

22-a
2ej

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE
MEXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
CENTRO DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACION**

LA REGIONALIZACION DE NOTIMEX
Una defensa de los medios de comunicación del
Estado
- Estudio de caso -

Tesis que para obtener el grado de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación
presenta
Pablo Hiriart Le Bert
Asesor: Mtro. Jorge Calvimontes y C.
Ciudad Universitaria, junio de 1993.
México, D.F.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

UNAM



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.

Introducción

El maestro Antonio Menéndez propone que el desarrollo es pasar de una situación reconocida como insatisfactoria a una superior que sea sostenida, armónica y difusiva.

Es precisamente en esos tres aspectos sustanciales donde deseamos hacer énfasis porque consideramos que el desarrollo no sólo debe implicar la presencia de un mejoramiento económico y social sino apoyarse, también sustancialmente, en un proceso sostenido, armónico y difusivo de lo que se conoce como la comunicación social.

Menéndez sostiene, al respecto, que se requiere de una comunicación social idónea para obtener una actitud positiva y de participación sinérgica, constante y organizada de todos los hombres, considerados la subestructura del desarrollo social. Tal proposición significa que el desarrollo es, en la posibilidad de su fluida ejecución, un contexto comunicativo porque "sin la serie de los actos de comunicación permanentemente

Menéndez, reiterados por nuestros congéneres, nadie podría desarrollar los procesos mentales y la naturaleza social propia del hombre". *

La tarea primordial de los comunicadores es, en ese sentido, comprender que la comunicación social al mismo tiempo es un marco para investigar, planificar y realizar los procesos de la "vida contemporánea" también es, el instrumento de traslación que hace posible la participación convergente y divergente de los actores sociales, de sus conocimientos, sus capacidades, sus energías y voluntades. La comunicación social no agota su presencia en la elaboración proyectos de desarrollo sino que resulta permanente, tanto en la enunciación de sus objetivos y metas como en la transformación del modo discursivo en acción.

México vive un proceso histórico de afianzamiento renovado de sus planes de desarrollo; su ingrediente novedoso está constituido por la estrategia política, económica y social que, a partir de la puesta en marcha de cambios estructurales en los ámbitos de la economía,

el financiamiento y la producción competitiva para insertarnos al mercado internacional, se propone, también la instauración sostenida de un proceso de democratización de las formas de vida política. El discurso de la administración gubernamental hace constante alusión a la premisa de que el mejoramiento de las condiciones de vida de la sociedad mexicana debe ser integralmente concebido o sea que la democracia política ha de tener su equivalente coetáneo en la democracia económica y viceversa.

En la praxis del desarrollo las tareas de transformación estructural quedan en manos de los organismos encargados de la planeación política y económica. Aquello que corresponde al diseño de las políticas superestructurales, es decir, el planeamiento de las operaciones organizativas y la creación de los instrumentos de política pertenece a los mecanismos institucionales específicos. Por ello, en el caso particular de la comunicación social, el diseño o la readecuación de los aparatos difusores de la cultura, necesaria para

promover la participación consciente de los diferentes sectores sociales en las tareas del cambio, está librada a los medios difusores del Estado, a los núcleos directivos y ejecutores de la política comunicacional.

Esta es una encomienda urgente, necesaria e improrrogable. De la forma cómo se organice el trabajo de las instituciones difusoras depende, en modo significativo, que el proyecto de desarrollo del país responda al cumplimiento de los objetivos nacionales y a los de los requerimientos regionales y locales.

Sin embargo, la tarea de las instituciones y sus comunicadores no ha de limitarse al cumplimiento de la difusión y la propaganda. Ella tiene que desarrollarse hasta el punto de establecer una doble vía de intercomunicación eficiente que, así como difunda las perspectivas del proyecto a escala nacional, recoja y priorice no solamente las expectativas de los núcleos urbanos y rurales del país, sino también la atención de sus derechos y la introyección de sus responsabilidades que debe configurarse en la ineludible actitud

corresponsable y participativa, hasta hacerse protagónica en el entorno local y regional, de modo que esté inexcusablemente integrada al esfuerzo de la empresa nacional.

Desde que el centralismo administrativo del país ha favorecido una enorme aglomeración metropolitana, que en el caso del DF resulta eminentemente unipolar, la perspectiva de una política de organización regional en el país es parte dinámica de la ejecución del Plan Nacional de Desarrollo. La negatividad del centralismo, como en otros órdenes de la vida nacional, afectó seriamente a la organización y al funcionamiento del sistema de medios de difusión de masas. Si la necesidad de contar con un modelo de comunicación plural y equilibrado entre el centro y la periferia, obedece al principio democrático del pleno ejercicio de la libertad de expresión no es menos determinante para la construcción del aparato productivo, cuyos centros de producción y transformación están diseminados en el territorio nacional.

La participación de la sociedad mexicana en la praxis

del desarrollo no tiene que estar librada a los planes y decisiones del gobierno central; ella debe ser, principalmente, resultado de la decisión y la voluntad de los lugares y regiones donde viven y trabajan los contingentes humanos que transforman cotidianamente la riqueza nacional en valores de cambio.

Planteamos, dentro de este marco, que la generación y el fortalecimiento de las condiciones objetivas que impulsan la transformación del país, ha de tener, como base, el interés participativo de las poblaciones locales y nacionales, las mismas que en su conjunto constituyen la fuerza básica del desarrollo.

