

287  
2º



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO

FACULTAD DE DERECHO

SEMINARIO DE TEORIA GENERAL DEL ESTADO

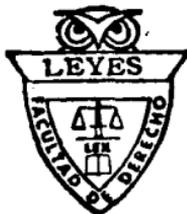
"LA TOMA DE DECISIONES POLITICAS Y EL  
PROCESO INFORMATIVO"

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN DERECHO

P R E S E N T A :

OSCAR E. C. GAMEZ PLASCENCIA



CD. UNIVERSITARIA, D. F.

1992

FALLA DE ORIGEN



## **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.

LA TOMA DE DECISIONES POLITICAS  
Y EL PROCESO INFORMATIVO

INDICE

INTRODUCCION

CAPITULO I

---

1.1	Concepto de información.....	1
1.2	Necesidad social de la información.....	11
1.3	Antecedentes históricos.....	18
1.4	Diferencia entre información y propaganda.....	27

CAPITULO II

---

2.1	La actitud informativa.....	40
2.2	Opinión pública e información.....	47
2.3	Tipología de la información.....	51
2.4	Técnicas contemporáneas de la información.....	59

### CAPITULO III

---

3.1 El factor psicológico en la información.....	68
3.2 Influencia de la información sobre el receptor individual.....	72
3.3 Influencia de la información sobre las masas.....	76
3.4 Influencia sobre la toma de decisiones políticas.....	80
3.5 El derecho a la información.....	90
CONCLUSIONES.....	103
BIBLIOGRAFIA.....	106

## INTRODUCCION

En las sociedades primitivas, el intercambio de información era personal, directo e inmediato; un individuo (emisor) entraba en contacto con otro (receptor) a través del lenguaje etc. Una de las principales limitaciones de la comunicación-- directa es la escasa posibilidad de difusión de información-- en forma simultánea a grupos numerosos, en virtud de que la-- comunicación está subordinada al contacto físico entre los -- interlocutores, además de la limitación espacial aludida exig te también una limitación temporal, pues no es posible garantizar la continuidad y la fidelidad de los mensajes en el -- tiempo, ya que son transmitidos por vía oral, lo que imposibi lita el registro y la retransmisión fiel de las ideas, de los conocimientos y de la información en general.

La escritura permitió registrar y transmitir información en el tiempo y en el espacio, independientemente de los individuos que la generaran. La imprenta permitió al hombre multi plicar las posibilidades de información dentro de una socie-- dad determinada y de hacer trascender a otras sociedades di-- cha información, lo que hizo posible difundir las ideas a un-

número casi ilimitado de destinatarios, al mismo tiempo permitió que un mayor número de personas pudieran expresar y difundir sus ideas.

Los nuevos descubrimientos y los avances tecnológicos en los medios de comunicación, traen consigo la difusión masiva de información. La impresión mecánica y el copiado a gran velocidad permiten el tiraje de cientos, de miles de ejemplares en muy poco tiempo; el teléfono, el cine, la radio, la televisión y los satélites, permiten la transmisión casi instantánea de acontecimientos a grandes distancias. Estos medios han convertido al hombre del siglo XX en un individuo informado y en cierta forma universal.

Por otra parte, la información cumple un papel político muy importante, pues se encarga de difundir hechos políticos y económicos trascendentes, programas de gobierno, de los partidos políticos o de sus candidatos, los proyectos de ley, -- los debates parlamentarios, la opinión de personalidades autorizadas, etc. La difusión de estas cuestiones tiene enorme interés para los ciudadanos ya que a partir de esta información pueden normar sus opiniones y en cierta forma su acción ciu--

dadana. Además de cumplir funciones políticas, los medios de información se han convertido en importantes instrumentos de fomento del desarrollo económico y social, a través de la difusión masiva de conocimientos, de campañas de salubridad, - de técnicas de producción. Asimismo una de las necesidades-- sociales más importantes es la relativa a la prestación de-- servicios educativos y culturales, pues bien, estos medios-- se utilizan cada vez más como importantes instrumentos edu-- cativos de jóvenes y adultos, y en algunos países son parte-- integral de los sistemas educativos. Por otra parte, no hay-- que olvidar que los multicitados medios también satisfacen-- necesidades de entretenimiento y diversión.

Lo antes mencionado, nos permite apreciar cómo la infor-- mación cumple con una serie de funciones de carácter concre-- to que satisfacen, de manera indiscutible, necesidades muy-- importantes dentro de la sociedad contemporánea.

## **CAPITULO I**

---

**1.1 Concepto de información**

**1.2 Necesidad social de la información**

**1.3 Antecedentes históricos**

**1.4 Diferencia entre información y propaganda**

## **1.1 Concepto de Información**

Para Weiner la información es el contenido de lo que es objeto de intercambio con el mundo externo mientras nos ajustamos a él y hacemos que se acomode a nosotros. (1)

Singh considera que la información, es la medida de nuestra libertad de elección, al escoger un mensaje del conjunto de mensajes disponibles, aunque muchos de ellos carezcan de significado.

Rivadeneira dice que consiguientemente, la información nos lleva a presenciar el fenómeno del flujo informativo, es decir, el amplio repertorio de mensajes de que disponemos y del cual elegimos el o los mensajes que nos interesan. (2)

Se entiende por información la medida de la incertidumbre, cada vez que percibo elementos nuevos, que incrementan mi bagaje de conocimientos y me permiten establecer nuevas relaciones entre dichos elementos y los almacenados en la experiencia, estoy recibiendo información.

1.-Rivadeneira Prada Raúl. Periodismo, La Teoría General de los Sistemas y la Ciencia de la Comunicación Ed. Trillas, - México, 1977, pág. 49.

2.-Rivadeneira op. cit. págs. 55 y 89.

La información consiste en un proceso de transmisión de un mensaje desde una fuente hasta un destino, a través de un canal. Y, habitualmente, la transmisión de un hecho concreto y hasta anecdótico. (3)

Aunque algunas veces se ha venido confundiendo información y noticia o bien, comunicación, información y noticia, por lo que es necesario señalar que la comunicación puede definirse como "El proceso por medio del cual un individuo el comunicador transmite un estímulo (generalmente símbolos verbales) para modificar la conducta de otros individuos -- los recipientes de la comunicación".

La comunicación es usada por Warren Weaver como una -- expresión que incluye "todos los procedimientos por medio de los cuales, una mente puede afectar a otra".

Noel Gist dice "Cuando la interacción social entraña la transmisión de significados por medio del uso de símbolos se le conoce, como comunicación. Y define la "Interacción social" como "Las influencias recíprocas que los seres humanos ejercen uno sobre otro a través del estímulo y la --

3.-Hivadensira. op. cit. pág.291.

reacción mutuos".

Hay cuatro factores que entraña toda comunicación que son comunes a todas estas definiciones: 1) El comunicador, - persona que inicia el proceso; 2) El comunicante, o sea, el recipiente de la comunicación; 3) El contenido de la comunicación, que también podría llamarse el comunicado; y 4) El efecto logrado por la comunicación. (4)

En la comunicación se efectúa una inversión constante de papeles. En una conversación se convierte el comunicante en comunicador y éste último, a su vez, en comunicante.

Al mismo tiempo que los papeles de éstos dos se intercambian, cada uno toma las funciones del otro. El comunicador cuyo papel inicial es enviar el mensaje, se convierte en la persona que recibe el mensaje. El comunicante, que ha recibido el mensaje, con frecuencia inicia, con su propia reacción, un mensaje subsecuente. De esta manera, invierte sus papeles; tanto el comunicador como el comunicante contribuyen al proceso de comunicación y ambos son igualmente

4.-Paredo, Roberto. Introducción al Estudio de la Comunicación, Teoría de la Comunicación I. Ed. Ediciones de Comunicación, S.A. de C.V. México, 1986 pág. 31 y 32.

importantes haciendo que la comunicación sea recíproca.

Un aspecto importante de la comunicación, es el efecto de la comunicación que podemos llamar la reacción de respuesta, la comunicación es un proceso de interacción, es generalmente un proceso de ida y vuelta que estimula una reacción - y que es tanto recíproco como alternado.

Generalmente se considera que el vehículo por medio del cual se logra, con mayor frecuencia la comunicación, es el lenguaje, pero es necesario prestar atención a toda la gama de símbolos que pueden ser usados por el hombre.

"La comunicación implica la transmisión de información mediante señales. La forma mejor conocida de la comunicación humana es el habla, que pone en juego los tipos mejor conocidos de señales humanas, esto es los sonidos que forman las palabras". (5)

Sin embargo, dichos sonidos transportan sólo una pequeña parte de la información que la gente se transmite en la -

---

5.-Smith, Alfred. Comunicación y Cultura. Ed. Nueva Visión, - Buenos Aires Argentina, 1977 pág. 11.

interacción cotidiana.

El habla no sólo transmite información mediante lo que decimos, sino también por la manera en que lo decimos.

"La Kinésica se refiere a la forma en que las personas se comunican mediante movimientos y gestos corporales, tales como la elevación de las cejas, su fruncimiento o un cambio de postura". (6) En tanto que las señales fonéticas del habla son sonidos que oímos, las señales kinésicas son movimientos que vemos y recibimos.

El análisis de este proceso revela la complejidad de la comunicación, pues exige que el comunicador sea también comunicante y el comunicante comunicador.

"La información, más modestamente, es la materia prima que se mueve en este proceso y que transformada por la comunicación, se convierte en significado". (7) La información es el dato del hecho; la comunicación es el significado del hecho.

6.-Smith, Alfred. op. cit. pág. 12.

7.-Ferrer Rodríguez Eulalio, Comunicación y Comunicología. - Ed. EUFESA, México, 1982. pág. 25.

La información es intermediaria de la comunicación y -- siempre será parte de ésta. La información no implica forzosamente recepción. La comunicación para serlo lo exige, la información no se encuentra subordinada a una respuesta y en cambio la comunicación sí.

La información son los elementos de enseñanza que se -- imparten; comunicación será el sistema pedagógico que se establece para hacerlos entendibles, un ejemplo de esto es el siguiente: La lluvia puede ser simple información del estado del tiempo; sólo la comunicación dirá si se trata de un fenómeno deseable y beneficioso, si lo necesita el campo, catastrófico y triste, si resulta excesiva; en este ejemplo la -- información anuncia un fenómeno natural que puede ser benéfico o catastrófico, la comunicación nos ayuda a entender en que consiste.

Ahora bien, aunque la comunicación tenga mucho de información, esto no quiere decir que la información sea igual a comunicación, ni que toda información sea comunicación.

Toda noticia puede ser información, pero no toda información desemboca necesariamente en un mensaje al que pueda -

propiaamente calificarse de noticia.

"La Noticia es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica al público que puede considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado - y valorado por los sujetos promotores que controlen el medio utilizado para la difusión". (8)

¿Que se necesita para que un hecho ordinario se convierta en noticia? Son muchos los factores que intervienen o pueden intervenir; en primer lugar, que el hecho no sea familiar y que no forme parte de la rutina diaria. En segundo lugar - que afecte al interés colectivo ya sea en lo económico, político, moral, religioso, etc. En tercer lugar que alguien le asigne al hecho el valor de noticia. Y por último, que ese valor sea compartido por un número más o menos apreciable de personas.

Por ejemplo, el nacimiento de un niño es un hecho rutinario y que forma parte de una función biológica del ser humano, pero el nacimiento de quintillizos es una excepción -- que hace noticia.

8.-Martínez Albertos José Luis. El Mensaje Informativo. Ed.-ATE, Barcelona España, 1977. pág. 35.

Toda noticia supone necesariamente una manipulación, -- sin manipulación no hay noticia, sino simplemente hechos.

Para que haya noticia es preciso que un hecho objetivo, comprobable, verdadero, sea recogido, interpretado y valorado por un equipo de sujetos promotores que son los periodistas encargados de poner en marcha el proceso informativo de cada caso particular. Debemos por tanto, partir del hecho -- incuestionable de que siempre es necesaria cierta interpretación de la realidad para que exista noticia.

Para Martínez Albertos el derecho a la interpretación, propio de los sujetos promotores de la información periodística, está agotado por dos limitaciones:

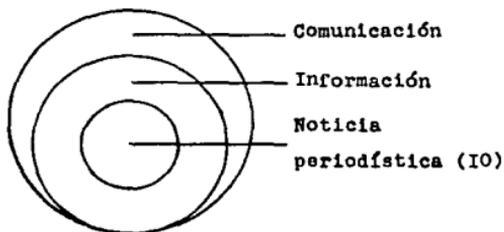
"a) Que la función interpretativa se realice de forma -- clara y distinta para el receptor, sin invadir el terreno de los hechos comprobables.

b) Que la función interpretativa se lleve a cabo una -- vez que a través de este medio de difusión han sido suministrados los datos suficientes acerca del tema, y la exposición de los hechos haya sido honestamente; es decir con ánimo objetivo". (9)

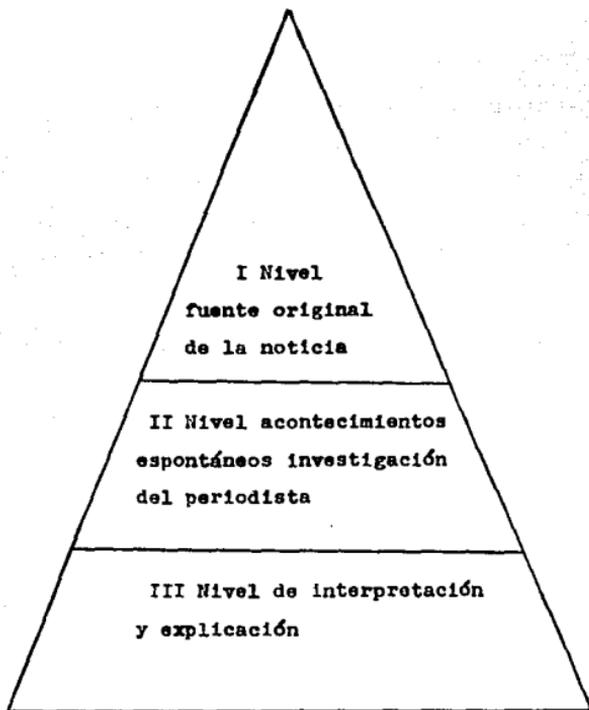
Donde noticia y comunicación se confunden es en el proceso de la transmisión del mensaje, no hay modo de dar a conocer un hecho noticiable sino es comunicándolo de alguna -- manera.

