los grandes capitales nacionales y donde de la crisis económica por la que atraviesa nuestro país ha propinado severos golpes. En mayor o menor grado, pero hablando en forma genérica

ca tales situaciones se manifiestan en la raquítica cobertura informativa de esos *medios mediadores*, en lo pobre de sus servicios, en los escasos recursos técnicos con que cuentan, en lo mal pagado de sus empleados y hasta en la presentación de sus oficinas o redacciones.

Para ilustrar esta situación basta hacer un rapidísimo recorrido por algunas de las agencias informativas investigadas por nosotros:

La Agencia Noticiosa Telegráfica Americana (ANTA) era una agencia privada que recibía ayuda o subsidio del gobierno mexicano. Su trabajo se limitaba sólo a la transmisión de los despachos informativos que a la vez le proporcionaban las agencias Havas y Reuter; es decir, no tenía corresponsales ni en el interior ni en el exterior de nuestro país: no contaba con un servicio de información propio.

INFORMEX. Si bien esta agencia comienza en las manos de Emilio Azcárraga Vidaurreta, cambia de dueño más de una vez y desaparece por los múltiples problemas económicos que la agobian.

La agencia más grande e importante de México, NOTIMEX, a pesar de ser financiada por el gobierno de nuestro país, a través de su existencia ha tenido serios problemas económicos; para muestra basta ver ese 1977. Problemas provocados tal vez por la burocracia que existe en la agencia, por lo ambicioso de su proyecto o quizá por malos manejos del dinero (ésta última suposición no podríamos comprobarla).

La agencia Servicios Informativos Especiales Mexicanos (SIEMEX), creada por una "serie de forajidos de la Universidad", únicamente presta sus servicios a unos cuantos periódicos chicos de la provincia porque su trabajo se limita a cubrir el Distrito Federal. En la agencia laboran diez personas y no tiene corresponsales en el interior de la República.

De la Central Informativa Mexicana (CIMEX) basta darse una vuelta por sus instalaciones para ver realmente los problemas económicos que la agobian. Su trabajo ahora se limita a transmitir cuatro columnas de periodistas de la capital. Un medio, a nuestro juicio, condenado a desa-

parecer.

En Imagenlatina (IL) una sola persona es el dueño, director, personal, 'toda' la agencia.

Finalmente, la Única agencia regional que ha existido en México, Ser vicios Periodísticos Especializados (SPE), dejó de funcionar exclusivamente por problemas económicos.

De ahí, nuestra quinta proposición: un proyecto de agencia informati va destinado al Gobierno del Estado de Veracruz-Llave. Esto por las si guientes razones.

Primera. Porque creemos que el Gobierno Mexicano --en este caso el de Veracruz-- es tan buen financiador como cualquier grupo privado; siempre y cuando se le presente una idea viable y establezca un mecanismo de vigilancia efectivo para su buen funcionamiento. Hablamos de un proyecto en el que se señalen el o los objetivo(s) que se persigue(n) en el medio, las funciones o actividades a realizar para conseguir esos fines y los recursos humanos y materiales disponibles para cumplir esa labor satisfactoriamente.

Segunda. Porque respondería a su(s) preocupación(es) e interés(es) de resolver el problema de la falta de comunicación (información y noticia) en el territorio nacional. Funcionaría con un objetivo o propósito semejante al que dio origen a los proyectos de las televisoras regionales y locales: tener un instrumento cultural que impulsara el desarrollo de la sociedad.

Tercera. Porque creemos que con la intervención del Gobierno del Estado se podría presentar una alternativa en cuanto a los gastos y trámites que tuvieran que realizarse para echar a andar la agencia informativa. Por un lado, se reducirían los costos si el gobierno nos propo cionara un local e inmobiliario para la agencia; además de que se podrían utilizar los servicios de los ingenieros que laboran para él y así planear la red télex y el sistem computarizado del medio. Por el otro lado, se simplificarían las gestiones para obtener el permiso de

funcionamiento o para adquirir líneas telefónicas.

En otras palabras, nosotros proponemos:

Una agencia informativa...

(Un Medio Mediador, no un medio masivo).

local,...

(Para Veracruz. Financiado por el Gobierno del Estado).

que si bien no se plantee una ambición geográfica tan grande,...

(72 410.05 kilómetros cuadrados).

una infraestructura impresionante...

(Sólo aquella adecuada para cumplir el ciclo corresponsal-medio-suscriptor).

y un personal numeroso,...

(Únicamente el indispensable para cumplir adecuadamente todas las funciones de la agencia).

si venga a solucionar los problemas de recolección...