Comunicar es socializar. Por la mediación de los grandes difusores se socializan los contenidos y los alcances de todo proyecto de desarrollo; pero esta sólo será una verdad a medias si esos medios no socializan, al mismo tiempo, la información que, desde los hábitats diseminados a lo largo y a lo ancho de la República, generan los actores sociales para asegurar su parte en la construcción del nuevo orden, así como para ser

partícipes en el disfrute de los beneficios.

Sobre estas consideraciones y desde nuestra óptica de trabajadores de la comunicación, deseamos rescatar en estas páginas la singular experiencia que nos tocó vivir en el caso de la regionalización de la Agencia Mexicana de Noticias, denominada NOTIMEX.

Notas:

* Antonio, Menéndez. Comunicación social y Desarrollo. p

Agencias noticiosas

A.- Definición de Agencia Noticiosa

Jurídicamente no existe ninguna normatividad que reglamente el funcionamiento de las agencias noticiosas. En estas circunstancias, las agencias informativas se rigen por la Ley de Imprenta y como empresas por la Ley Federal de Sociedades Mercantiles.

A pesar de la carencia de una definición jurídica, establecimos una conceptualización de agencia informativa a partir del precedente que sentó la UNESCO. Esta organización señala que "agencia de información es la empresa que tiene principalmente por objeto, cualquiera que sea la forma jurídica, obtener noticias y documentos de actualidad que sirvan para la expresión y representación de hechos distribuyéndolas a un conjunto de empresas de información y excepcionalmente a particulares, mediante el canon de un pago de acuerdo con las leyes y usos del comercio, siempre sobre la base de un servicio lo más completo e imparcial posible"(1).

Por otra parte, autores como Roger Clausee consideran a las agencias de información organismos encargados de la recolección y distribución de la información, que surgen cuando los requerimientos informativos resultan insostenibles, racional y económicamente, para un diario.(2)

"Una agencia de prensa es, en cierto modo, una importante mancomunidad de periodistas a disposición de muchas empresas de prensa."(3) Aunque sus productos no están destinados a las oficinas públicas o asociaciones financieras, la importancia que la información adquiere en la sociedad contemporánea ha convertido a las agencias en organizaciones decisivas en la conformación de las representaciones sociales.

A partir de las anteriores definiciones podemos conceptualizar a una agencia noticiosa como una organización cuyo principal objetivo es informar sobre los acontecimientos más relevantes a un conjunto de suscriptores compuesto principalmente por medios de información.

B.-Clasificación de las agencias

Las agencias de noticias por su penetración han sido clasificadas en mundiales, nacionales y especializadas. Las primeras, de acuerdo con Roger Clause (4), deben disponer de una red de corresponsales repartidos en puntos neurálgicos del mundo o al menos en amplias zonas geográficas, quienes en forma continua transmitirán información a las oficinas centrales; en donde se concentra y se redacta para ser distribuida a las oficinas regionales o directamente a los suscriptores. Finalmente, las agencias internacionales disponen de una gran cantidad de recursos financieros y técnicos destinados a la recepción y transmisión de información.

Estas características nos inducen a clasificar a una agencia en función de la amplitud de su red de corresponsales y de la extensión de la zona de influencia de sus servicios.

A partir de estos principios, se denominan agencias

nacionales aquellas cuyo radio de acción es el territorio de un país determinado. Estas agencias no disponen de grandes recursos tecnológicos y si envían correponales al extranjero es a lugares que poseen importancia estratégica para su nación.

Finalmente, las agencias especializadas son aquellas que informan sobre un tema delimitado, su existencia está condicionada a las coyunturas y sus clientes son grupos muy reducidos.

C.- La aparición de las agencias noticiosas

A fines del siglo XIX, el proceso de industrialización afianzó los lazos de interdependencia entre las naciones. Un comercio cada vez más ágil se establecía y precisaba un flujo de información constante entre los imperios y las colonias. Gran Bretaña, Francia y Alemania requerían noticias de sus incipientes industrias asentadas en Oriente y América.

Los acontecimientos se sucedían en diversas regiones

geográficas, los diarios en su concepción original eran incapaces de solventar las continuas movilizaciones de enviados. Se hacía patente la necesidad de generar nuevos medios de información que proporcionaran rapidez, independientemente de las distancias.

Hacia 1825, Carlos Havas abre una oficina de traducciones de diarios extranjeros en el Hotel Bullion, París. Sus primeros clientes fueron financieros, diplomáticos y comerciantes. Posteriormente se sumaron los diarios parisinos y de provincia. Su servicio proporcionaba información en forma más económica, sistematizada y veloz que la proveniente de los corresponsales.

En 1835 se traducen para el extranjero notas provenientes de diarios franceses. Ese mismo año l'Agence des Feuilles Politiques Correspondance Generale se fusiona con la Agencia Havas, la cual consolida sus actividades al absorber a Correspondance Degouve- Denainques, Correspondance de París, Correspondance Garnier.

En sus inicios Havas recolectaba y distribuía información proveniente de Bélgica, Inglaterra y París. Los mensajes se transmitían mediante el uso de palomas mensajeras y del telégrafo óptico de Chappé (5). Aunque el desarrollo tecnológico nos hace concebir a las palomas mensajeras como un "singular" medio de transporte, su empleo redujo en una quinta parte el tiempo promedio de transportación entre Londres y Bruselas.