De lo anterior, se desprende que no puede haber noticia-periodística sin una o varias formas de comunicación.

Mediante una simplificada visualización de los campos - de la comunicación, la información y la noticia, podría decirse que se trata de tres círculos: el mayor de las interacciones humanas, es el de la comunicación; el mediano de la información y el pequeño, de la noticia periodística.



Niveles de Información (11)



## 1.2 Necesidad social de la información

Para Gutierrez Vega "la información es una necesidad -- cotidiana, una exigencia impuesta por el vertiginoso crecimiento de las actividades humanas". (12) Poseer información oportuna y suficiente de lo que sucede en el mundo es una -- obligación que el hombre contemporáneo tiene para con la realidad, y un mecanismo de defensa que le permite planear sus actividades futuras.

El deseo de información se traduce en una necesidad profunda y permanente del hombre que es la de conocer y, especialmente la de saber noticias nuevas, aunque tal conocimiento no tenga ninguna incidencia inmediata en nuestra vida personal o colectiva.

Comprar diarios o publicaciones periódicas, receptores de radio o televisión, tienen un costo económico que de ninguna manera puede considerarse como un lujo, responde a una exigencia legítima del hombre que es la de estar informado de lo que sucede en el mundo.

12.-Gutierrez Vega Hugo. Información y Sociedad. Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1974, pág. 43.

Hasta hace pocos años en el medio rural, la curiosidad-campesina se extendía por pequeños horizontes el pueblo, los pueblos aledaños, la comarca y, a lo más quizá, hasta la ciudad próxima. Las relaciones vecinales, los encuentros de los hombres a la salida de la misa dominical, las charlas de las mujeres en los lavaderos, bastaban para llenar de noticias a las familias. El sacerdote facilitaba en su homilía los -- avisos oficiales de la iglesia y del Estado a no ser que, -- para estos últimos, hubiera un pregonero público a redoble de tambor. Cuando las noticias no interesaban directamente a la parroquia, como una invasión, una guerra, una escasez, una catástrofe o la muerte de un personaje famoso e importante, las informaciones lejanas llegaban más lentamente, aunque con relativa rapidez.

Podemos afirmar que en la actualidad esto ya no es así y que hasta en los lugares más atrasados y lejanos de nuestro país reciben periódicos y escuchan la radio no por lujo sino por necesidad.

Cualquiera de nosotros, incluso los más despreocupados por los acontecimientos políticos, sociales, culturales, o de cualquier otra índole, exigimos una información extensa, -

rápida y completa.

Mil detalles de nuestra vida diaria exigen información, como son las salidas familiares de los fines de semana que se proyectan atendiendo a las informaciones meteorológicas difundidas con regularidad; y los planes de vacaciones tomaran cuerpo después de informaciones sobre lugares turísticas o de descanso.

Los boletines radiofónicos, deben facilitar cotidianamente datos sobre el estado de las carreteras o de la circulación en las ciudades, para conocimiento de los automovilistas. Sin esta continua información, nuestro comportamiento diario se convertiría en algo caótico; la vida cotidiana se haría inviable. Nunca se nota tan imprescindible esta información diaria como cuando falta.

En cualquier economía que se rige por las nociones de crecimiento, plan y prospectiva, ¿cómo planificar la fabricación y la venta? ¿Cómo realizar proyectos de inversiones y equipo, si los responsables de las empresas nacionales o privadas no disponen, no sólo de la información privada, sino también de una información general, siempre al día y,

de alguna forma, orientada hacia el futuro? El pequeño tendero de comestibles no puede seguir con su tienda si no se informa constantemente de los nuevos productos, de las fluctuaciones de los precios e incluso de los gustos más recientes para el empaquetado y exposición de artículos. El asalariado necesita informaciones económicas para defender sus intereses en las intervenciones sindicales o para encaminar a sus hijos hacia su futura profesión. ¿Cómo se las arreglarían los consumidores y entre ellos las amas de casa, para sus compras sin la información de la publicidad que desempeña de esa manera el papel de un guía, indudablemente?

La información que necesitan los productores y los consumidores no debe anclarse únicamente en el aspecto económico. Lo económico, lo social, lo cultural, lo político repercute en la economía y viceversa.

Sucede lo mismo con las actividades culturales. En tiempos pasados la cultura era asunto de tradición oral o de comunicación por medio de libros y a largo término. Los acontecimientos culturales, poco frecuentes, no interesaban más que a una minoría restringida que vivía en las ciudades importantes y, sobre todo en las capitales.

En nuestra época de difusión masiva, el hombre debe de estar en contacto con periódicos especializados y con las -- publicaciones de interés general, con las emisiones radiofónicas o televisadas que le reseñarán las obras culturales, -- los descubrimientos científicos más recientes, los espectáculos, las exposiciones, las reuniones, congresos y las -- manifestaciones políticas o sindicales.

De todas las características de la información moderna -- la más llamativa es la rapidez, hasta el límite de lo instantáneo, en la comunicación y difusión.

Hasta hace poco tiempo se necesitaban días y algunas -- veces semanas enteras para conocer un acontecimiento con todo detalle. Ahora bastan algunos segundos para que, de cualquier punto de la tierra, llegue un hecho a conocimiento del público por medio de la radio o televisión.

Hablar de instantaneidad en la difusión de la información, no es exagerado en nuestros días, el hombre ha visto -- por televisión o escuchado por radio importantes acontecimientos en el mismo segundo en que sucedían, sin importar la distancia.

En la sociedad contemporánea, la información aparece como una exigencia del bien común, porque no se fundamenta solamente en las necesidades de las personas o de grupos privados.

"La difusión pública, y en el tiempo preciso, de los -- hechos o acontecimientos, permite a cada hombre tener conocimiento exhaustivo y permanente de los mismos. Con ello puede concurrir cada cual eficazmente al bien común y todos en conjunto contribuir más fácilmente a la prosperidad y progreso de toda la sociedad".

Y también

"Con el progreso de la sociedad moderna y los lazos de interdependencia cada vez más estrechos entre cada uno de -- sus miembros, la información se manifiesta como algo muy -- útil y la mayoría de las veces como algo indispensable. Es -- evidente". (13)

El hombre de nuestro tiempo, para pensar justamente y -

13.-Folliet Joseph. La información Hoy y el Derecho a la -- Información. Ed. Sal Terrae, Santander España, 1971, pag. 239

para obrar, precisa una amplia información, rápida, exacta y precisa, que condicione las conductas cotidianas.

El ciudadano no cumplirá con su papel en la civilización moderna más que si está bien informado; falta de información se mantendrá indiferente, pasivo o ineficaz. Por otra parte, el Estado contemporáneo tiene necesidad, para el bien común, de ciudadanos bien informados tanto como de hombres instruidos.

### 1.3 Antecedentes historicos

En el año de 1440, en Estrasburgo Alemania, Gutemberg -- inventó la imprenta, a partir de ese momento la difusión de -- la información amplió su esfera, influyendo de manera impor-- tante en los acontecimientos sociopolíticos generados en -- Europa.

En el siglo XVI, la república de Venecia contaba con -- una corporación de serittori d' avisi que se dedicaba a re-- cabar noticias sobre asuntos políticos y comerciales; a re-- dactarlas, imprimirlas y distribuir las ampliamente entre los miembros de los distintos gremios mercantiles y las personas deseosas de enterarse de los acontecimientos políticos.

En 1631 durante el reinado de Luis XIII, Teophraste -- Renaudot fundó La Gazette y organizó una red de correspon-- sales que le enviaban informaciones desde la mayor parte de las ciudades francesas, inventó de esta manera el funciona-- miento de las agencias de noticias. La Gazette demostró muy pronto su importancia en materia de orientación de la opinión pública. Luis XIII le otorgó carácter oficial y la usó para divulgar informes útiles a sus intereses políticos.

Más tarde, convertida ya en la Gaceta de Francia, se --  
dedicó, hasta 1914, a dar a conocer los puntos de vista de --  
las autoridades francesas.

En los primeros años de la prensa, el poder real esta--  
bleció un estricto control de la información a través del --  
otorgamiento de permisos y concesiones exclusivas a los im--  
presores dóciles a la política del Estado. En 1605, el archi--  
duque Alberto de Amberes concedió al impresor Verhoeven el --  
derecho de imprimir y grabar en madera o metal, y vender, --  
todas las noticias sobre asuntos de la guerra, victorias y --  
toma de ciudades. Gracias a una concesión similar, apareció--  
en Alemania en 1609 el primer periódico que registra la his--  
toria, el Avija Relation oder Zeitung.

Las publicaciones periódicas que precedieron las ya --  
citadas; entre otras figuran las siguientes: Ordinari Wochen--  
zeitung, de Basilea (1610), Frankfurter Journal (1615), --  
Niewe Tydingen, de Amberes (1616), Kuranti, de Rusia (1621),  
el inglés The weekly news from Italy, Germany (1622), La --  
Gazzeta Pubblica, de Italia (1640), La Gaceta de Madrid --  
(1661), El Mercurio Volante, de México (1693) y el Stamford  
Mercury, de Inglaterra (1695).

Todas estas publicaciones que aparecían gracias a la -- concesión de los monarcas, se limitaron, en gran parte, a -- difundir las ideas políticas de la aristocracia y a reforzar las normas de conducta propuestas por los estados absolutistas.

Las limitaciones impuestas a la prensa por los poderes políticos, se inscribieron en cuerpos de leyes y en decretos que establecían la censura sobre las publicaciones.

En 1586 la Cámara Estrellada inglesa formuló un decreto que otorgaba a la censura un carácter oficial. La inquisición y muy especialmente la española ejerció una estrecha vigilancia sobre la publicación de libros y periódicos.

Inglaterra fue el escenario de las primeras luchas por la libertad de prensa. En 1641, el Parlamento obligó al rey a suprimir la Cámara Estrellada, la desaparición de ese órgano político autoritario permitió que se reconociera la libertad de prensa. Sin embargo, muy pronto Cromwell, el lord protector la abolió nuevamente. (14)

---

14.-Gutierrez, obra citada, págs. 45-48.

La supresión de la censura permitió a la prensa inglesa de principios del siglo XVIII, publicar artículos de análisis que buscaban ubicar las noticias en el contexto sociopolítico y proporcionar a los lectores motivos de reflexión y puntos de vista útiles para la interpretación de los hechos políticos. La prensa inglesa se convirtió en uno de los principales promotores de los cambios sociales, logrando el liberalismo anglosajón consolidar la libertad de prensa de una manera definitiva en las leyes inglesas y en la Constitución norteamericana.

En 1812, la Constitución promulgada por las Cortes de Cádiz, estableció en España y sus colonias la libertad de prensa. Sin embargo, la vida libre de los periódicos españoles fue muy breve ya que, en 1815, Fernando VII restableció el absolutismo y decretó que se cerraran todos los periódicos a excepción de los oficiales de la Corona: La Gaceta y El Diario de Madrid.

El siglo XIX español presentó una característica especial mientras en el resto de Europa la prensa se iba convirtiendo en una empresa mercantil, y sus publicaciones tendían a sostenerse por medio de las secciones dedicadas a los anuncios -

comerciales, la prensa española tenía un marcado carácter -- político. El Imparcial que apareció en 1867, combinaba en -- sus publicaciones, tanto noticias de interes general, como - comentarios políticos.

En Rusia, en el año 1900, Lenin tuvo que enfrentarse a los rigores de la censura zarista, el consideraba que no había otro medio para educar fuertes organizaciones políticas-- que un periódico para toda Rusia. Para lograr sus propósitos de dar coherencia y unidad a la lucha de los grupos del Partido Comunista ruso, creó el periódico Iskra.

Su idea era que el órgano periodístico actuara como - - organizador, difundiera los programas políticos, las consignas partidarias, y que cumpliera, también, las tareas de - - proselitismo y de apoyo a toda protesta capaz de acelerar la llegada de la revolución.

Para Lenin, el periódico del partido debía ser un organizador social, una tribuna en la que pudieran expresarse -- los problemas políticos y sociales, así como un instrumento-- importantísimo para la formación de los dirigentes de los -- cuadros del Partido. El plan de Iskra consistía en promover-

una disposición combativa y la formación de los dirigentes a través de un enjuiciamiento sistemático y cotidiano de todos los aspectos de la vida política, como lo afirmaba Lenin.

Para llevar adelante su proyecto, Lenin tuvo que enfrentarse a las influyentes gacetas Rabóchaya Misl (el pensamiento obrero), órgano de los llamados economistas y Rabócheie - Dielo (la causa obrera), revista oficial de la unión de social-demócratas rusos en el extranjero.

Iskra fue objeto de múltiples represiones, así como de ataques violentos por parte de algunos grupos de la izquierda rusa. Su primer número fue impreso en Leipzig, en 1900. Más tarde se editó en Munich, Londres y Ginebra, su tiraje era muy reducido y su circulación corría a cargo de los activistas del Partido Marxista Revolucionario de la Clase Obrera.