(Corresponsales distribuidos geográficamente y en los puntos neurálgicos de la entidad).

y distribución...

(Suscriptores conocidos: quiénes son, cuántos son y en dónde se ubican).

de la información,...

(Un trabajo no sólo dedicado a la captura de la noticia, sino al comentario o al análisis).

aunque sea en un ámbito menor al mosaico de culturas que es nuestro país.

(Una realidad solamente, donde, cabe decir, coexisten y conviven otros minirrealidades).

UNA AGENCIA INFORMATIVA LOCAL, ALTERNATIVA PARA RECOLECTAR Y DISTRIBUIR INFORMACION EN EL TERRITORIO NACIONAL: PROYECTO PARA EL ESTADO DE VERACRUZ.

CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo de tesis, desde la concepción del tema, la realización del proyecto y el contenido del mismo, una preocupación constante fue el establecer la propuesta de una agencia informativa que no pudiera parecer irreal o utópica. Así, uno de nuestros objetivos consistió en señalar la importancia, los alcances y los riesgos que implicaría la puesta en marcha de este medio de comunicación en nuestro país y particularmente en Veracruz.

Por esta razón, quisiéramos dividir este espacio en dos partes: para emitir, en la primera, las conclusiones de todo el trabajo, y señalar después, a manera de comentarios finales del proyecto de agencia, cuáles fueron las limitaciones de este ejercicio de investigación.

Una vez hecha esta advertencia, podemos decir que el tópico de las agencias informativas mexicanas se encuentra inmerso en un panorama nada transparente. Al hablar de tales agencias, hacemos referencia a un tema descuidado en el terreno académico, en el gubernamental y en el social.

En el ámbito académico poca atención se le ha puesto a un medio de suma importancia para la comunicación en una sociedad. A través de nues

tra investigación no encontramos un solo trabajo que se refiriera al origen, funcionamiento o estructura de esa diversidad de agencias informativas de nuestra nación (quizá haya uno que otro sobre NOTIMEX). Una situación grave si tomamos en cuenta que cuando en México estudiamos el amplio campo de las Ciencias de la Comunicación, le damos una importancia muy grande a los medios, sí, pero a los masivos y nos olvidamos de uno mediador como las agencias informativas.

A nivel gubernamental no existe una legislación que regule el funcionamiento de las agencias informativas. Aquí no hablamos de la remota posibilidad de establecer un estatuto que sirva de dique contra el tipo de información que introducen y extraen las agencias transnacionales en y de nuestra realidad, sino de siquiera hacer una formulación teórica donde se señale el deber ser, el tipo de funciones o las dependencias competentes en cuanto a las agencias nacionales se refiere.

Además, la agencia gubernamental a pesar de ser la más grande e importante de México no muestra una clara superioridad sobre las otras agencias existentes. NOTIMEX al igual que los otros *medios mediadores* de nuestro país enfrenta los problemas del centralismo, la concepción de la agencia, el tipo de trabajo que realiza y la cuestión del financiamiento. Dificultades de fondo agravadas por el tamaño de la agencia, lo complejo de su organización y la multiplicidad de sus funciones.

En el terreno de la sociedad hablamos de un medio subdesarrollado en toda la extensión de la palabra. Nos referimos a una diversidad de agencias informativas fundadas por individuos o pequeños grupos de personas que no han pensado (salvo en un caso) en poner una agencia fuera del Distrito Federal, que han limitado su trabajo a cubrir rápidamente la capital mexicana, que distraen sus labores con la venta de publicidad, las asesorías técnicas o el diseño de otros medios y que no tienen apoyos financieros importantes. Estas situaciones hacen que este medio idóneo para recolectar y distribuir la información y la noticia, se vea aventajado por otros medios como la radio, la televisión y la prensa

sa que en teoría no es su objetivo único y no pueden destinar todos sus recursos a esa tarea: medios masivos con mejores redes de cobertura informativa y que, para colmo, funcionan como agencias de noticias; tal es el caso de la OEM, EXCELSIOR o EL UNIVERSAL.

Este descuido en el estudio, análisis, apoyo y práctica de las agencias informativas mexicanas, nos hace tener una posición endeble desde el interior de nuestro país para luchar contra ese manipuleo y control de la comunicación (noticia e información) a nivel internacional.

No es posible que cuando hagamos una propuesta para entablar una lucha en el exterior, hablemos sólo de establecer una red de corresponsales fuera de México e impulsar la venta de periódicos y las transmisiones de radio y televisión en el extranjero, sin detenernos a pensar un poco en un medio mediador que históricamente ha mostrado su efectividad en cuanto a la recolección y distribución de la noticia y la información.