Hacia 1848, Bernhard Wolff y Paul Julius Reuter se incorporan a la empresa. Al año siguiente, Wolff en colaboración con Werner von Siemens establece una agencia, Reuter sigue su ejemplo en 1851 y logra rivalizar con su antiguo patrón en Amberes y Bruselas.

Tiempo después Reuter decide trasladarse a Inglaterra y en 1851 funda la Reuter Telegraph Agency. Mientras Wolff se introduce en Alemania, Rusia, los países escandinavos y eslavos. Dos años después muere Havas y sus hijos, Charles Guillaume y Auguste asumen la dirección.

Nuevas agencias informativas se establecen. Al

concluir el siglo, Europa está poblada por agencias noticiosas nacionales que celebran acuerdos entre sí y con las predecesoras: Havas, Reuter y Wolff.

A treinta y cinco años de la creación de l'Agence Havas, nacen ocho agencias. En Italia, Stefani fundada en 1854; en Austro-Hungría el Telegraphen Korespondez Bureau (1860); en Dinamarca, el Ritzaus Bureau (1866); en Noruega la Norsk Telegrambyra (1867); en Nueva Zelanda, la New Zeland Press Association (1879); en Finlandia el Oy Suomen Tietotoimisto Finska Notis Byran Ab (1881); en España la agencia Mencheta en 1882 y en Suiza la Agence Télégraphique Suisse (1894).

Pero las necesidades informativas no eran privativas del viejo continente. En América los acontecimientos históricos y los numerosos nexos con Europa vuelven imprescindible el establecimiento de una comunicación inmediata entre ambos continentes.

En los Estados Unidos el interés por conocer lo que ocurre en Europa, sistematiza el empleo de barcos ligeros, que se aproximan a los buques y llevan las

noticias al puerto, donde las noticias se envían en correos a caballo hacia las ciudades, pronto se sustituye el correo a caballo por las palomas mensajeras. Poco tiempo después, los mensajeros son sustituidos por el telégrafo, se calcula que hacia 1847 doce ciudades estadounidenses utilizan el telégrafo Morse.

En esa particular simbiosis que existe entre historia y periodismo, algunas veces los acontecimientos han conducido al periodismo a profundas modificaciones en su conceptualización y en su forma. La guerra entre México y Estados Unidos, funcionó en este sentido. La contienda resultó un catalizador del desarrollo de los medios informativos al motivar a los diarios Sun de Baltimore, Public Ledger de Filadelfia y Picayune de Nueva Orleans a una alianza temporal para costear los gastos de enviados. Este acuerdo empresarial sentaría los precedentes de la cooperativa Associated Press.

Los directivos del Herald, Courier and Enquirer, Journal of Commerce, Tribune, Sun y Express se reunieron en mayo de 1848 con el propósito de compartir

sus gastos por el envío de corresponsales, esta asamblea conformaría posteriormente a Associated Press. La agencia nace con el objetivo de informar al vasto territorio estadounidense, con este propósito al año siguiente nombran su primer corresponsal en Nueva Escocia.

En tanto, el deseo de establecer una comunicación cablegráfica entre Europa y América produce frecuentes intentos para instalar un cable submarino. Fue hasta julio de 1866 cuando el buque Great Eastern instaló el primer cable entre Inglaterra y Trinity Bay. Las primeras informaciones recibidas de Europa fueron publicadas el 28 de ese mismo mes.

En ese contexto, Havas inició la venta de publicidad. Esta medida le permitió producir anuncios para la prensa parisina, proporcionar publicidad a la prensa de provincia y del exterior, y explotar su presencia.

Hacia 1859 Wolff, Reuter y Havas establecen los primeros acuerdos de cooperación mutua y definen sus áreas de influencia. Havas mantendrá sus corresponsales en Francia, España, Italia y Oriente y compartirá el costo

de sus enviados con Reuter en el Imperio Otomano, Egipto y Bélgica. A Wolff le corresponderá Alemania, Rusia y los países eslavos y escandinavos.

Las alianzas con las más importantes agencias noticiosas le permiten a Havas tener un crecimiento sostenido. En 1879 el total del personal de la agencia suma 180 empleos. Hacia 1914 la redacción central cuenta con 360 personas y 400 corresponsales y periodistas distribuidos en Francia y 150 en el extranjero.

Los movimientos armados confirieron a la información un valor estratégico y aceleraron los cambios en esta industria. Este es el caso de la Revolución Socialista de 1917, que nace en octubre y en diciembre crea su agencia informativa, la Agencia de Noticias de Petrogrado. En abril del año siguiente, funda la Agencia Telegráfica Rusa, que en 1925 se convertiría en TASS.

El inicio de la Primera Guerra Mundial desató una demanda de información sin precedente y motivó a las agencias a asumir una posición nacionalista. Los acuerdos empresariales se rompieron y cada una de ellas

expresó la política exterior de su gobierno.

Durante el periodo de entreguerra en Havas el rubro publicitario se convierte en la principal fuente de recursos. Poco después, durante la invasión alemana, Hitler convierte a Havas en la Wolff Continental. Al concluir la Segunda Guerra Mundial, un grupo de periodistas se asocia para fundar la Agence France Presse en 1944.