Otro de los propósitos fundamentales de Iskra era el de sujetar todos los casos concretos y las explosiones sociales que se registraban en las distintas regiones de Rusia, a un análisis y a un enjuiciamiento que provocaría las discusiones y la exposición de los puntos de vista de los lectores militantes.

Es indudable que Iskra tenía características singulares; cumplía el papel de organizador de un partido y sus mensajes se dirigían primordialmente a lectores ya convencidos del -- programa partidista, que encontraban en la publicación un -- auxiliar importantísimo para sus trabajos de análisis de la realidad vista a la luz de un programa político. Sin embargo, Iskra buscaba también, aunque de modo secundario, ganar adeptos para el partido y proporcionar al público algunos criterios de interpretación de la realidad sociopolítica.

No hay que olvidar, por otra parte, que la burguesía -- rusa y el gobierno zarista poseían un aparato muy rudimen-- tario de control de la información y de divulgación de las -- pautas de conducta reforzadoras del sistema autoritario. Esta circunstancia permitió a Iskra llamar de inmediato la aten-- ción de una buena parte de la opinión pública. Aunque Lenin-- tuvo que afirmar su proyecto para que funcionara en ese mo-- mento la información y la comunicación de masas, porque el -- sistema burgues dispuso de suficientes detractores y de nú-- merosas formas de control para opacar los mensajes críti-- cos; poseía además, grandes máquinas encargadas de controlar la información. Frente a ellas, la prensa revolucionaria veía

considerablemente mermadas sus posibilidades de llegar a un número importante de miembros de los distintos públicos. Su función por lo tanto, generalmente se limitó a formar y - - orientar a públicos muy concretos y localizados.

Sin embargo, paralelamente a las luchas libertarias en Francia, Inglaterra y Rusia, la burguesía, encontró la manera de cambiar la información en servidora de sus intereses.

Durante el siglo XIX, el desarrollo de la sociedad industrial permitió a la prensa favorecerse con los inventos - que perfeccionaron los procesos de obtención de noticias, y de su impresión y circulación. La sociedad mercantil imprimió a la prensa su sello característico y convirtió los periódicos en grandes empresas comerciales que, muy pronto, se enfrascaron en feroces batallas propias de la competencia mercantil. De esta manera la sociedad burguesa domino las libertades al imprimir a todas las actividades humanas el carácter de transacciones mercantiles sujetas a las leyes de la oferta y la demanda. (15)

Cerrar las puertas a la expresión de ideas que apoyaban el ascenso de la clase proletaria, mantener el carácter - - comercial de las empresas informativas, y hacer de la noticia un objeto mercantil susceptible de tomar el color propio de la ideología dominante, fueron los puntos esenciales que la burguesía elaboró para controlar la información masiva.

#### 1.4 Fuentes de la información

La estructura de la información periodística, la integran los siguientes componentes; fuente-codificador-medio-productor de medio-destino.

El uso del término fuente debe constreñirse al elemento de donde parten las señales físicas. En este caso puede atribuirse también el significado de emisor. Tratándose del periodismo es preferible el término fuente, por el uso extendido -- del vocablo tanto en la jerga profesional como en el ambiente social.

Entendemos por codificador al elemento humano que interviene en el material dado por la fuente, para traducirlo en un código determinado; en este caso, el código periodístico.

El medio representa, por una parte, el conducto transmisor de las señales (aire, luz) y, por otra, los mecanismos técnicos, equipo y aparatos que bajo una organización determinada y normas de trabajo producen mensajes y la organización misma (institución de medio, periódico, canal de TV, -- estación de radio, etc.) que posee una estructura jurídica de

persona moral.

El producto de medio, por aplicación del concepto anterior, es el papel impreso que contiene los mensajes dirigidos al consumo público.

Por ultimo, el destino es el receptor de las noticias.

Rivadeneira, clasifica a las fuentes de la información - de la siguiente manera :

Fuente; acontecimiento; incluye toda la complejidad de un hecho, habida cuenta de las circunstancias en que se produce, no se trata simplemente del lugar geográfico, sino del contexto global en que se manifiesta un suceso; lugar, tiempo, - causas, efectos mediatos e inmediatos, protagonistas, finalidades, etc.

La fuente informante se caracteriza porque de ella surgen datos con o sin una intención comunicativa claramente definida y que sirven al periodista para reconstruir sucesos en los que no intervino, obtener elementos de juicio para la deducción e inducción o para la ilustración del acontecimiento.

Las fuentes informantes no siempre son personales, pueden serlo también los archivos, bibliotecas, hemerotecas y otras - de igual valor documental.

La fuente intención comprende, necesariamente, un propósito comunicativo. A riesgo de redundancia, lleva una intención preelaborada y con metas previsibles para ocasionar efectos deseables. Toda fuente intención comunicativa es al mismo tiempo emisor de mensajes: un discurso, una canción, un cuadro una escultura, etc., pero en relación con el medio periodístico que oficia de intermediario, dicha intención comunicativa - equivale a fuente de información.

Fuente directa e indirecta, en el primer caso existe una situación de relación inmediata, fuente-medio impreso, de TV, - etc., por lo consiguiente, la fuente indirecta tendrá una relación mediata.

Las fuentes directas e indirectas, pueden ser ocasionales - o permanentes. Las primeras responden a los elementos circunstanciales de un suceso. Toda persona física o jurídica es - potencialmente una fuente informativa. Las segundas integran - sistemas del entorno periodístico o son sistemas propios cuya-

naturaleza está relacionada con intereses permanentes de la sociedad. Las instituciones administrativas del gobierno, las autoridades, personas que resaltan en el mundo de la ciencia, las artes o las letras, son fuentes permanentes de información, sólo para dar algunos ejemplos. Un ciudadano común, - - eventual testigo de un robo es fuente ocasional.

Otra distinción existe entre fuentes públicas y privadas que emiten informaciones de valores diferentes. Las públicas, identificadas con los órganos del Estado, responden al principio de función y servicio público, de donde surge la presunción de que informaciones por ellas producidas poseen valor social y sus voceros ejercen representatividad política y - - administrativa. Si el secretario de Hacienda anuncia un alza del costo de la vida, su declaración se interpreta como un -- hecho efectivo y parte de la conducta comunicativa del sistema político de gobierno con destino a sectores de opinión pública. Si esa misma declaración es expresada por un ciudadano común y corriente, sin representatividad administrativa ni -- política, el valor informativo puede tomarse como una mínima probabilidad de certeza en torno al hecho "alza en el costo de la vida" y perderse en el nivel de apreciación subjetiva.

Cuando la fuente reviste el atributo de autoridad, resultante de la soberanía del Estado y de las leyes que lo rigen, la fuente recibe el nombre de "fuente oficial", es decir, capaz de expresar mensajes a nombre del sistema.

Las fuentes privadas no pertenecen al complejo administrativo y político del Estado, o por lo menos sus aportes informativos no admiten el principio de representatividad, sino en medida de sí misma, personas físicas y morales pertenecen a esta categoría. (16)

Johnson y Harris clasifican las fuentes por la relación geográfica de las noticias en: 1) fuentes locales; 2) fuentes nacionales, y 3) fuentes extranjeras. Para los autores citados las fuentes fijas, de la primera clasificación, son principalmente:

- La policía, cárcel, cuarteles de bomberos y hospitales.
- La municipalidad, legislatura regional y oficinas administrativas.
- Los tribunales.

- Las oficinas estatales y nacionales.
- Oficina de correos, telégrafos, cables.
- Cámara de comercio, asociaciones cívicas, asistencia-social.
- Hoteles, oficinas ferroviarias, escuelas, hermandades, iglesias, casas de comercio, estaciones de radio y TV, etc. Deben cubrirse ya sea como fuentes diversas de información o bien en combinación con otras actividades especiales.
- Otras fuentes locales de información como barcos y --centros navieros, minas y minería, petróleo y algunas especiales. (17)

Ahora bien, puede decirse que la intencionalidad de un acto es atributo de los seres humanos. A partir de esta premisa, advertimos el comportamiento de las fuentes informativas, manifestado de dos maneras: espontánea y deliberadamente. Las fuentes acontecimiento son espontáneas; las informantes observan, a menudo, ambos comportamientos; las fuentes intencionales son siempre deliberativas.

17.-Johnson, Stanley y Harris, Julián. El reportero profesional. Ed. Pax. México, 1970, págs. 25-26.

Las fuentes espontáneas humanas son capaces de producir datos sin la intención de hacer noticia. A la inversa, cuando decimos que una fuente es deliverativa, le asignamos el rasgo de voluntariedad para hacer noticia, con fines diversos, si se quiere, con la expectativa de ocasionar efectos sociales -- más o menos precalculados.

Por otra parte, diversas noticias pueden tener su procedencia de una misma fuente. La presidencia de la República -- maneja tal cantidad de elementos de información del gobierno, que produce noticias sobre diversas áreas: relaciones exteriores, educación, obras públicas, agricultura, para citar -- algunos ejemplos.

Cuando alrededor de un hecho diversas fuentes interactuantes o aisladas emiten información, brotan variantes de -- noticias en un complejo a veces abrumador de datos. Situación que es típica en las convulsiones sociales: desórdenes callejeros, huelgas, manifestaciones y acciones armadas de contenido político, social o religioso.

La noticia suele escapar al control del periodista.

Un periodista económica o políticamente comprometido con su fuente no garantiza imparcialidad en el manejo de la información, es perfectamente catalogable como elemento perteneciente al sistema. Pero esto no significa que el periodista se convierta en un ser apolítico o no abrigue otras causas, - pues él es simultáneamente actor y testigo de su tiempo. Lo - que se le exigirá, con derecho, es un comportamiento ético -- frente a las intenciones de la fuente y en su responsabilidad de comunicador-intermediario de un vasto público.

## 1.5 Diferencia entre información y propaganda

Es preciso, que antes de hacer la distinción entre información y propaganda, definamos que es la propaganda.

Young define la propaganda como "un mecanismo destinado a influir sobre nuestro sistema de creencias". (18)

Domenach dice: "Una de las funciones esenciales de la -- propaganda es asegurar esa manifestación de opinión profunda, ese paso de lo oscuro a lo expresado, de la indecisión a la -- toma de partido, a la creencia de que un hombre o un programa son la mejor representación o por lo menos la menos mala, de lo que uno desea y que, como consecuencia, hay que votar por ellos". (19)

Quizá sea ahora posible deducir que la propaganda es una comunicación que tiene por objeto persuadir, convencer al sujeto receptor para que asuma una actitud u opinión conforme a las expectativas de la fuente emisora del mensaje.

18.-Young, Kimball. Psicología social de la propaganda. Ed. - Paidós. Buenos Aires, Argentina, 1969, pág. 13.  
19.-Domenach, Jean Marie. La propaganda política. Ed. Eudeba. Buenos Aires, Argentina, 1968. pág. 118.

La propaganda usa de instrumentos de planificación y divulgación de sus mensajes. Entre los primeros podemos citar - las organizaciones de relaciones públicas, oficinas de prensa - agencias de publicidad, etc., según los recursos disponibles - e intereses en juego de las organizaciones comerciales, políticas, religiosas, gobiernos de estados, nacionales y coaliciones.

Entre las herramientas ejecutoras o de divulgación se -- hallan todos los medios de comunicación al alcance, desde un mitin callejero, pasando por el aula escolar hasta los programas de radio y televisión, diarios, revistas y películas.

Propaganda es una palabra desprestigiada en los ámbitos del comercio, la política, la industria, la religión, incluso la iglesia católica ha adoptado como otras iglesias, el nombre de relaciones públicas para sus actividades y organizaciones que tienen por objeto propagar sus doctrinas.

El deterioro de la palabra se debe en parte, a las experiencias de la actividad política y métodos de penetración ideológica ejercidos a través de los tiempos y muy particularmente a las propagandas nazi y fascista de este siglo.

De tales experiencias resulta la asociación de la propaganda con ideas y sinónimos de mentira, exageración, imposición, engaño, mito, cuento, trampa, ilegalidad, distorsión, maldad, etc., que provoca natural rechazo por parte de los receptores.

En épocas de guerra, la propaganda es esencialmente un instrumento poderoso, que bien empleado puede causar en el enemigo mayores impactos que los tanques y las bombas, ya que la propaganda es destinada a la destrucción moral y debilitamiento interno del enemigo, a levantar el ánimo de los combatientes, así como a la captura de adeptos entre los países neutrales.

Ahora bien, entre las ideas que detenta o elabora un movimiento político y la necesidad de transmitir las a los demás a fin de que se comprendan y se compartan, la propaganda cumple su propia misión, apoyada en los medios comunicativos y en todas las formulas creadoras de su extenso repertorio, con el fin de presentar las cosas bajo las formas más adecuadas y sugestivas para que sean aceptadas por los demás.

La propaganda esta obligada no sólo a buscar caminos de receptividad y de acogida a una idea, a una plataforma e incluso a un motivo, sino a provocar una respuesta favorable y contagiosa en su entorno.

La propaganda se ha convertido, cada día con mayor fuerza histórica, bajo la pluralidad de formas que la nutren, en un inseparable condimento de la naturaleza humana y su acontecer. A medida que se han perfeccionado, multiplicado y popularizado los instrumentos de la comunicación, ha ido extendiéndose, enriqueciéndose y afinándose el poder de la propaganda política, siendo la gran palanca que orienta, persuade, dirige, o modifica actitudes.

Aunque se ha dicho que la propaganda es una buena palabra que ha tenido mala suerte, es cierto que alrededor de ella - se agrupan como codiciado panal, toda clase de propósitos y deseos.