Es inconcebible, también, establecer una batalla concreta en el terreno internacional a través de agencias informativas (PAPNA, ASIN o ALA-SEI) y con un medio mediador como NOTIMEX que presenta graves problemas de fondo. Primero debemos contrarrestar el centralismo y la desinformación que impera en México y que en gran medida es producto del actuar de las agencias nacionales.

Finalmente, no podemos exigir que los medios de comunicación mundiales --agencias, periódicos, televisoras, radiodifusoras-- emitan 'otro' tipo de informaciones acerca de nuestra realidad, si nosotros somos incapaces de crear esos puentes efectivos que nos permitan recolectar y distribuir esa información 'diferente' en nuestro país.

Este intento de lucha internacional, consistente en promover redes para recolectar y distribuir la noticia, contrarrestar el centralismo del flujo comunicativo y exigir que se difundan informaciones diferentes acerca de nuestra realidad, debemos trasladarlo al terreno nacional.

Sin embargo, este cambio de polos debe hacerse con ciertas precauciones. Es necesario tener plena consciencia de que México es una pequeña parte del mundo, pero poseedor a la vez de un extenso territorio donde existen y coexisten una diversidad de minirrealidades, con millones de personas a bordo y cientos o miles de empresas, instituciones y medios masivos *dividos* de comunicación, información y noticia: debemos tener presente que cubrir de un tiempo este amplio espectro nacional sería una misión prácticamente imposible.

Nuestra batalla interior debe consistir en desarrollar redes regionales o locales para recolectar y distribuir la información y la noticia, que como una tela de araña se vayan entrelazando y extendiendo como un abanico para formar poco a poco una malla nacional.

Para formar un pequeño cuadro de esta malla nacional nosotros proponemos el uso de una agencia informativa que, si bien no es una panacea ni el único medio existente del que se puede echar mano, sí representa una alternativa en tanto su objetivo y sus recursos deben estar destinados a formar puentes efectivos para recolectar y distribuir la información y la noticia, dos agentes conformadores de la comunicación.

Por todas las consideraciones antes expuestas, creemos viable nuestro proyecto de una agencia informativa local, que si bien no plantee una ambición geográfica tan grande, una infraestructura impresionante y un personal numeroso, si venga a solucionar los problemas de recolección y distribución de la información, aunque sea en un ámbito menor al mosaico de culturas que es nuestro país.

Un proyecto de agencia, sin embargo, que desde nuestro punto de vista presenta tres lados débiles: primero, no haber ofrecido el servicio del medio; segundo, no presentar los costos reales que implicaría su financiamiento; y tercero, no establecer el número de personas que laborarían en la agencia.

En primer lugar, desde un principio nuestra intención fue ofrecer el servicio de una agencia informativa hipotética en Veracruz a los medios masivos de comunicación de la entidad. Con el objetivo de saber el número aproximado de clientes que tendría este medio en caso de echarse a andar y cuáles serían los requerimientos de información de esos suscriptores para así determinar el trabajo a desarrollar en la agencia. Este propósito se vino abajo por razones de tiempo y dinero, pues implicaba o implica visitar los 12 grupos radiofónicos, las ocho corporaciones de televisión y los 21 periódicos de la entidad, distribuidos en más o menos 28 ciudades y municipios.

En segundo término, cuando nos planteamos el problema de los costos nos dimos cuenta que la cuestión no sólo consistía en saber el precio de un escritorio, de una silla o de una máquina de escribir, sino conocer también el de una central télex, el de las líneas telefónicas o el de un sistema computarizado. Esta tarea, como puede verse, no implicaba solamente un trabajo de nuestra parte, sino el de otras personas y compañías que no estaban dispuestas a ofrecer sus servicios si la petición no se encontraba respaldada por una empresa o institución. Además, también, existían las limitantes técnicas: por ejemplo, para saber el precio de una terminal télex, primero teníamos que conocer el número aproximado de suscriptores del medio para determinar la capacidad del aparato.

Finalmente, no pudimos establecer el número de personas que laborarían en la agencia pues desde un principio uno de nuestros propósitos consistió en ofrecer el proyecto al Gobierno del Estado de Veracruz, con la intención de que él nos proporcionara personal a su servicio (ingenieros, intendentes, mensajeros, administrativos, etcétera) y así reducir los costos que implicaría el funcionamiento del medio. Esto es, no estábamos en condiciones de saber exactamente el personal que tenía que contratar la agencia y el que nos podría proporcionar el gobierno del estado.