En 1957 el parlamento francés le otorga autonomía financiera e independencia política para conformar a la agencia como una cooperativa. A raíz del otorgamiento de subsidios, los grupos de la izquierda acusan a la agencia de parcialidad y AFP va perdiendo credibilidad. Para frenar el desprestigio que la amenazaba, el gobierno francés nacionaliza la rama publicitaria.

Para 1985 AFP transmite diariamente un millón de palabras.

Siete años más tarde transmite tres millones de palabras diarias y cuenta con 12 mil suscriptores de los cuales el 16 por ciento no son medios de información.

Paralelamente a la expansión de Havas, Wolff se

concentra en Europa Oriental: Bulgaria, Rumania, Turquía, Grecia y Rusia. En 1928 absorbe Telegraphisches Bureau, Louis Hirsch y Herold Depeschens Bureau. Cinco años más tarde el Tercer Reich la convierte en Deutsche Nachrichtenbüro (DNB).

La agencia gubernamental contaba con un personal de 2500 empleados quienes producían 25 mil palabras en alemán y 36 mil en francés e inglés diariamente.

DNB fue la primera en utilizar el sistema Hellschreiber que le permitía difundir noticias al extranjero por radio. Con la derrota alemana, se creó una nueva agencia en cada una de las zonas ocupadas. En la zona americana Deutsche Nachrichten (DANA) que establece acuerdos con Deutsche Pressedients (DPD) en la zona británica con intercambio con Reuter y RHEINA en la zona francesa que mantiene acuerdos con AFP.

DPD y RHEINA se asocian con empresas editoriales, estaciones de radio y televisión para fundar la Deutsch Presse Agentur (DPA) en 1949.

DPA tiene corresponsales en 83 países, se calcula

que diariamente produce 25 mil palabras destinadas a 2 mil suscriptores en 4 idiomas.

Reuter

Actualmente es una empresa privada. Sus noticias provienen de aproximadamente ciento treinta y siete sistemas de intercambio y colaboraciones ocasionales y de una red con centenares de reporteros, fotógrafos y camarógrafos en setenta y nueve países. Reuter distribuye su información mediante más de 145 mil terminales y teleimpresoras.

La agencia produce servicios en inglés, francés, alemán, español, árabe, japonés, danés, noruego, neerlandés, portugués, sueco e italiano. Solamente en la oficina central londinense diariamente se producen cinco millones de palabras. En Hong Kong y Nueva York están establecidas las principales oficinas regionales. Entre los servicios que Reuters proporciona a sus clientes se cuenta la agencia de televisión, Visnews.

Associated Press

Associated Press se define como una cooperativa sin fines de lucro. Su sede radica en Nueva York, se estima que el 84 por ciento de los periódicos de los Estados Unidos son miembros de AP y que sus productos representan el 96 por ciento de la información cotidiana de periódicos en el país.

AP cuenta con el servicio fotográfico más grande del mundo, proporciona a sus suscriptores servicios especializados como notas grabadas para radio e información laboral y comercial. Su departamento especializado en finanzas es AP.D.J. que se realiza en colaboración con Dow Jones Co., editores del diario Wall Street Journal.

Se estima que cada uno de los servicios informativos de AP produce dos millones de palabras por día, solamente en el idioma inglés. Su personal consta de 2920 personas, entre ellas, 1580 periodistas y fotógrafos.

AP abastece a ciento doce países en seis idiomas: inglés, francés, alemán, español, neerlandés y sueco. Sus

servicios al exterior suman alrededor de cien mil palabras diarias. Se calcula que sus suscriptores internacionales son aproximadamente, ocho mil quinientos.

La otra agencia estadounidense es United Press International (UPI) que funciona como una empresa privada y cuenta con un personal de dos mil periodistas, sus despachos se producen en inglés, español y portugués. Los productos informativos que proporciona son noticiosos y fotográficos, entre ellos destaca el servicio especializado de información deportiva, sonora y científica y el "Custom data", que es una base de datos con acceso remoto. UPI ofrece a hoteles y aeropuertos un circuito de video. Se calcula que esta agencia produce diariamente 14 millones de palabras que se distribuyen a siete mil suscriptores en cien países.

AFP

Creada como órgano de carácter jurídicamente autónomo por la ley del 10 de enero de 1957 (modificada en marzo del mismo año, julio de 1965 y abril de 1975) emplea ochocientos setenta periodistas en Francia y

ochocientos cincuenta periodistas distribuidos en ciento ochenta países.

Sus nueve departamentos son: Noticias, Economía, Deportes, Revistas, Audio, Foto, Video, Banco de datos y Publicaciones. Estos departamentos producen un total de un millón de palabras en seis idiomas : francés, inglés, español, árabe, portugués y alemán.

La agencia dispone de tres redes paralelas de transmisión: teletipo alámbrico, radioteletipo y satélite. Sus clientes en 144 países suman 12 mil.

D.-Nuevo orden mundial

En 1953, de acuerdo al informe de la UNESCO seis agencias informaban a ciento cuarenta y cuatro Estados y territorios, cuya población global -dos mil, 387 millones, - equivalía al 98.7 por ciento de la población mundial en su conjunto.

De acuerdo a las mismas estadísticas, sólo el 1.3 por

ciento de la población mundial, - 32, millones 578 mil habitantes de los territorios de África, América del Norte, Asia, Europa y Oceanía carecían de los servicios de una agencia noticiosa.