Todavía hay quienes prefieren la tiranía sobre la opinión, a la tiranía de la opinión. Hay quienes entienden la - propaganda como un freno o sustituto de la violencia y quien la acepta como un estímulo o suplemento.

Tambien habría que reflexionar el hecho de que la ideología, que es un fin, llegue a ser desplazada por la política, que es un medio. Lo mismo habría que deducir ante la evidencia consecuente de que los partidos políticos buscan apoyarse más en los rasgos diferenciales y carismáticos de sus hombres representativos, que en los contenidos fundamentales de sus programas. Todo esto, en los límites imprecisos de lo comprensible coadyuva a intensificar la confusión y a que la duda quiebre, incluso, los valores que relacionan de manera tan estrecha, el oficio político con el de la propaganda.

La propaganda es parte del sistema político, cualquiera que sea su base ideológica. Es realidad presente en cada instante de la vida social. Es fuerza energética que contribuye a movilizar la economía de un sistema. Es la que coadyuva a crear climas de transformación cultural. Pero no es omnipotente. No es la propaganda fuerza decisiva y determinante de la historia. Un elemento importantísimo, sí lo es: un factor de noderosa influencia, sí, pero como elemento, como factor, dentro del sistema.

## **CAPITULO II**

---

**2.1 La actitud informativa**

**2.2 Opinión pública e información**

**2.3 Tipología de la información**

**2.4 Técnicas contemporáneas de la información**

## 2.1 La actitud informativa

La principal finalidad del periodismo es informar al -- receptor sobre los acontecimientos últimos que le afectan -- directa o indirectamente y despertar en él algún interés.

Se dice que el periodismo debe ser objetivo, al tratar las señales/signo procedentes de la fuente con la mayor fidelidad posible, es decir, con precisión y honestidad.

Calvo anota un elemento más; la capacidad de síntesis, dice: "Si practicar la objetividad adoptando una actitud -- mental determinada y realizando un verdadero esfuerzo para -- prescindir de nuestras predicciones anímicas y prevenciones espirituales, resulta de suyo una gimnasia dificultosa, mediante la cual --y pese a ello-- sólo se obtienen resultados -- imperfectos, adecuarla a las muy limitadas posibilidades de espacio de que dispone el periodismo oral o escrito, representa una empresa más difícil aún, especialmente para quien no domine la embarazosa mecánica de la síntesis" (20)

20.-Calvo, Jorge Raúl. Periodismo para nuestro tiempo. Ed. -- Librería de las Naciones, Buenos Aires Argentina, 1970, pág. 85.

La objetividad exige del periodista una actitud de --  
frialidad y crudeza, pero esto es imposible tratándose de --  
seres humanos, lo que nos hace pensar que la objetividad --  
absoluta es utópica.

Lo importante es que el periodista tienda a reproducir,  
lo más fielmente posible, las señales/signo de la fuente o--  
lo que quieren decir, sin olvidar que son incompatibles con  
la objetividad todos los adjetivos calificativos, porque --  
ellos revelan juicios de contenido valorativo.

Cuando el periodista modifica el valor inicial de un --  
hecho, agrandándolo y confiriéndole una importancia super--  
lativa, produce la transformación de un suceso noticiable --  
en materia sensacionalista. Entiendo por sensacionalismo la  
acción y efecto de distorsionar el significado de un aconte--  
cimiento noticioso y mostrarlo en una dimensión muchísimo --  
mayor de la que realmente tiene. Es un comportamiento comu--  
nicativo de exageración tanto cualitativa como cuantitativa  
en el manejo de los datos de la fuente, en su significación  
y con propósitos muy diversos.

Lo opuesto al sensacionalismo es la minimización del -- hecho noticiable, siendo también una forma manipulatoria por la que se reduce el significado a la mínima expresión.

El sensacionalismo es más notorio en las crónicas rojas de los periódicos y revistas. Un viejo lema de este tipo de periodismo es: Crimen, sexo y escándalo, trilogía que se - - explota al máximo en todas sus manifestaciones. Pero no es - exclusivamente policial, puede y se hace sensacionalismo en otros géneros, en la política tanto como en la crónica de -- arte, en el anuncio de una boda como en el resultado de un - partido de fútbol.

Este tipo de conducta periodística se conoce también -- como amarillismo, término que igualmente sirve para denominar a medios impresos que hacen ruido y escándalo de cualquier - cosa; sin embargo, una segunda acepción de amarillismo tiene connotaciones de orden político. Se dice de los diarios que -- no se comprometen con una posición determinada o están siempre del lado que calienta el sol.

Por otra parte, la caricatura periodística es una forma de interpretación mediante la cual se hacen resaltar con -- exageración y humor rasgos físicos, caracteres psicológicos o psicosociales de una persona, de un acontecimiento o de -- una situación concreta.

La caricatura periodística, igual que otros materiales de opinión, se relaciona con la noticia. Contiene significados informativos, de opinión, entretenimiento y propaganda -- con efectos muy diversos. En qué medida cumple estas funciones es algo que no se puede establecer teóricamente para todos los casos, sino en situaciones determinadas, respecto a un receptor también concreto.

Puede decirse que la caricatura es esencialmente un comunicado iconográfico impreso, de índole subjetiva mediante el cual se interpreta una realidad desfigurándola deliberadamente.

La crítica política, por este medio, tiene variantes -- que van desde el elogio y propaganda hasta la crítica más -- severa.

Ahora bien, en lo individual, el reportero político, por ejemplo, o cualquier reportero que informe sobre política, -- debe tener trato, no con el policía sino con el jefe de la -- policía, no visita los hospitales, sino al secretario de salud puede estar ligeramente interesado en la construcción de un puente o una calle, pero se interesa más en el tránsito o en un programa de vialidad y control de la contaminación. En -- síntesis, está interesado en los asuntos y los aspectos más -- amplios del gobierno.

El reportero debe familiarizarse con la forma de gobierno local, conocer los deberes y facultades de los funcionarios de la ciudad, y la estructura en particular. Ningún reportero debe tratar de informar sobre las labores del gobierno local, o sobre asuntos políticos, sin tener un dominio completo de -- toda esa organización.

Periódicamente, el pueblo debe acudir a las urnas electorales, se requiere que el reportero sepa evaluar a los -- candidatos a determinados cargos públicos. Debe darse cuenta no solamente de la maquinaria política, sino también de las -- personalidades de cada uno de los candidatos y de las cuestiones que han de discutirse.

Es evidente que sólo puede hacerlo en medio de un cuidadoso estudio, por su larga experiencia en materia política o por su trato con los políticos. Puede entrevistarse con los candidatos, presentarles cuestionarios, preparar apuntes biográficos, debe indagar adecuadamente, día a día, sobre las reacciones de los candidatos con determinados aspectos. Finalmente, puede acompañarlos en su campaña, informar sobre sus discursos y la reacción del público y por último, tabular los resultados finales en la noche de la elección.

Muchas veces, al informar sobre actividades del gobierno se encuentra que están encubiertas por la política. Ciertas informaciones deben ser cuidadosamente interpretadas, pues de otra manera el reportero se encontrará inocentemente mezclado en política partidista. En otras palabras, el reportero debe conocer la política, debe ver los hechos detrás de las noticias, los motivos de la acción gubernamental, lo que hay detrás de una maquinaria de partido, que mueve tanto a adeptos como a adversarios. El público depende, más o menos, del reportero, para que exponga lo malo y elogie las decisiones favorables de los funcionarios gubernamentales.

La responsabilidad periodística impone la comprobación-- de los datos que arrojan las fuentes, es cierto, pero esa - - responsabilidad no incluye suponer las intenciones que esconde una aparentemente inofensiva y cándida declaración ni las finalidades ilegítimas que puedan perseguirse.

Cabe mencionar, que en la cobertura de fuentes oficiales el reportero trabaja bajo la presunción de buena fé y confianza en la credibilidad que merece un portavoz oficial.

No obstante, los excesos e irresponsabilidad periodística transforman la información objetiva en sensacionalismo o - en un rechazo por lo acaecido provocando que el hecho sea - - ignorado, con la distorsión se ocasionan daños a los individuos y se atenta gravemente contra los valores éticos de la - sociedad y del periodismo.

"Para representar fielmente a sus lectores, el reportero de noticias oficiales debe ser un estudioso de la opinión - - pública y de la filosofía política, y ver hacia el interior, - de manera que tenga un cuadro verdadero." (21)

21. Johnson, Stanley y Harris, Julian, obra citada, pág. 222.

## 2.2 Opinión pública e información

Etimológicamente, opinión proviene del latín opinio-onis, que significa concepto. Pública procede también del latín publicus, que significa notoria, latente, manifiesta, vista o sabida por todos. (22)

La opinión pública es definida por Raymond B. Nixon, - dice. "Es una tendencia u orientación en las opiniones individuales de la mayoría o de todo un grupo social, en un asunto de interés común, adoptada despues de tener la oportunidad de discutirla." (23)

Siendo la base de toda opinión un proceso comunicativo, - resulta importante hallar la diferencia entre opinión pública y opinión privada. Partiendo de lo anterior podemos decir que una de las características de la opinión pública es la comunicación pública, así mismo es necesario señalar que comunicación pública involucra un concepto de difusión de mensajes -- con el empleo de todas las formas comunicativas posibles y no

22.-Rivadensira Prada Raúl. La Opinión Pública. Ed. Trillas, México, 1984, pág. 69.

23.-Nixon B. Raymond. Opinión Pública y Periodismo. Ed. - - CIESPAL, Quito Ecuador, 1967, pág. 22.

sólo restringiendo el proceso de transmisión a los medios propiamente masivos. A la vez, el contenido de los mensajes tendrá que ser de interés colectivo, esto quiere decir: que afecte a un grupo de personas y, finalmente, que la respuesta cuenta también con un alcance de difusión masiva, o sea, que el ciclo completo de la comunicación tenga lugar dentro del ámbito público. Lo que distingue a la opinión privada será la comunicación privada o personal.

La opinión pública, es revelada a otros, o cuando menos notada por otros, de tal modo que las que se esconden o se ocultan a las demás personas pueden ser llamadas opiniones privadas o clandestinas.

El estímulo que representa la información genera una reacción individual, misma que confrontada con otras, establece un proceso colectivo que arroja una respuesta al mensaje de la fuente; respuesta dirigida al emisor originario.

Puede decirse que la opinión pública son conceptos sobre cuestiones de interés para la nación, expresados libre y públicamente por gente ajena al gobierno, que pretende tener --

derecho a que sus opiniones influyan o determinen las acciones, el personal o la estructura estatal. En su forma más atenuada, este derecho se afirma como la expectación de que el gobierno-revelará y explicará públicamente sus decisiones, para permitir a la gente que no pertenece al mismo, pensar y hablar sobre estas decisiones o, para expresarlo en los términos de la-conversación democrática, y de esa forma lograr la aceptación de la política seguida por el gobierno.

La opinión pública, comprendida de este modo, es fundamentalmente una comunicación de los ciudadanos con su gobierno y sólo de manera secundaria, una comunicación entre ciudadanos.

Si un gobierno niega rotundamente que la opinión de los ciudadanos sobre las cuestiones públicas sea pertinente, en una forma u otra, para la elaboración de la política, o si evita la libre y pública expresión de tales opiniones, la opinión pública no existe.

Toda opinión pública pretende influir sobre niveles de decisión. En regímenes totalitarios, la opinión pública se manifiesta a través de actitudes políticas, con desprecio del -

mismo sistema. Golpes de estado, revoluciones, acciones armadas, luchas estudiantiles, revelan que las opiniones públicas no oídas por las dictaduras, desembocan en actitudes sociales y políticas que bien pueden considerarse efectos de las mismas opiniones.

Cabe señalar, que los ciudadanos no sólo debaten y obtienen conclusiones o se forman juicios acerca de cuestiones políticas o de la conducción de los órganos administrativos del -- gobierno, sino también acerca de la moralidad, religión, la -- cultura, el deporte, las bellas artes, etc. Pero es innegable que aun en cualquiera de estas áreas, la opinión pública precisa de un mínimo de condiciones de libertad de expresión y de divulgación, o sea de un clima de opinión.

### 2.3 Tipología de la información

Prensa, radio y televisión son los medios de comunicación en que se desarrolla el ejercicio periodístico. Entre los tres existen diferencias esenciales que conviene resaltar: Mientras la prensa es manejada por empresas susceptibles de propiedad, la radio y la televisión están sujetas a concesiones debido a que el espacio aéreo en que difunden es propiedad de la nación.

Una segunda diferencia; radio y televisión pueden incorporar información periodística en su programación musical, deportiva, etcétera, mientras que la prensa tiene como principal oferta la información periodística.

La tercera diferencia entre prensa, por una parte, la radio y la televisión por la otra, es que el receptor de los medios electrónicos, es un destinatario pasivo del mensaje y siempre está sujeto a recibir información que no escoge. Por el contrario, el lector de periódicos y revistas es un receptor activo, elige y compra la publicación que quiere, incluso las referentes a los anuncios publicitarios, y además determina el momento de la lectura.

Las publicaciones impresas pueden conservarse en una casa, en una biblioteca, en un archivo o en una hemeroteca para su consulta posterior, sin que se requiera la tecnología que exigen los medios electrónicos.

La prensa tiene dos formas de presentación: como diario y como revista. En ambos casos la constancia en los tiempos de aparición, cada día, cada semana o cada mes, contribuye a su acreditación pública.

La radio ejerce su función periodística cuando transmite noticiarios, entrevistas, conferencias y acontecimientos noticiosos que el público puede conocer en el momento en que se están produciendo.