Estas tres limitantes, tiempo, dinero y apoyo, nos impiden entregar un proyecto de agencia más acabado, pero quisiéramos señalar, por último, que si buscaremos el apoyo del Gobierno del Estado de Veracruz-Llave, para subsanar estos obstáculos y tal vez en un futuro cercano poner a funcionar el medio.

FUENTES DE INVESTIGACION. CAPITULO PRIMERO.Bibliografía.

- Argumedo, Alcira. Los laberintos de la crisis. América Latina: poder transnacional y comunicaciones. Buenos Aires, Argentina, Ed. Folios-ILET, 1985. 292 págs.
- Buendía, Manuel. "Comunicación, seguridad y democracia". Ejercicio periodístico. México, Ed. Océano-Fundación Manuel Buendía, 1985. P.169-1981.
- DeFleur, Melvin L. y Ball-Rokeach, Sandra. "Los medios y la sociedad" y "La sociedad y la prensa de masas". Teorías de la comunicación de masas. México, Ed. Paidós, 1982. P.17-71.
- Defoe, Daniel. Robinson Crusoe. Navarra, España, Salvat Editores (biblioteca básica Salvat). 226 págs.
- Durand Flores, Mercedes. Las manos y los siglos. México, Ed. Finisterre, 1970.
- Apuntes da la materia Agencias Informativas.
- Guitérrez Vega, Hugo. "La información". Información y sociedad. México, Ed. F.C.E. (archivo del fondo), 1974. P. 43-73.
- MacBride, Sean, et.al. Un solo mundo, voces múltiples: comunicación e información en nuestro tiempo. México, Ed. F.C.E., 1980. 508 págs.
- Scherer García, Julio. Los presidentes. México, Ed. Grijalbo, 1986. 259 págs. Nota: de este texto únicamente se usó una sola página, sin embargo se incluye en la bibliografía debido a que se hace una cita de él.
- Selser, Gregorio y Roncagliolo, Rafael. Trampas de la información y neocolonialismo. México, ILET, 1979, 211 págs.
- UNESCO. Les Agences Télégraphiques D'Information. París, 1953. De este libro se utilizaron únicamente las páginas 18-20 y 154-155.
- Valle López, Diana Y Zamorano Silva, Osvaldo. Periodismo libre en patrias libres. Praga, FELAP, 1985. 105 págs.

-Weill, Georges. "Los comienzos del periódico". El periódico. Orígenes y evolución de la prensa periódica. México, Ed. UTEHA, 1962, P.4-17.

Hemerografía.

Folletos:

-El derecho a la información. Integración noticiosa de México. La objetividad periodística. La Agencia Noticiosa Servicios Periodísticos Especializados en su primer aniversario. 3 de abril de 1979.

-Notimex abre nuevas rutas a la comunicación en México. Producción comercial: filmación, video tape y fotografía. Agencia Mexicana de Noticias. S/F.

-Notimex a través del satélite Morelos. Agencia Mexicana de Noticias. 1986.

-Tecnología para la información: proyecto Infonews-Notimex. Oficina intergubernamental para la informática (IBI/Italia)-Agencia Mexicana de Noticias. 1986.

Periódicos:

-Riva Palacio, Raymundo. "Agencias: la más moderna de las guerras". Excélsior. Continuación de la 2ª parte, sección A. P.1 y 2. Martes 11 de abril de 1989.

-Granados Chapa, Miguel Angel. "Plaza Pública". La Jornada. 7 y 29 de noviembre de 1989.

Ponencia:

-Pérez Díaz, Alfredo. "Responsabilidad en el manejo de la información". Ponencia del director de la Agencia Mexicana de Información (AMI) en la Universidad del Valle de México. 4 de octubre de 1989.

Revista:

-Proceso #1. Noviembre 6 de 1976.

Entrevistas.

- Alfredo Pérez Díaz. Director de la Agencia Mexicana de Información (AMI). Octubre de 1989. Con grabadora.
- Haydée Torres. Oficina de difusión especial de la Agencia Mexicana de Noticias (NOTIMEX). Octubre de 1989. S/G.
- Ignacio Esteisen. Director de la agencia Central Informativa Mexicana (CIMEX). Octubre de 1989. S/G.
- Ileana Alamilla. Directora de la agencia de noticias Centro Exterior de Reportes Informativos sobre Guatemala (CERIGUA), 1987. C/G.
- José Antonio Ramírez. Subjefe de redacción de la agencia informativa LEMUS. Noviembre de 1989. S/G.
- Marco Antonio Cruz. El es "toda" la agencia Imagenlatina (IL). Noviembre de 1989. S/G.
- Rosario Garibay. Directora de la agencia Servicios Informativos Especiales de México (SIEMEX). Octubre de 1989. C/G.