Al concluir la Segunda Guerra Mundial un gran número de colonias africanas y asiáticas habían alcanzado su independencia. Una de sus principales aspiraciones era constituirse como naciones independientes en *strictu sensu*. Esto significaba soberanía económica y política, con el necesario diseño de una política comunicacional que diera voz a las naciones que habían permanecido silenciosas durante siglos de dominación colonial.

Sin embargo, las condiciones internacionales sólo reproducían los modelos colonialistas. Así, la instauración de un mundo bipolar orillaba a las naciones del Tercer Mundo a convertirse en aliados incondicionales de alguna de las dos superpotencias. En este sentido, vale la pena recordar el discurso del presidente de los Estados Unidos, Harry Truman, quien declaró en 1947 " que todas las

naciones del mundo tenían ante ellas la necesidad de escoger entre dos modos alternativos de vida." (6)

Ante tal disyuntiva parecía que las naciones subdesarrolladas debían resignarse al dominio económico e informativo de los países desarrollados. Sin embargo, nace el grupo de los No Alineados, como una iniciativa de aquellas naciones que se negaban a asumir una política de apoyo incondicional a cualquiera de las dos potencias. Uno de los países que defendió los principios de los no alineados en numerosos foros internacionales fue México.

En estos países la implementación de campañas alfabetizadoras y el desarrollo tecnológico en telecomunicaciones creaban nuevas demandas, insatisfechas con el modelo de comunicación vigente. Las agencias noticiosas no sólo proporcionaron un mayor volumen de noticias, propiciaron la concentración y estandarización de la información. De tal suerte, que la historia inmediata de las naciones del Tercer Mundo se había convertido en una tragedia que escribía Occidente. Se hacía impostergable la creación de un nuevo contexto

Así, en 1973 durante la IV Conferencia Cumbre de los No Alineados, los delegados se pronunciaron por:

a) Reorganizar los métodos de comunicación internacional existentes, que son herencia del pasado colonial y que frenan la comunicación libre, directa y rápida entre ellos.

b) Iniciar una acción encaminada a revisar los acuerdos multilaterales vigentes, con vistas a cambiar los precios de la información cablegráfica y facilitar una comunicación más rápida y barata;

c) dar con urgencia pasos dirigidos a acelerar el proceso de colectivización de los satélites de comunicación y a elaborar un código que rija su uso, y,

d) promover contactos mutuos crecientes entre medios de comunicación masiva , universidades, bibliotecas, organismos de planificación e investigación y otras instituciones, con el objetivo de facilitar el interambio de experiencias, ideas y tecnologías entre los países en vías de desarrollo. "

Esta política tuvo seguimiento en la XVI Conferencia

General de la UNESCO, donde los delegados de los países del Tercer mundo denunciaron la distribución desigual de los medios de información y se manifestaron por la creación de un sistema más equilibrado de intercambio, que permitiera mantener a las naciones subdesarrolladas su identidad cultural.

En medio de esta atmósfera, las naciones de Asia y Oceanía se reúnen en Kuala Lumpur en 1977. Es importante destacar que en la declaración final, la comunicación se conceptualiza como un modo de afirmar la identidad colectiva de una nación y como un instrumento de integración social. Asimismo se le confiere un papel decisivo en la democratización de las relaciones sociales. Por ello se promueve el flujo pluridireccional de la comunicación en oposición al flujo unilateral y vertical propio del autoritarismo.

En 1976, se realizó la Primera Conferencia sobre Políticas de Comunicación en San José, Costa Rica. Al concluir los delegados de los estados participantes

propusieron:

- El establecimiento de Consejos Nacionales de Comunicación. Las políticas nacionales de comunicación deberán concebirse en función de la realidad nacional, de la libertad de expresión y de los derechos humanos individuales y sociales.

- Promover el desarrollo de la investigación científica en materia de comunicación e información.

En ese contexto la comunicación se presentaba como un factor para la preservación y florecimiento de las culturas locales en contraposición al modelo hegemónico.

Ese mismo año se celebró la reunión general de la UNESCO en Nairobi, se resolvió integrar una comisión coordinada por Sean Mac Bride con los siguientes lineamientos

- Analizar el estado de la comunicación, los problemas de información en las actuales condiciones socioeconómicas.

- Identificar las necesidades de los países en desarrollo respecto a la circulación y equilibrio de la

información.

- Definir el papel que podría desempeñar la comunicación para lograr sensibilizar a la opinión pública respecto a los grandes problemas del mundo.

Los resultados de la investigación fueron presentados en la XX reunión de la UNESCO celebrada en los meses de octubre y noviembre de 1978.

El informe Mac Bride reconoce que los medios de comunicación adquieren mayor importancia en la sociedad contemporánea, al grado de convertirse en un sistema de enseñanza informal.

A nivel global afirma que el sistema informativo está reproduciendo el vigente sistema económico. La riqueza se concentra en manos de unos pocos, quienes también poseen los medios de información creando un círculo de la pobreza para las naciones subdesarrolladas.

El informe hace referencia a la necesidad de implementar el derecho a la información como una garantía que permita mantener informados a los sujetos de todo lo que pudiera afectar su vida diaria.