Entre sus características singulares se encuentran la rapidez y la oportunidad pero al penetrar por los oídos, obliga al auditorio a realizar un esfuerzo de retención prácticamente imposible. Su mensaje informativo no puede conservarse con firmeza; el radioescucha está imposibilitado para buscar una ampliación del mensaje, abarcar los datos de manera total, -- repetir la lectura, escoger lo que le parece más importante.

La radio tampoco puede presentar apoyos gráficos a la -- información, de tal modo que proporcione una comprensión más amplia del material que difunde. Su penetración en el público, sin embargo, es mayor que la de cualquier otro medio de comunicación masiva.

La televisión tiene las ventajas de la radio en cuanto a rapidez y oportunidad y les añade imágenes que permiten al -- espectador situarse en el lugar del acontecimiento, comprobar la veracidad de la narración y hasta cierto punto vivir el -- hecho.

Sin embargo, como en el caso de la radio, la televisión impide al público detenerse o repetir la lectura para escoger lo más importante, penetrar mediante el análisis minucioso, - en el significado de los hechos o declaraciones transmitidas.

En muchos casos lo que la televisión y la radio provocan es curiosidad e interés por determinados sucesos. Al día siguiente de las transmisiones no es extraño que un sector del auditorio busque en los diarios la información correspondiente para confirmar y comparar sus impresiones iniciales; para así

recordar, completar, analizar y obtener una idea de conjunto-respecto a lo que pasó, .

El recurso de las videocaseteras, como de las grabadoras en el caso de la radio, permite retener la información televisiva, pero obliga a la grabación de todos los programas periodísticos y a un costo desproporcionado si se toma en cuenta - que sólo unas cuantas informaciones, en realidad, merecerían-ser conservadas para su repetición.

Cabe señalar que la radio es el medio de comunicación -- de mayor penetración en México. La televisión ocupa el segundo lugar. El tercero le corresponde al cine, que durante muchos años constituyo otro medio periodístico eficaz, dada la amplitud del público que acude a las salas de exhibición. Este medio sin embargo ha ido ocupándose cada vez menos de asuntos de interés periodístico, lo cual hacía a través de revistas - fílmicas semanales. El cuarto lugar de penetración lo ocupa la prensa, el cual está determinado no solamente por la des--ventaja que le significa la rapidez, amplitud y bajo costo -- con que se emiten los mensajes de radio y televisión, sino -- también por los elevados índices de analfabetismo que preva--lecen en México. Baste recordar que el promedio educativo a -

nivel nacional oscila entre los 3.5 y los 4 años de escolaridad para comprender que los alcances de la prensa escrita son relativos. (24)

Por otra parte, los medios de comunicación han desempeñado un papel relevante en la historia política de México.

La Revolución Mexicana (1910-1917) llevó al poder a un Gobierno comprometido, al mismo tiempo con el sector privado y con una profunda reforma social. La Revolución intentó integrar a nuevos sectores de la sociedad, (los pobres del campo) y regiones olvidadas, alejadas de la capital, a la corriente principal de la cultura y la política del país. El gobierno revolucionario utilizó y subvencionó diferentes formas de música, teatro, cine y radio para promover un sentido de identidad nacional. Al amparo del principio del Gobierno mexicano de una economía mixta, la radio comercial de propiedad privada creció codo a codo con la radio de servicio público de propiedad estatal. El Estado mexicano utilizó la radio primero, como instrumento de información y propaganda, y luego como instrumento al servicio de la cultura y la educación.

---

24.-Leñero Vicente, Marín Carlos. Manual de Periodismo. Ed. - Grijalbo S. A., México, 1986, pág. 23.

En los años cuarenta sin embargo, la presión del sector privado tanto desde dentro como desde afuera del partido gobernante, consiguió apartar al gobierno de la intervención -- estatal en la economía y establecer un control privado, en algunos casos transnacional. Este giro afectó muchos sectores de la economía, incluyendo la radio. En 1941, el gobierno mexicano había renunciado casi enteramente a todos los roles en el desarrollo de los medios de comunicación y había vendido emisoras de propiedad estatal a inversores privados. Con la retirada del gobierno de la radiodifusión, la televisión empezó en los años cincuenta, como una iniciativa enteramente privada.

En 1950, México se convirtió en el sexto país del mundo que disponía de televisión. Durante la presidencia de Miguel Alemán Valdés (1946-1952), el gobierno mexicano rechazó la idea de un sistema de televisión de propiedad pública al estilo de la radiodifusión europea. Los nuevos canales privados fueron propiedad de emisoras radiofónicas comerciales mexicanas afiliadas a redes estadounidenses de radio y televisión, la NBC y la CBS. El propio Alemán tuvo vínculos personales con la industria privada de la televisión

A comienzos de los años setentas, el gobierno mexicano-- emprendió una serie de reformas políticas y sociales necesarias para acomodar en el sistema político a nuevos grupos sociales y políticos y para preservar el poder del partido gobernante. Con objeto de llevar a cabo estas reformas, éste se vio en la necesidad de liberarse de su dependencia anterior -- respecto de los medios de comunicación privados y crear sus -- propios canales de comunicación.

Los esfuerzos de los presidentes Luis Echeverría (1970-1976) y José López Portillo (1976-1982) para conseguir que la televisión comercial se aconlase a los programas gubernamentales se tobaron con una fuerte oposición, tanto por parte de -- la industria privada como de facciones dentro del partido gobernante.

La oposición del sector privado, los vínculos personales entre miembros del partido dominante y los medios de comunicación privados consiguieron, finalmente, tener mayor peso que los sentimientos y las necesidades del gobierno favorables a las reformas.

Así mismo, la televisión privada en México no sólo ha tenido que enfrentar adversidades de índole política sino -- también problemas económicos. En 1986 Televisa dependía de -- los ingresos en dólares procedentes del extranjero, sus operaciones transnacionales incluyeron Univisión, una red de televisión en lengua española en Estados Unidos de Norteamérica que ingresó cerca de 80 millones de dólares en concepto de -- publicidad, y una empresa de distribución cinematográfica, establecida también en Estados Unidos, que supuso el 70% de las ganancias totales de los filmes de Televisa. (25)

---

25.-Fox Elizabeth. Medios de Comunicación y Política en América Latina. Ed. Gili S. A. de C. V., México, 1989, págs. 25, 30, 39, 48.

## 2.4 Técnicas contemporáneas de la información

El redactor de notas periodísticas necesita indudablemente una imaginación fértil para tejer palabras y frases en narraciones vígorosas, conmovedoras. Pero, al igual que otras formas de periodismo, la imaginación del redactor no debe colorear el contenido real de la nota.

A menudo es fuerte la tentación de inventar algo de la propia cosecha del periodista, sobre todo cuando hay escasa probabilidad de que el embuste sea descubierto. Pero el periodista profesional domina esa tendencia porque tiene cabal conciencia de la ética y de los peligros implícitos en el acto.

La nota periodística no debe ser alterada, de modo que todo color agregado a los hechos será engañoso para los lectores. Cuando el engaño es descubierto, sufre grandemente la credibilidad del periodista. Cabe señalar que el periodista profesional sabe que su propia reputación es vital para el éxito en la profesión. (26)

---

26.-Williamson Daniel. Técnica y Arte de la Nota Periodística. Ed. Editores Asociados S. A., México, 1977, págs. 11, 12.

Ahora bien, por otra parte, el género de información o informativo se manifiesta a través de ciertas formas periodísticas, entre las que podemos mencionar estas:

La gacetilla, se le llama también noticia breve, porque está compuesta por no más de cuatro párrafos cortos. Es resultado de varias circunstancias: a) de la imposibilidad de acumular datos sobre un acontecimiento importante, ya sea porque ha surgido en forma de versión, o porque el acontecimiento se ha producido a poco tiempo después del cierre de la edición; en este último caso, la gacetilla se convierte en una noticia de último momento, breve, a la manera de un flash radiofónico o televisivo; b) de la necesidad de rellenar un hueco que ha dejado un diagramado defectuoso por mal cálculo del material, y c) de la importancia menor de un hecho noticiable que no merece un texto largo ni ensanchamiento del título a más de una columna.

La gacetilla de noticia relevante resalta su importancia por el cuadro o recuadro que le rodea. Pero esta presentación puede ser engañosa si contamos con el hecho de que el cuadro y recuadro se emplean, a menudo, sólo como recurso estético.

El suelto, es también un mensaje breve, presentado asimismo, con las características formales de la gacetilla y a veces en recuadro, según la importancia que se le quiera otorgar. Difiere de la gacetilla en que su contenido consiste en un breve comentario a propósito de un acontecimiento, más propiamente, la versión de un hecho desde el punto de vista crítico.

Nota y artículo, son vocablos sinónimos y a la vez muy distintos, que se emplean en la jerga periodística para referirse a todo material elaborado en la redacción, ya sean noticias o comentarios; pero en un sentido más estricto entendemos por nota la relación escrita de un acontecimiento de interés noticioso; artículo, vendría a ser el trabajo de interpretación dentro de la función básica de opinión.

La crónica, la palabra crónica sugiere inmediatamente la expresión cronología, relación en la que el elemento tiempo o más precisamente la sucesión temporal de un hecho determina la estructura de la noticia. Acontecimientos deportivos, viajes, sucesos políticos y otros, son aptos para una crónica periodística. No se trata de la sujeción rígida, cronomé-

trica en el curso del acontecimiento, sino de la relación de incidentes relevantes del mismo, dentro de una sucesión ordenada. Precisa de una síntesis debajo de la cual se establece el orden cronológico. En esta estructura es notable la sujeción del periodista a la secuencia de los acontecimientos -- que no puede alterar sino en razón de la relevancia de datos, desechando de ese orden las anotaciones superfluas.

Nota de redacción, es una inserción del periódico que - va al comienzo o al final de una noticia, con la finalidad - de anotar aclaraciones, rectificaciones o confirmaciones de hechos, puntos de vista o informaciones dadas anteriormente por el medio impreso y que tienen relación con el nuevo mensaje. Ocurre frecuentemente cuando la fuente observa comportamientos comunicativos contradictorios o señala observaciones de inexactitud que comprometen el prestigio del periódico. La nota de redacción (N. de R.) es en sí un mensaje corto del propio medio.

La entrevista, hay dos formas quizás las más comunes de procesar la entrevista; una se realiza por medio de preguntas y respuestas fijas y la otra por medio de la selección -

de respuestas con una fuerte dosis interpretativa por parte del entrevistador. La primera forma aparece bajo la siguiente estructura: pregunta-respuesta, pregunta-respuesta.

La segunda forma somete el contenido de la comunicación producida en el acto de entrevistar a los niveles de interpretación del periodista quien elabora una introducción en el tema, una síntesis de lo dicho y recurre a citas textuales, describe situaciones del contexto comunicacional, se apoya en antecedentes, predice, etc. Esta estructura es más ágil, más atrayente, pero menos objetiva que la anterior. Es frecuente que los entrevistados se quejen, de eso, de que sus declaraciones fueron mal interpretadas.

La funcionalidad orientadora de los medios de comunicación, particularmente los impresos se desarrolla por medio del género de opinión principalmente, el cual se manifiesta a través de el editorial. Mediante la columna editorial, el periódico expresa su punto de vista sobre los acontecimientos de interés social. Por su vinculación con el suceso de actualidad, el editorial adquiere la obligación de ser oportuno, en cuanto a la forma, emplea por lo general una intro-

ducción enunciativa del hecho que va a tratar y luego desarrolla todo el caudal de apreciaciones subjetivas pertinentes, dentro del estilo que ha elegido.

Los editoriales, según el tema de que traten y bajo circunstancias políticas y sociales determinadas, pueden ser de los siguientes tonos:

a) Expositivo: El editorialista enuncia hechos conectados desde un punto de vista particular, sin añadir conceptos que revelen una posición abiertamente definida. En la exposición tenemos un muestreo seleccionado de elementos de juicio para el receptor.

b) Explicativo: Manifiesta las presuntas causas de acontecimientos, relaciona hechos en busca de una comprensión -- clara, de las interrelaciones de los elementos del hecho. Podría decirse que asume una posición casi pedagógica porque -- pretende enseñar, mediante argumentos lo más convincentes posibles la naturaleza e importancia del acontecimiento.

c) Combativo: Es característico de las posiciones doc--

trinarias, en pugna ideológica con otras; es también instrumento de lucha de clases o arma de reivindicaciones sindicales. Su función, es auténticamente propagandística para la catequización religiosa, partidista o sindicalista. Se vale de la denuncia oportuna, de la explicación unilateral, de la exposición de motivos y hechos cuidadosamente seleccionados; utiliza jerarquías de valores significantes. Acentúa la protesta, la condena, la oposición intransigente, en una lucha desenfrenada por la captura de adeptos o consecución de finalidades sectarias.

c) Crítico: Hace las veces de juez, en nombre de la opinión pública. Cuida especialmente de formar ante esa opinión que dice representar, una imagen de imparcialidad e independencia absoluta. De esa visión depende el atributo que se -- autoseñala de autoridad moral para juzgar las cosas desde un sitio no comprometido y neutral. Es el editorial que prefieren los periódicos que se proclaman a si mismos organo independiente.

e) Apologético: Pertenece a los organos oficiales de gobierno. Su finalidad es divulgar en el tono más apasionado -

posible las bondades de un sistema de gobierno. Toda obra política, por insignificante o rutinaria que sea en verdad, es motivo de alabanzas y exageraciones. Este tipo de editorial es fundamentalmente propagandístico y también puede ser combativo, según las circunstancias.

f) Admonitorio: Pretende el mantenimiento de un equilibrio permanente en el sistema frente a las contradicciones -- que alcanzan niveles de grave enfrentamiento. Exhorta al cumplimiento de reglas, advierte los peligros, señala experiencias anteriores para ejemplificar, llama a la concordia, al orden, a la paz; su tono es sereno, reflexivo, paternal en -- muchos casos.

g) Predictivo: Sobre la base de análisis de situaciones diagnósticas resultados de tipo social y político. Anota probabilidades, con fundamentos estudiados, casi científicos, -- como por ejemplo las elecciones. (27)

El común denominador de los editoriales es su enlace -- con la noticia.