Documental.

- Relación de suscriptores de los servicios informativos de NOTIMEX. Agencia Mexicana de Noticias, 1987.
- Relación de corresponsales en el extranjero de NOTIMEX. Agencia Mexicana de Noticias, 1989.
- Relación de suscriptores de la agencia informativa LEMUS. Lemus Representaciones Periodísticas, 1989.

FUENTES DE INVESTIGACION. CAPITULO SEGUNDO.Bibliografía.

- Centro Estatal de Estudios Municipales. Los municipios de Veracruz. México, Secretaría de Gobernación y Gobierno del Estado de Veracruz-Llave, 1988. 535 págs.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. Síntesis geográfica, nomenclátor y anexo cartográfico del estado de Veracruz. México, INEGI, 1988. 69 págs. más mapas.
- INEGI. Resultados preliminares XI Censo General de Población y Vivienda 1990. México, INEGI, marzo de 1991.
- Oseguera Maldonado, Antonio. El papel de los corresponsales del noticiario campesino, de Radio Cultural Campesina, de Teocelo, Veracruz. México, Tesis FCPyS (Ciencias de la Comunicación) UNAM, 1986. 425 págs. Nota: de este texto únicamente se usó una sola página para este capítulo, sin embargo se incluye en la bibliografía porque se cita, además de que en un capítulo posterior se tomarán de él algunas ideas generales.
- Pasquel, Leonardo. Biografía integral de la Ciudad de Veracruz 1519-1969. México, Ed. Citlaltépetl, 1969. 370 págs.

Hemerografía.

Ejemplares de los periódicos:

- Diario del Istmo, de Coatzacoalcos, Ver.
- Diario de Tuxpan, de Tuxpan, Ver.
- Diario de Xalapa, de Xalapa, Ver.
- El Dictamen, de Veracruz, Ver.
- El Mundo, de Córdoba, Ver.
- La Nación, de Veracruz, Ver.
- La Opinión, de Poza Rica, Ver.
- Notiver, de Veracruz Ver.

Documental.

-Presidencia de la República. Dirección General de Comunicación Social. Agenda de comunicación social 1991. "Medios de Provincia-Veracruz". Págs. 207-212.

-Secretaría de Gobernación-Radio, Televisión y Cinematografía. Cuaderno de Medios. "Relación de radiodifusoras del estado de Veracruz". 1988 Págs. 193-206.

"Relación de televisoras del estado de Veracruz". 1988. S/P.

FUENTES DE INVESTIGACION. CAPITULO TERCERO.

Bibliografía.

- Barragán Venzor, José Antonio (compilador). "La actuación de las agencias AP y UPI en México". Agencias informativas. (Antología, Volumen I). México, ENEP Aragón-UNAM, 1985. Págs. 257-273. (Tomado de Torres Cruz, José Alfredo. Organización y funcionamiento de las agencias Associated Press y United Press International. Tesis Profesional, Periodismo y Comunicación Colectiva. Páginas seleccionadas 100 a 127).
- DeFleur, Melvin L. y Ball-Rokeach, Sandra J. "El contexto social de los medios de comunicación a distancia". Teorías de la comunicación de masas. México, Ed. Paidós, 1982. Págs. 101-140.
- Federación Internacional de Documentación. "Planificación y desarrollo de un sistema nacional de información. Selección de servicios entre las fuentes disponibles, según las necesidades del usuario". IV Congreso regional de documentación. La tecnología en los servicios de información y documentación (Bogotá, Colombia, 15-19 de octubre de 1973). Ponencia de Richard M. Harris. México, Editado por FID-Comisión Latinoamericana, 1974. Págs. 159-172.
- Navarrete Rebolledo, Miguel Sergio. Proyecto de un sistema télex para servicio interno de Petróleos Mexicanos. México, Tesis Profesional IPN-Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (Ingeniero en Comunicaciones y Electrónica), 1968. 121 págs.
- Peppino Barale, Ana María Elizabeth. Organización de Periódicos. México, Tesis Profesional FCPYS-UNAM (Periodismo y Comunicación Colectiva) 1972. 124 págs.

Hemerografía.

- Diario Oficial de la Federación. 21 de diciembre de 1989.
- González García, Fernando. "Fax-iones en pugna". Decisión bit. México, 23 de agosto de 1989. Págs. 32-35.