Ante el acelerado avance científico se exige una socialización del conocimiento que permita acceder a mejores condiciones de vida a las naciones en vías de desarrollo. En este mismo sentido destaca que la implementación de tecnología costosa margina a amplios grupos de la población, por lo cual urge al replanteamiento del sistema de comunicación vigente con el propósito de eliminar la dominación y la dependencia política, económica y cultural.

El informe Mac Bride representó un hito dentro de la investigación en comunicación, ya que:

- Expresó un creciente interés en la comunicación como fenómeno social.
- Presentó a los medios de comunicación masiva como partícipes en la configuración del entorno social del sujeto.
- Destacó que el desarrollo industrial permitirá expandir el margen de acción de los medios de comunicación pero se cuestionó su orientación.
- Concluyó que si los medios de comunicación se

concentraban siguiendo un perfil jerárquico y burocratizado e ignoraban las demandas sociales se conformaría un modelo unilateral de comunicación donde los amplios sectores permanecerían reducidos a ser receptores.

- Hizo evidente que el vertiginoso desarrollo tecnológico había iniciado una carrera internacional por la posesión de tecnología de punta, en la cual las naciones del Tercer Mundo quedaron rezagadas desde el principio.

El perfeccionamiento de los medios de comunicación modificaba las relaciones entre los individuos y su entorno social.

Geografías distantes se muestran próximas, aquello que resultaba lejano aparecía en la pantalla con sólo oprimir el control remoto.

Sin embargo, las posibilidades de comunicación siguen limitadas. Existe un sistema de satélites capaz de transmitir mensajes a las regiones más ignotas de nuestro planeta, pero su uso está condicionado a intereses políticos y económicos. Contamos con los medios para la

interpretación de culturas distintas, para sentar las bases de una sociedad democrática, donde todos y cada uno de los sujetos puedan fungir como interlocutores pero, en el caso de las naciones del Tercer Mundo hemos sido relegados a simples receptores.

Día a día los titulares de los diarios y los resúmenes noticiosos de la radio y la televisión se refieren a esa amplia y heterogénea región conocida como Tercer Mundo o naciones subdesarrolladas.

Ellas son el escenario de las noticias insólitas, de la barbarie y lo exótico. La prensa fija en ellas su mirada para descubrirlas, para documentar todo aquello que desde la lógica occidental resulte incomprensible. Es decir, quinientos años después nos siguen descubriendo.

De tal forma, las agencias de noticias internacionales se suman a esa gran industria cultural que permite la preservación de los vínculos de dependencia.

Si la nueva tecnología en comunicación se concentra en pocas manos y sus poseedores mantienen un perfil jerárquico y burocratizado, ajeno a las demandas sociales,

seremos testigos del nacimiento de un modelo unilateral de comunicación donde los amplios sectores permanezcan marginados de aquello que directamente les incumbe.

En la misma década en que fue publicado el informe Mac Bride, sólo 12 de 25 países latinoamericanos contaban con agencias de noticias nacionales. Los medios de comunicación dependían para su información nacional de sus propios reporteros, de los boletines gubernamentales y en algunas ocasiones de la información proveniente de las oficinas locales de las agencias internacionales.

Con excepción de Chile y México, cuyas agencias eventualmente enviaban algunos corresponsales al extranjero, los países restantes dependían enteramente de las agencias internacionales.

La falta de recursos financieros y el desinterés por crear una sólida infraestructura convirtieron a la comunicación social en una propuesta postergable dentro de los planes de desarrollo. Esto aunado a la creencia de

que las soluciones a medias y los arreglos temporales serían suficientes permitieron que las agencias extranjeras fueran durante largo tiempo las únicas fuentes de información.

A pesar de estos factores se realizaron acuerdos de cooperación entre las agencias de la región. Entre ellos destacan:

- La Agencia de Noticias del Caribe (CANAC) es un órgano independiente que suministra información a trece países de habla inglesa en el Caribe. Es una cooperativa perteneciente a dieciséis organismos provenientes de seis naciones. Tuvo su origen en el servicio de Reuter para el Caribe y funciona desde enero de 1976. Su sede está situada en Bridgetown (Barbados) y está inscrita como sociedad de responsabilidad limitada en los trece países caribeños del Commonwealth. Su principal fuente de información es el servicio mundial de Reuter. Cuenta con cuarenta y cinco suscriptores en el Caribe y emplea a doce periodistas; transmite dieciséis horas diarias por radio y quince minutos por televisión. Produce entre 20 -

30 mil palabras diarias en inglés. Las noticias se transmiten por teletipo, télex, teléfono y correo.

- Prensa Latina, funciona como agencia regional. Fundada en 1951, en 1990 contaba con un personal de ciento ochenta empleados en su sede de La Habana y con más de cuarenta oficinas en todo el mundo. Transmitía en español, inglés, francés y portugués.

- La Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (ALASEI) suministró información especializada sobre temas sociales, económicos y culturales en América Latina y el Caribe. Fue fundada en 1983 por Bolivia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Haití, México, Nicaragua, Panamá, República Dominicana. Prácticamente desapareció cinco años después.

En 1961, el gobierno brasileño de Janio Quadros manifestó su interés en la creación de una agencia. Durante el IX Congreso de Periodistas de Brasil se aprobó la resolución que pondría en marcha el proyecto. Sin embargo, la renuncia de Quadros canceló toda iniciativa al respecto.