27.-Rivadeneira, obra citada, págs. 227-229.

Precisamente lo que le otorga rango de mensaje periodístico es su relación con un hecho actual. Normalmente un lector no espera encontrar en la página editorial del periódico un comentario acerca de los motivos que llevaron a los mayas a construir pirámides en Yucatan, ni la forma en que los antiguos egipcios sepultaban a sus faraones. Sabe que estos intereses suyos pueden ser satisfechos por una cantidad de libros especializados. Lo que busca en un editorial es una explicación, una orientación acerca de lo que está sucediendo todos los días y que le afecta inmediata y personalmente.

Si en vez del mensaje esperado, un periódico publica en su editorial comentarios sobre las pirámides mayas o las tumbas de los faraones egipcios, habrá razón para suponer que -- allí hay una situación anormal que puede deberse a la autocensura, a la censura por intolerancia política y desconocimiento de la libertad de expresión o hay una deliberada intención de ignorar la realidad, sin dejar de mencionar que en el último de los casos puede deberse también a un desconocimiento de lo que sucede a su alrededor, aunque este último parece muy poco probable o irreal.

### **CAPITULO III**

---

- 3.1 El factor psicológico en la información**
- 3.2 Influencia de la información sobre el receptor individual**
- 3.3 Influencia de la información sobre las masas**
- 3.4 Influencia sobre la toma de decisiones políticas**
- 3.5 El derecho a la información**

### 3.1 El factor psicológico en la información

Instituciones como la familia, el pueblo, el barrio, etc. hoy en día están abrumadas, en un sentido, por la gran ciudad y en otro, por las zonas suburbanas. Esto trae como visible--consecuencia que el hombre, a partir de ese momento, se convierte en un número estadístico. Sin embargo a pesar de estar inserto en una sociedad de masas, rechaza intuitivamente toda información que signifique una tendencia o condicionamiento,-rechazo que se produce por tres razones:

1) Porque cualquier tendencia es una limitación a la libertad de pensamiento.

2) Porque supone una falta de respeto al espíritu crítico de cada persona.

3) Porque niega sistemáticamente la necesaria opción de participación de la persona en el proceso informativo, aparte de las perturbaciones que pueda causar.

Una manipulación tendenciosa de la información conduce-- a la audiencia a una postura de escepticismo, de aquí la exi-

gencia de lo que debe ser una información que intente ayudar al individuo a cumplir con sus deberes, y que además debe estar a la altura de la dignidad de la persona, acorde con sus aspiraciones y necesidades específicas para poder formar así su capacidad crítica sobre cada tema de trascendencia social que se produzca.

Esta circunstancia exige que jamás se debe elaborar la información a espaldas de las necesidades del individuo o de las de un grupo de personas, sino presintiendo, midiendo, -- cuantificando cuáles son las necesidades del individuo o del grupo y antes de que se ponga en marcha el proceso informativo. En esta especie de vicio de origen, de no saber medir -- las necesidades del receptor de la información, puede estar la clave de su pasividad ante la información, pasividad que genera en él una actitud de desentendimiento.

Llegar al dominio de esa actitud, impone el estudio y análisis de tres factores: a) La información que necesita cada persona, b) La información que ordinariamente se comunica a la persona, y c) El uso que hace la persona de la información que le es comunicada.

Por otra parte, cabe señalar que las investigaciones psicossociales sobre la información y su incidencia en el individuo y en la sociedad han demostrado que: La información y la opinión pública no se producen nunca y absolutamente en condiciones puras, sino que están sujetas siempre a condicionamientos concretos que pueden ser psicológicos o sociales, y que -- la comunicación misma está sometida a impurezas en cuanto a todo su proceso, tanto en su origen como en su destino, y lo mismo ella que su contenido informativo, pueden producir unos efectos positivos o negativos de tipo psicológico. (28)

Por citar algunos ejemplos de efectos positivos psicológicos, puede decirse que los medios informativos contribuyen poderosamente a facilitar la comunión en la convivencia humana, permitiendo que los individuos se sientan identificados con -- los grupos sociales a los que pertenecen, así mismo, las noticias del área geográfica y de los grupos en que el hombre se mueve; poseen una gran carga psicossocial que le da plena conciencia de su pertenencia al medio social y le lleva a alinearse en las tendencias de opinión que en el mismo se manifiestan, más aun, los acontecimientos que le narran los medios de comu-

---

28.-De la Nota Ignacio. Función Social de la Información. Ed.- Paraninfo S. A., Madrid España, 1988, pags. 144, 145.

nicación, por muy distantes que le resulten, pasan a ser sus acontecimientos.

En cuanto a los efectos negativos, estos radican significativamente en la capacidad que tienen los medios de comunicación masiva, sobre todo los audiovisuales, para influir sobre la opinión pública, desviando la atención de temas - - trascendentes y dirigiéndola hacia otros temas triviales. Es tal la complejidad de los estímulos provocados a través de-- los medios de comunicación, que pueden llegar a privar al individuo de la libertad de elección.

Las consecuencias de esa difusión, no pueden ser más funestas para el individuo en sí y para la sociedad en que se integra, ya que generan apatía social o la apatía política, si no es que ambas, siendo la deshumanización razón de la primera y la abstención electoral de la segunda.

### 3.2 Influencia de la información sobre el receptor individual

En el proceso informativo, la problemática que plantea la recepción de los mensajes es tan importante como la intención y el propósito del emisor. El público destinatario, convertido en el censor último de la información difundida, por lo general tiende a seleccionar o a filtrar los mensajes para encontrar en los mismos unos medios de protección o de --autodefensa, buscando en ellos el apoyo a sus convicciones, a sus actitudes y a su comportamiento.

Esta selección de mensajes se opera en tres niveles:

a) Existe, ante todo, una selección en la recepción de la información.

b) La selectividad opera también en la retención o memorización de los mensajes informativos. Las personas tienden a recordar lo que apoya sus puntos de vista y a olvidar aquello que los contradice.

c) Existe una selección interpretativa, que tiende a alterar el contenido de aquellos mensajes opuestos a las preferencias o simpatías del receptor. (29)

Sin embargo, para valorar la actuación de los medios de información y evaluar su influencia sobre receptor individual no debe hacerse aquella aisladamente sino que debe efectuarse en relación con los diferentes factores que confluyen en la sociedad y en el tiempo en que lo hacen, así como por el medio o medios por los que le llega esa influencia.

Asimismo, la importancia de la información en la creación o influencia de criterios personales, sea intencionadamente, por las técnicas de la publicidad, o de forma espontánea, por la importancia del hecho informativo en sí, ha llevado a las fuerzas políticas a luchar por conquistar los medios de información. Tal intención se apoya en esa función social que realiza la información, cuyos efectos son notorios en la evolución cultural del individuo, en su conformación política, y en su participación o abstención en la actuación pública, sin olvidar que esos efectos pueden tener muchas y diferentes --

---

29.-De la Mota, Ignacio. op. cit. pag. 235.

reacciones en el público, según la formación que éste tenga, sus hábitos y costumbres, el medio de información que más -- utilice, etc., y ello dentro de su circunstancia en el lugar, en el tiempo y hasta en su estado de ánimo.

Es por ello, que los que permanecen fuera del gobierno y se mantienen en la oposición, esperando su momento de lograr el triunfo, denuncian, una y otra vez, el abuso que se hace del empleo de los medios masivos propiedad del Estado, -- así como de los que no lo son. Acusan al gobierno de silenciar su voz y de amplificar la de sus correligionarios.

Ahora bien, el individuo en su papel de receptor de las informaciones no se acerca a ninguno de los medios masivos -- imaginando que éste puede infuir muy directamente sobre él, -- sobre su ideología, hábitos, costumbres o gustos; sin embargo, una larga, constante, sutil y hábil presión informativa puede llegar a cumplir esa función.

Como ejemplo, baste mencionar el aparato propagandístico desplegado en su día por todas las fuerzas participantes en la Segunda Guerra Mundial y, muy especialmente en la --

Alemania hitleriana, por el nazismo. Ese conocimiento del -- gran poder de persuasión de la información en la citada guerra fue utilizado por todos los países beligerantes y, especialmente por los de ideologías totalitarias. Algo similar-- ocurrió en los Estados Unidos de Norteamérica durante y después de la mencionada guerra mundial. Si analizamos las películas filmadas por esa época, advertiremos que siempre presentaban al guapo, alto, rubio y heroico combatiente americano frente al feo y malo alemán.

Por lo antes mencionado, podemos decir que para prevenir de algún modo la influencia que pueda producir la información habrá que tener en cuenta el nivel cultural del receptor así como su condición social, política y económica.

### 3.3 Influencia de la información sobre las masas

En el último cuarto de siglo, la tecnología ha experimentado un progreso a un ritmo realmente acelerado, este progreso ha proporcionado un protagonista, desconocido hasta entonces, a los medios informativos, que les ha llevado a influir, e incluso a formar opiniones, en los hombres de las sociedades industrializadas y masificadas en que vivimos.

Esta influencia de la información sobre las masas es la que ha llevado a determinar que todos los medios han de ser-- utilizados para el bien de la sociedad y para una mejor convivencia entre sus miembros, tanto en el plano social como político. Para conseguir esos objetivos, los medios deben ofrecer una información verídica y objetiva y ésto sólo es viable cuando existe una libertad absoluta que permite transcribir y traducir noticias sin ningún tipo de interferencias, la única limitación aceptable y discutible sería la que viniera dada-- por el propio emisor que, en todo momento, debe tener conciencia de la responsabilidad que supone estar informando a las-- masas.

La actualidad, y haciendo de nuevo referencia al desarrollo experimentado por los medios informativos, demuestra que la actitud de los mismos sobre determinados acontecimientos históricos contribuyó a crear una corriente de opinión a nivel internacional, que serviría de detonante para acelerar la solución de los conflictos.

La guerra franco-argelina, en la década de los cincuenta, chocó con una opinión altamente sensibilizada que favoreció la lucha de liberación llevada a cabo por el país africano. La guerra de Vietnam fue detenida, en parte, por una opinión mundial que masivamente solicitó la retirada de las tropas estadounidenses de aquel país. En estos acontecimientos, y por las posiciones que tales opiniones sostuvieron frente a ellos, puede decirse que los medios informativos se convirtieron en un factor fundamental en la formación de esa opinión, con lo que quedó de manifiesto tanto su gran poder como su facilidad para crear determinados estados de opinión--según sea el caso.

Si analizamos las convulsiones políticas de los últimos años, tanto las de carácter revolucionario como las de indo-

le independentista, resalta el tremendo papel que tuvieron-- en todas ellas los medios informativos. Puede decirse que -- sin su existencia no hubieran sido posibles las citadas convulsiones, como tampoco el proceso de cambio observado por-- los regímenes totalitarios hacia los democráticos.

Por otra parte, si lo fundamental en una sociedad plura lista es la participación ciudadana, los medios informativos deben ser un poco la conciencia de esa sociedad, motivándola para que sea protagonista de su propia historia. Es fundamental que los medios informativos motive las conciencias ciu dadanas así como las de los políticos para que lleve a los-- primeros a no inhibirse ante los problemas sociales y exija-- a los segundos mayor eficacia en la solución de los proble-- mas, e igualmente mayor conexión con la realidad social.

Que cumplan ese cometido depende de quién posea el control de los medios y de su ideología. Ya que si se trata de medios propiedad del Estado, entonces el problema es aún de-- más difícil solución en virtud de que el partido en el poder trata de manejar esos medios en servicio de su política partidista. En esas circunstancias, los partidos de la oposición

no cejan en sus denuncias contra el gobierno porque se sienten víctimas de la discriminación informativa y testigos impotentes del abuso de poder.

Por último, cabe señalar que al ciudadano ya sea lector, oyente o espectador, se le ofrecen pocas posibilidades para establecer comunicación con el medio que le informa, ya que al parecer éste lo considera como un sujeto pasivo al que solo le asiste el derecho a recibir información, pero al que se niega la oportunidad de responder.

### 3.4 Influencia sobre la toma de decisiones políticas

Durante los años setenta, en la gran mayoría de las naciones latinoamericanas, la potestad de decidir qué papel le asignaría a su medio informativo no la tenía el director del medio, porque se la arrebató el gobierno. Esto no significaba que quedara enteramente despojado de la posibilidad de influir en el gobierno, sino que había de llevar el juego -- bajo unas reglas no preparadas por él.

Como ejemplo de lo antes mencionado, baste recordar el caso de Chile, allá por el año de 1973 cuando el país era gobernado por una coalición izquierdista encabezada por el presidente Salvador Allende, los medios informativos prácticamente desaparecieron. Cuando los militares golpistas se apoderaron del gobierno, una de sus primeras órdenes consistió en denegar a los medios masivos cualquier papel político. A los cristianodemócratas, que colaboraron con los militares-- durante un tiempo, se les permitió conservar un periódico y una emisora de radio, de la noche a la mañana fueron clausurados todos los medios informativos izquierdistas, y la única función política que se les permitió a los que quedaron fue-

la de alabar al régimen, si querían hacerlo y la mayoría quisieron y, con el transcurso de los años, la de sugerir respetuosamente al gobierno qué medidas convenía tomar. De este modo las críticas sólo se podían ver, como una traición.

Por lo que, tratando de encontrar alguna función que -- atrajese clientela bastante para sobrevivir en el terreno económico, los medios informativos chilenos se entregaron a una función casi puramente comercial, con lo cual su único mérito ante los lectores y espectadores era la buena disposición para acoger publicidad.

En Cuba, Fidel Castro después de la victoria, se procuró los medios informativos para revestir de poder sus programas y para mantenerse él personalmente en el poder. Desde 1974, -- aproximadamente, el régimen de Castro se ha esmerado en construir un aparato de críticas dentro del sistema, el caso ha-- llegado al extremo de enviar reporteros de los periódicos a-- investigar las quejas recibidas del pueblo en relación con reparaciones deficientes de las calles, ineficiencia de los funcionarios, rudeza con los consumidores y cosas por el estilo, sin embargo, no se puede ni pensar siquiera en críticas al --

propio régimen. (30)

Por otra parte, los ciudadanos latinoamericanos no han--  
adquirido todavía la costumbre de una transferencia pacífica  
del poder, por el contrario, ha sido más frecuente que tal--  
transferencia tuviera lugar fuera de las elecciones que las--  
respectivas constituciones establecen. De modo que lo más ha  
bitual es que un gobierno latinoamericano cambie en el momen--  
to en que el pueblo o los militares, ya no puedan soportarlo  
más. El punto culminante no lo originan solamente las accio--  
nes del gobierno, sino también la interpretación que los que  
censuran al gobierno particularmente los situados en medios--  
informativos dan a tales acciones.

Asimismo, las críticas de los medios masivos respecto a  
los gobiernos pueden causar tres clases de efectos: pueden--  
enojar lo suficiente a los gobernantes para que tomen repre--  
salias, pueden excitar al pueblo en la medida suficiente pa--  
ra derribar al gobierno por la fuerza o mediante elecciones,  
y pueden servir de estímulo para que el gobierno cambie de--  
comportamiento. Al respecto cabe mencionar las dificultades--  
que sobre su persona atraen temerariamente los que critican--

---

30.-Pierce N. Robert. La Libertad de Expresión en América --  
Latina. Ed. Mitre, Barcelona España, 1982, pags. 291, 296-297.

al gobierno. Pedro Joaquín Chamorro, editor que dirigió la lucha contra el hombre fuerte de Nicaragua, Anastasio Somoza, fue abatido a tiros en las calles de managua. Alberto Gainza Paz, propietario de la Prensa, el famoso diario de Buenos Aires, logró que lo condenaran al exilio y que le incautaran su periódico, por haber criticado incesantemente a Perón.

En México, allá por el año 1970, a instancias del presidente Luis Echeverría, entonces en el poder, la prensa se inclinó poco a poco, cautelosamente hacia una crítica y una información franca y sincera, aflojar la presión sobre los medios masivos fue una promesa de la campaña de Echeverría, organizó una investigación sobre su propio régimen y estimuló la crítica de los programas del gobierno desde dentro, así como desde los medios masivos. Los medios informativos mexicanos, muy notablemente el diario de la capital Excelsior, se convirtieron en observadores admirables y publicaron historias en las que ni se habría podido soñar siquiera en años anteriores, y aunque estas historias no se convirtieron, ni mucho menos en el tema dominante del periodismo mexicano, su publicación se consideró como un paso gigante para ver revelaciones ocasionales de males tanto tiempo ignorados, tales-

como la brutalidad de la policía, las exigencias habituales de sobornos, etc. En 1974, una serie de revelaciones sobre arbitrariedades de la policía dio a los lectores una clase de entretenimiento totalmente nueva para ellos. En uno de los casos, el Excelsior publicó que la muerte de un sindicalista, en Yucatán, se había solucionado con la detención del jefe de la policía de esa entidad.

Una ilustración de cómo los medios pueden ayudar a reformar al gobierno, la constituye un reportaje aparecido en el Excelsior unos días después, dicho reportaje puso al descubierto que unos hombres armados, habían disuelto una reunión juvenil organizada por un partido de la oposición, para documentar el reportaje, publicaba cinco fotografías mostrando claramente a los agresores, posteriormente identificados como policías de servicios especiales, después de haber sido publicadas estas revelaciones, el gobernador de Yucatan se apresuró a ordenar una investigación. La publicidad, más que la brutalidad, sorprendió a los líderes políticos de la oposición, quienes dijeron que tales agresiones eran cosa de los días, pero su publicación significaba un cambio.

De igual forma, había quien se atrevía a criticar al presidente Echeverría, lo que se hizo frecuente en los últimos años de su gobierno. Un redactor de una revista decía que había sido un grosero en ocasión de la visita oficial de la reina británica Isabel II al exhibirla en un vehículo que parecía un coche de bomberos y cometer torpezas tales como besarle la mejilla, cogerla del brazo y acudir a saludarla sin vestir traje de etiqueta.

Pero sin embargo, más adelantado su período presidencial, se hizo evidente que la actuación práctica de Echeverría se apartaba bastante de su programa teórico, y por ende, su tolerancia y su paciencia respecto a las críticas quedaba ya en muy poca medida.

La política que había declarado Echeverría coincidía con las demandas de libertad de Julio Scherer García, director del periódico Excelsior, quien había ascendido a la dirección en 1968. Se decía que Echeverría quería pasar de la presidencia de México al despacho del secretario de las Naciones Unidas, y este paso requería de una imagen internacional favorable. La serie constante de ataques del Excelsior contra las

intenciones diplomáticas de Echeverría, alcanzaron su momento culminante cuando denunció el apoyo de México a una resolución presentada en Naciones Unidas equiparando el sionismo-- al racismo, esto obligo a Echeverría a cambiar su rumbo y a buscar la reconciliación con Israel. A principios de 1976,-- otros medios masivos acusaron al Excelsior de poco patriótico e irresponsable, los ataques más duros provenían de Televisa, cuyos locutores se sumaban a la campaña con celo extraordinario, muchos periodistas del Excelsior hallaron que sus fuentes de información del gobierno desaparecían, entretanto el Excelsior continuaba con sus revelaciones sobre actividades del gobierno, incluyendo algunas relativas a José López-Portillo, entonces candidato a la presidencia.

Transcurridos seis meses, unos trescientos habitantes-- invadieron un terreno que el Excelsior había comprado en -- 1959 como parte de un programa para ampliar la empresa, contaba con un certificado del gobierno que acreditaba su derecho al terreno, con este certificado sus abogados fueron de un-- despacho a otro, tratando de que se expulsara a los invasores, y sólo hallaron negativas, sin que se les diera ninguna explicación.

Esto motivó, que un grupo de miembros disidentes convocara a una asamblea para el 8 de Julio, la línea estaba trazada ahora el ataque contra Scherer y sus asociados se trasladaba al seno de la cooperativa. El director del periódico de la -- tarde, filial del Excelsior, Regino Díaz, emprendió la tarea-- de persuadir a los socios de la cooperativa de que Scherer estaba destruyendo la salud económica de la cooperativa, al no-- conseguir que se echara del terreno a los ocupantes.

La cooperativa tenía mil trescientos ocho socios, buena-- parte de los cuales se reunieron para la trascendente asamblea general a las doce del día, como señas distintivas muchos de-- los disidentes llevaban sombreros blancos de paja. Siempre -- que los redactores pretendían hablar, los disidentes sofoca-- ban su voz con gritos y consignas, por fin abandonando el em-- peño, los partidarios de Scherer salieron del salón y se fue-- ron a sus despachos, a Scherer y a otros seis los expulsaron de la cooperativa, votando a gritos. La noticia de la expul-- de Scherer, uno de los acontecimientos más comentados del año fue retirada de los medios masivos más importantes y competi-- tivos de la ciudad, cuyos habitantes sólo consiguieron repor-- tajes a través de publicaciones extranjeras y de periódicos--

del interior del país.

Más tarde el periódico trató de reconstruir su imagen-- liberal publicando críticas contra el gobierno, pero había-- perdido ya la credibilidad.

No quedando tribuna para el debate, la disputa Scherer-- Echeverría se desvaneció de la noche a la mañana. Sin embar-- go, el presidente estaba molesto por las críticas extranjeras y publicó una declaración oficial negando toda participación de su gobierno. Scherer consiguió formar una nueva empresa-- para publicar una revista, no fue fácil, entre otras cosas-- no pudo conseguir papel de la Productora e Importadora de -- Papel, S. A. A pesar de todo, la revista apareció publicada-- el 6 de noviembre, en papel comprado en el mercado libre.

Pipsa (Productora e Importadora de Papel, S. A.) funda-- da en 1935, reparte papel a sus afiliados a precio de mayo-- ristas, y además, sin la carga de los impuestos de importa-- ción. En cierto modo entre los propietarios de los periódicos más importantes y Pipsa ha surgido una relación amistosa que perdura.

El gobierno posee el sesenta por ciento de las acciones de Pipsa, frente al cuarenta por ciento de los dueños de periódicos. Un comprador de papel puede ignorar a Pipsa, solicitar un permiso de importación, comprar el papel directamente a proveedores extranjeros y pagar el impuesto de importación, del cual Pipsa esta exenta. (31)

### 3.5 El derecho a la información

Wesley C. Clark, sugiere como concepto de derecho a la Información el siguiente: "Es el derecho a conocer las cosas que son necesarias para la supervivencia y para la búsqueda del bienestar". (32)

El artículo XI de la Declaración de los Derechos del -- Hombre y del Ciudadano de 1789, decía: "La libre comunicación del pensamiento y de las opiniones es uno de los más preciosos derechos del hombre. Todo ciudadano puede por lo tanto, hablar, escribir, imprimir libremente, salvo la responsabilidad por el abuso de esta libertad, en los casos determinados por la ley". (33)

Conforme el artículo 18 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, "Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión"; y, por el artículo 19, se reconoce que "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-

---

32.-Wesley C. Clark. El Derecho a la Información. Ed. CIESPAL Quito Ecuador, 1968, pag. 2.

33.-De Guzman Polanco Manuel. Derecho Internacional y Periodismo. Ed. CIESPAL, Quito Ecuador, 1964, pag.64.

de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión". (34)

El artículo 10 del Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades fundamentales de 1950, indica textualmente: "Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas sin que pueda haber ingerencia de autoridades públicas y sin consideración de fronteras. El presente artículo no impide que los Estados sometan a las empresas de radiodifusión, de cinematografía o de televisión a un régimen de autorización previa. El ejercicio de estas libertades, que entrañan deberes y responsabilidades, podrá ser sometido a ciertas formalidades, condiciones, restricciones o sanciones previstas por la ley, que constituyan medidas necesarias, en una sociedad democrática, para la seguridad nacional, la integridad territorial o la seguridad pública, la defensa del orden o la prevención del delito, la protección de la salud o de la moral, la protección de la reputación o de los derechos ajenos, para impedir la divulgación de informaciones confi-

34.-De Guzman, Manuel. op. cit. pag. 68

denciales o para garantizar la autoridad y la imparcialidad del poder judicial". (35)

En México, no fue sino hasta el año de 1977, que el -- derecho a la información fue contemplado en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, hasta ese entonces, el texto del artículo sexto constitucional establecía: "La-- manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisi-- ción judicial o administrativa, sino en el caso de que ata-- que a la moral, los derechos de tercero, provoque algún deli-- to o perturbe el orden público".

La enmienda consistió en la adición de una frase: "el-- derecho a la información sera garantizado por el Estado".

Como primer punto analizaremos el origen de esta modifi-- cación constitucional. El primer documento que hizo alusión-- al derecho a la información fue el Plan Básico de Gobierno-- 1976-1982, definiéndolo como el derecho de todos los sectores sociales a informar y ser informados, el documento fue apro-- bado después de la designación de José López Portillo, como--

35.-Soria, Carlos. Derecho a la Información y a la Honra. Ed. ATE, Barcelona España, 1981 pag. 34.

candidato a la presidencia de la república por el PRI (Partido Revolucionario e Institucional), el plan estuvo coordinado por el entonces presidente del PRI, Jesus Reyes Heróles, el-- que a la postre fuera secretario de gobernación. El Plan Básico sostenía que el Derecho a la Información era un instrumento de liberación y no de explotación de conciencias alienadas con fines de lucro o poder. Y proponía en consecuencia, una revisión de la función social de los medios informativos, así-- como una evaluación de los procedimientos y formas de organización de las entidades publicas y privadas que producen información, ya sea escrita, o a través de la radio, la televisión y el cine. El mismo documento elaborado en 1975 señalaa-- que lo "derecho a la información significa superar la concepción exclusivamente mercantilista de los medios de comunicación: significa renovar la idea tradicional, que entiende el derecho de información como equivalente a la libertad de expresión: es decir libertad para el que produce y emite, pero-- que, se reduciría si ignora el derecho que tienen los hombres como receptores de información".

La iniciativa presidencial que propuso modificar el artículo sexto relativo a la libertad de expresión, fue enviada--

a la Cámara de Diputados en Octubre de 1977 junto con las reformas y adiciones referentes a los partidos políticos y a la mecánica electoral. En las consideraciones preliminares, se -- afirmó que se trataba del primer paso de la reforma política, y destacó la necesidad de "garantizar en forma equitativa a los partidos políticos nacionales la disposición de los medios que les permitan difundir con amplitud sus principios, tesis y programas".

La propuesta presidencial dice textualmente que la mencionada "prerrogativa de los partidos tiene el propósito de dar vigencia en forma más efectiva al Derecho a la información que, mediante esta Iniciativa se incorpora al artículo-- sexto, que será básico para el mejoramiento de una conciencia ciudadana y contribuirá a que ésta sea más enterada, vigorosa y analítica, lo cual es esencial para el progreso de nuestra sociedad. Siendo los partidos políticos entidades fundamentales en la acción ideológica y política, el ejercicio de su derecho a difundir sus ideas en los medios de comunicación social se traducirá en el mayor respeto al pluralismo ideológico y cobrará plenitud la libertad de expresión y su correlativo derecho a la información".