Hacia 1990 el informe de la UNESCO reveló un significativo cambio en la composición informativa de América Latina. Casi todos los países de América Latina tenían agencias nacionales algunas de las cuales disponían de extensas redes.

Dos décadas antes, los estudios señalaban que el 80 por ciento de los diarios latinoamericanos era información proveniente de AP y UPI. En 1990 un estudio de 33 periódicos con diferentes posturas políticas, provenientes de diversas capitales y ciudades latinoamericanas, reveló una creciente influencia de las agencias europeas, especialmente EFE (España), en los diarios latinoamericanos en circulación.

(Véase cuadro 1)

Cuadro 1-----

La presencia de las agencias de noticias en los periódicos latinoamericanos, 1990

Agencia	Diarios representativos	Principal fuente		
%	en las capitales	de información		
	(N= 33)	(N=15)		
	Cm	Cm		
AP	131,591	17.7	65,275	17.3
EFE	126,895	17.1	66,388	17.6
UPI	101,280	13.7	45,590	12.1
AFP	96,424	13.0	36,744	9.8
Reuter	87,035	11.7	53,930	14.3
ANSA	24,181	3.2	15,637	4.1
DPA	21,952	3.0	17,073	3.2
Otros	50,675	6.8	22,357	5.9
Corresponsales	102,784	13.8	58,843	15.6
Total	742,817	100	376,837	100

Los quince diarios a los que se hace referencia son La Nación (Argentina), Presencia (Bolivia), El Tiempo (Colombia), La Nación (Costa Rica), El Mercurio (Chile), El Comercio (Ecuador), La prensa (Honduras), Excelsior (México), La Estrella (Panamá), ABC Color (Paraguay), El Comercio (Perú), Listin Diario (Republica Dominicana), El País (Uruguay), El Universal (Venezuela) y Diario de las Américas (Miami, USA).

Fuente Fernando Reyes Matta.

Journalism in Latin America in the '90s: The Challenges of Modernization.

Journal of Communication

Summer 1992. Vol 42 No. 3

Notas

1) Citado por Bernaldo de Quiros. La información y el periodismo. p 115

(2) López Escobar. Análisis del nuevo orden internacional. p 53

3) Committee on Modern Journalism. Periodismo moderno, p 266.

4) Clause, Roger. Sociología de la información. p 65, 66.

5) El telégrafo óptico "consistía en una viga vertical alta e inmóvil -colocada en una colina o encima de una torre- provista de dos brazos móviles cuyos extremos eran también articulados, dando todo junto, en posición quieta, la figura de la letra T. Los extremos de los brazos y sus pendientes estaban provistos de unas cuerdas con las cuales se los podía mover y llevar a la posición deseada. Cada nueva combinación de los brazos y sus pendientes -es decir cada nueva figura- significa una letra. La distancia de una a otra estación del telégrafo era de 10 a

16 kilómetros.

Cuando el sistema del telégrafo semafórico fue suprimido - en 1850- se encontraban en servicio 532 estaciones que cubrían unos 1700 kilómetros. Naturalmente, la telegrafía semafórica u óptica se empleaba solamente durante el día y cuando lo permitían las condiciones atmosféricas. No obstante es necesario decir que el sistema no fue tan lento como parece a primera vista. Un mensajes desde París a Estrasburgo necesitaba seis horas." Luka Brajnovic. Tecnología de la información. p 214

6) José Silva Michelena. Política y bloques de poder.
p 55

Capítulo II

A. Un diagnóstico necesario	36
B. ¿Por qué Notimex?	61
C. Inicio de la modernización tecnológica	67
D. Análisis de procedimientos de trabajo	69
E. Actitud de los periodistas	71
F. Otros aspectos comunes a todos los servicios	74
G. Relación con los clientes	75
H. Estrategia de modernización	77
I. Objetivos de la dirección	78
J. Control social de los medios	81

UN DIAGNOSTICO NECESARIO.

Existen en la capital del país más de una treintena de diarios y periódicos semanarios de enorme variedad tipográfica y morfológica. Los muestrarios de los puestos de venta se encuentran atiborrados de primeras planas, con impresiones a todo color o en negro y blanco, con llamativos titulares a ocho columnas y alardes fotográficos. La primera impresión que se forman los observadores es que hay de todo, en materia de impresos periodísticos. Así se llega a la idea de un pluralismo informativo digno de las mejores democracias del mundo.

Una observación detenida, sin embargo, nos sitúa en la evidencia de que abundancia no es siempre un correlato de pluralidad y que, en la variedad de los formatos y el color de las impresiones, campea una homogeneidad informativa que dice elocuentemente de la más rupestre forma de desperdiciar, malograr y reducir las reales posibilidades del ejercicio de la libertad de expresión, consagrada por la Constitución y ampliamente

respaldada y estimulada por el gobierno de la Nación.

Esta situación expresa una desigual correspondencia entre una libertad legitimante establecida y el comportamiento de las empresas difusoras de la información que lejos de favorecer a la circulación plena, equilibrada y representativa de la vida nacional en todos sus núcleos, tanto del centro como de la periferia, han hecho del caudal informativo un producto de lujo destinado al consumo de las capas privilegiadas de la sociedad.