El texto de la iniciativa presidencial no deja lugar a dudas, el derecho a la información se planteó para ser ejercido en un marco estrictamente electoral.

Con este antecedente tan amplio, resulta interesante que el texto que envió el Presidente López Portillo a la Cámara de Diputados para adicionar el artículo sexto, no fundamentó la propuesta con ninguna otra argumentación, que la concerniente a la necesidad que tendrían los partidos políticos de contar con medios que les permitieran difundir con amplitud sus principios, tesis y programas.

La adición propuesta por el entonces Presidente de la República, es aprobada sin hacer referencia a la argumentación presidencial en torno al acceso que debieran tener los partidos políticos a los medios informativos. En efecto, el dictamen de las Comisiones Unidas de Estudios Legislativos y Primera de Puntos Constitucionales, centró su respuesta en la necesidad de instituir una garantía social llamada Derecho a la Información, ya que en el país no se disfruta de un grado aceptable de cultura general, ni de educación política y se carece de posibilidades de consulta y comprobación en las fuen-

tes emisoras. Respecto a la adición al artículo sexto, el dictamen de la Cámara de Diputados terminó diciendo que las Comisiones Dictaminadoras la consideraron oportuna y pertinente, sin mayor exposición de motivos. De lo hasta aquí expuesto, parecería que en su momento existieron contradicciones, -- por una parte, la propuesta del Presidente López Portillo omitió los postulados generales que sobre el Derecho a la Información expresa el Plan Básico de Gobierno que elaboró el PRI, y por otra parte, las Comisiones de la Cámara de Diputados -- encargadas de elaborar el dictamen sobre la iniciativa, eludieron completamente la argumentación presidencial.

Una vez incorporado al Artículo sexto, el derecho a la información fue objeto de múltiples y contradictorias interpretaciones. Se le consideró garantía individual, prerrogativa de partidos políticos, derecho social. El segundo informe presidencial anunció el fin de la polémica, el nuevo derecho sería reglamentado en el siguiente período ordinario de sesiones del Congreso. Ya garantizado el derecho a la información en la Constitución, el entonces secretario de gobernación Jesús Reyes Heróles expuso, en Octubre de 1978, ante -- los industriales de radio y televisión, los lineamientos ge-

nerales de la ley reglamentaria, precisando que se trataba-- de un derecho social vinculado a los modernos medios de difu-- sión masiva; entidades que no tienen derecho a imponer dicta-- dos sobre la conciencia, según afirmó el mismo funcionario,-- esta declaración desató inquietud entre los concesionarios,-- ya que se había hablado en nombre del primer mandatario, así mismo, indicó la exclusión de los partidos políticos como úni-- cos titulares del derecho a la información. Para diciembre-- de 1978 todo parecía indicar que con la reforma política se-- harían modificaciones importantes en los medios de difusión-- masiva, los lineamientos de la futura reglamentación al artí-- culo sexto constitucional contemplaban una pluralidad de emi-- sores y apuntaban restricciones para la información publici-- taria; las cámaras terminaron su período ordinario de sesio-- nes sin recibir la iniciativa, en su lugar, se convocó a au-- diencias públicas para discutir en el seno de la Comisión-- Federal Electoral los aspectos que deberían ser considerados en la ley reglamentaria. Enero de 1979 marca el inicio del-- retroceso en las proposiciones del mismo gobierno. El capi-- tal monopólico nacional e internacional que detentan las -- concesiones de los medios de difusión electrónicos, presiona--

ron para que no se legislara sobre el derecho a la información. Parte de la prensa, así como el consorcio televisivo -- privado instrumentaron campañas, con la intención de consolidar el primer objetivo: hacer silencio total en torno a la legislación pendiente y aplazar las audiencias públicas solicitadas expresamente por el presidente de la república. (36)

Hasta aquí parece reciente el anuncio hecho el 10. de septiembre de 1978: en el período ordinario de sesiones se enviaría a las Cámaras la ley reglamentaria del artículo - - sexto constitucional. Nunca llegó. En su lugar el presidente ordenó que se convocara a los ciudadanos a expresar su opinión sobre el contenido de la ley reglamentaria, a través de audiencias públicas que se realizarían en la entonces Comi-- Federal Electoral. Nunca se convocaron, el tercer informe presidencial debió explicar los motivos, no lo hizo. El sujeto del derecho a la información ya no admitía equívocos como en los dos primeros años del sexenio, no cabía preguntarse si serían sólo los partidos políticos, como lo señalaba la iniciativa presidencial para modificar el artículo sexto, ni era oportuno rescatar el contenido del Plan Básico de Gobierno sobre el derecho a la información. El tercer informe el--

36.-Fernandez Christlieb Fatima. Los Medios de Difusión Masiva en México. Ed. Juan Pablos, México, 1990, page. 230-240.

vida estos cuestionamientos.

Tiempo despues, veinte audiencias públicas se celebraron entre el 21 de febrero y el 6 de agosto de 1980, para conocer la opinión de la ciudadanía sobre la futura reglamentación -- del artículo sexto constitucional. En la última sesión comparecieron tres fuerzas relevantes: el movimiento obrero, el -- PCM (Partido Comunista Mexicano), y el consorcio privado de-- televisión (Televisa), el primero, representado por el secretario de educación de la Confederación de Trabajadores de -- México (CTM), el segundo por un miembro de su comité central y el tercero, por su vicepresidente ejecutivo, quien no se -- presentó personalmente, pero hizo llegar su documento. La CTM, presentó un documento cuyo sentido general se encuadró en un -- pronunciamiento a favor de la reglamentación con miras a una -- democratización de los medios de difusión que terminara con-- el control capitalista, el PCM se pronunció a favor de un -- cambio total del régimen de concesiones, proponiendo la cancelación de éstas a sus dueños, Televisa fue la única organiza-- ción que envió un texto en el que reiteró la posición sosteni-- da por sí misma durante los casi seis meses que duraron las-- audiencias, en dicho texto, se mencionaba que existían muchas--

disposiciones jurídicas, y que no hacía falta ni una más, así mismo manifestó que la legislación sobre la ley reglamentaria lesionaría la libertad de expresión. (37)

Al parecer, la prometida reglamentación sobre el derecho a la información se ha olvidado.

Por otra parte, los gobiernos además de informarse, deben informar oportunamente a los ciudadanos de todos aquellos asuntos de interés general. En nuestro país la Constitución-- establece en su artículo 72, inciso a), la obligación del - - ejecutivo de publicar las leyes aprobadas por el Congreso.

Asimismo, el Presidente de la República rinde un informe anual a la nación sobre el estado que guarda la administración pública, y acerca de los principales actos de gobierno y acontecimientos políticos, económicos y sociales más relevantes.

En la actualidad, se ha extendido el uso de las llamadas conferencias de prensa y los discursos televisados en los que el primer mandatario se dirige a la ciudadanía para informar acerca de algún acontecimiento trascendente.

37.-Fernandez, Fatima. op. cit. pags. 260-273.

Luka Brajnovic define el derecho a la información "como- una exigencia, continuación y aplicación práctica de la libertad de expresión". (38)

El mismo autor, señala que el derecho a la información-- es un requerimiento social cuando se trata de una información necesaria para todos o para muchos, cuando el interés por ella está justificado o cuando se refiere a la libertad de expresión. Es un derecho del informador y del público, de cada uno de los ciudadanos, de las personas. Y para cumplir este requerimiento, el derecho a la información presupone:

1. La libertad informativa (de expresión, de acceso a la información y de utilizar los conductos o medios informativos).

2. El derecho de fundar las empresas de los medios de comunicación social (de publicaciones periódicas, emisoras de radio y televisión, agencias).

3. El derecho a la búsqueda, reunión y explicación de la información conseguida directa o indirectamente.

38.-Brajnovic, Luka. Deontología Periodística. Ed. Universidad de Navarra S. A., Pamplona España, 1978, pag. 91.

4. El derecho a la transmisión, comunicación, publicación, divulgación y emisión de noticias, ideas y opiniones.

5. El derecho de ser informado veraz y honestamente sin encontrarse coaccionado o lesionado en su integridad moral.

6. La libertad de asociación con el fin de defender estos derechos propios del informador, de la empresa informativa y del público. (39)

CONCLUSIONES.

1.-La comunicación consiste en un proceso de interacción que estimula una reacción y que es tanto recíproco como alternado.

2.-La información no implica necesariamente recepción, la comunicación para serlo lo requiere, la información no se encuentra supeditada a una respuesta y en cambio la comunicación sí.

3.-Aunque la comunicación brinde información, esto no quiere decir que la información sea igual a comunicación, ni que toda información sea comunicación.

4.-Toda noticia presupone una manipulación, esto si partimos del hecho incuestionable de que es necesaria cierta interpretación de la realidad para que exista noticia.

5.-La omisión, la presentación exagerada de los hechos o la minimización de los mismos, constituyen formas poco éticas de manipular la información.

6.-La objetividad y la honradez en materia informativa, son palabras mayores que si se descuidan pueden transformarse en materia propia de manipulación por parte de intereses-- de individuos, grupos económicos, partidos políticos y otros.

7.-La objetividad absoluta exige del periodista una actitud de frialdad y crudeza, pero esto resulta imposible tratándose de seres humanos, lo importante es que el periodista tienda a reproducir lo más fielmente posible los hechos o lo que la fuente quiere decir.

8.-La información es una necesidad social que cumple una función social innegable, sin información veraz y oportuna,-- el ciudadano se mantendrá indiferente, pasivo o ineficaz en-- perjuicio de sí mismo y de la sociedad.

9.-Toda opinión pública, pretende influir sobre niveles de decisión, principalmente sobre la toma de decisiones políticas, para lo cual requiere de un mínimo de condiciones de libertad de expresión y de divulgación.

10.-La sociedad moderna requiere de un cierto número de garantías, que le aseguren que la información que recibe por conducto de los medios de comunicación tenga ciertas calidades que la hagan confiable, ya que a partir de ella, habrá de tomar el integrante de la sociedad, una serie de decisiones que van desde la selección de un objeto para el uso o el consumo, hasta la elección de sus gobernantes.

11.-La sociedad requiere también de que se le abran posibilidades de acceso a los medios de comunicación, de modo que lo que por ellos se transmite responda a la realidad de sus intereses y necesidades.

12.-El derecho a la información constituye una garantía de carácter social, que atribuye al Estado la función de asegurar para todos los integrantes de la sociedad, la recepción de una información oportuna, objetiva y plural.

BIBLIOGRAFIA

- 1.- Alcalde, Carmen. *Cómo leer un periódico*. Ed. ATE, Barcelona, España, 1981.
- 2.- Brajnovic, Luka. *Deontología Periodística*. Ed. Universidad de Navarra S. A., Pamplona, España, 1978.
- 3.- Calvo, Jorge Raúl. *Periodismo para nuestro tiempo*. Ed. -- Librería de las Naciones, Buenos Aires, Argentina, 1970.
- 4.- Clark, Wesley C. *El Derecho a la Información*. Ed. CIESPAL Quito, Ecuador, 1968.
- 5.- Domenach, Jean Marie. *La propaganda política*. Ed. Eudeba, Buenos Aires, Argentina, 1968.
- 6.- Fernández Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*. Ed. Juan Pablos, México, 1990.
- 7.- Ferrer, Bulalio. *Comunicación y Comunicología*. Ed. Eufesa México, 1982.
- 8.- Folliet, Joseph. *La información Hoy y el Derecho a la información*. Ed. Sal Terrae, Santander, España, 1971.
- 9.- Fox, Elizabeth. *Medios de Comunicación y Política en América Latina*. Ed. Gilli S. A. de C. V., México, 1989.
- 10.- Gutierrez, Hugo. *Información y Sociedad*. Ed. Fondo de Cultura Económica, México. 1974.

- 11.- Guzman, Manuel, de . Derecho Internacional y Periodismo. Ed. CIESPAL, Quito, Ecuador, 1964.
- 12.- Johnson, Stanley y Harris, Julian. El reportero profesional. Ed. Pax, México, 1970.
- 12.- Leñero, Vicente, y Marín, Carlos. Manual de Periodismo.- Ed. Grijalbo S. A., México, 1968.
- 13.- Martínez, José Luis. El Mensaje Informativo. Ed. ATE, -- Barcelona, España, 1977.
- 14.- Neta, Ignacio H. de la. Función Social de la Información. Ed. Paraninfo, Madrid, España, 1988.
- 15.- Nixon, B. Raymond. Opinión Pública y Periodismo. Ed. - - CIESPAL, Quito, Ecuador, 1967.
- 16.- Peredo, Roberto. Introducción al Estudio de la Comunicación, Teoría de la Comunicación I. Ed. Ediciones de Comunicación S. A. de C. V., México, 1986.
- 17.- Rivadeneira, Raúl. Periodismo, La Teoría General de los-Sistemas y la Ciencia de la Comunicación. Ed. Trillas, - México, 1977.
- 18.- Rivadeneira, Raúl. La Opinión Pública. Ed. Trillas, Mé-- xico, 1984.
- 19.- Smith, Alfred. Comunicación y Cultura. Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, Argentina, 1977.
- 20.- Soria, Carlos. Derecho a la Información y la Honra. Ed.- ATE, Barcelona, España, 1981.

- 21.- Williamson, Daniel. Técnica y Arte de la Nota Periodística. Ed. Editores Asociados S. A., México, 1977.
- 22.- Young, Kimbal. Psicología social de la propaganda. Ed. -- Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1969.