Esta praxis unilateral y equívoca de la libertad de expresión ha convertido a los medios masivos de comunicación de nuestro país en puentes de comunicación entre las élites del poder. De ello resulta que los dueños de los medios difusores los utilicen para el intercambio de mensajes cifrados, de cuya comprensión el grueso de la sociedad está completamente alejado.

Desde la óptica del comunicador, académica y prácticamente preparado para el manejo y el análisis de la información y sus formas comunicacionales, encontramos

que los espacios supuestamente noticiosos de los medios de difusión de masas juegan el papel de la arena donde compiten las cúpulas del poder entre sí, donde se debaten sus aspiraciones o parecen fortificarse sus intereses. Así, cuesta trabajo, a veces, descifrar ciertos titulares, algunos epigramas que distinguen a diarios nacionales huelen a recados privados; algunas caricaturas parecen amenazas veladas y, para la comprensión del chisme institucionalizado en determinadas columnas políticas, de plano, habría que haber aprendido el sánscrito. No se requiere mucho esfuerzo para ver la nebulosa en que se encuentran envueltos los sectores populares que por su falta de preparación o habilidad para escudriñar entre líneas, están informativamente, en una virtual indefensión.

No cabe la menor duda, ante este panorama, para reconocer que los medios de difusión, en muchos casos, dejaron de ser un servicio público de información y orientación y se convirtieron en arma de ataque y de defensa de grupos reducidos, pero sólidos política y económicamente e, inclusive, de disputas familiares.

Resultaría una apreciación subjetiva y ociosa señalar que estas distorsiones del acopio, la clasificación y el manejo informativo obedecen a una política comunicacional voluntaria y preconcebida. Llegar a esa convicción deberá ser el resultado de otro intento de investigación que supera los límites de este ensayo. Para nuestro propósito basta perfilar una situación incontrovertible que, aunque fuera consecuencia de otras causas no descubiertas, es, en este instante, el escenario de las causas que motivaron la crítica al centralismo informativo y la proposición de un sistema de regionalización.

Si tal es el espejo deslucido en el que se refleja la imagen de un periodismo nacional, asentado en el régimen de propiedad privada ¿Cuál era en 1988 la fisonomía real de una agencia estatal de información como Notimex?. La verdad, desesperanzadora, pero inquietante, es que la agencia noticiosa del gobierno federal no escapaba a los rasgos característicos de las empresas periodísticas privadas. El mismo lenguaje críptico no apto para la comprensión de los profanos en

materia política; la misma utilización de los canales difusores para ventilar o legitimar ante la opinión pública la movilidad de intereses, personajes y consignas de grupo, una ineficiente y densa postura oficialista que al querer constituirse en voz de los gruesos sectores de la población y de los importantes y postergados núcleos de la provincia produce uniformidad en el discurso, ortodoxia en la clasificación y valoración del material informativo y un diluvio de consignas que, aún habiendo sido legítimas, acababan en la raída y mecánica repetición indiferente del estribillo. El resultado fue una agencia noticiosa estatal inócua y vapuleada, a la vez, por moros y cristianos.

Este historial negativo dejó, sin embargo, una valiosa y determinante lección: Los afanes de homogeneidad están condenados al fracaso.

Enumeramos, a continuación, algunos elementos de la sintomatología negativa que muestran los tradicionales medios de difusión, privados y estatales; probablemente la mención no sea exhaustiva, pero, a partir de su consideración podremos contar con los indicadores para

diseñar la posible solución:

--La inercia de los medios los lleva a exponer lo que preocupa y ocupa a las élites, lo que a éstas interesa oír y difundir o enviar, a manera de mensaje, a otras cúpulas gubernamentales, empresariales y también intelectuales. En tanto los absorben estos afanes, los espacios informativos no reflejan la problemática nacional en toda su extensión, su dramatismo y su riqueza. Mientras las cúpulas se informan de lo que ya saben o predeterminan, la población mayoritaria vive a ajena su propio protagonismo.

--Una derivación del punto anterior se manifiesta en que el periodismo tradicional da al tratamiento de la noticia cuestiones conceptuales con desmedro de lo factual; ocupan mayor espacio las declaraciones, tanto de funcionarios, de hombres de empresa, como de alineaciones de intelectuales, cuyas especulaciones teóricas, o dudosamente teóricas, se enlazan muy pocas veces con el cuadro vigente de la realidad nacional. Los dichos cabalgan airosoamente sobre la forzada mudez de

los hechos. Si la vida cotidiana encuentra espacio en las páginas impresas, eso ocurre, predominantemente, en el ámbito del escándalo, la violación o el agravante utilitarismo de la grilla politiquera.

--Los marbetes de los periódicos que se autodenominan nacionales o metropolitanos acusan una engañosa pretensión ya que sus bajos tirajes los confinan a una circulación oficinista o a los ámbitos de la febril actividad degradada de la " síntesis " o el recorte con el que se prepara carpetas informativas que ni siquiera sus destinatarios alcanzan a leer. Hay, desde luego, aquellos periódicos que no venden más de dos mil 500 ejemplares al día. La arrogancia de los empresarios no está interesada en aumentar esos tiros ya que "mi periódico lo leen quienes tienen que leerlo, y nadie más."

--En el caso de la agencia estatal informativa hacia 1988 se pueden homologar varios de los aspectos enumerados, guardadas las distancias de circulación, pero su vulnerabilidad máxima se da en el ejercicio de un centralismo informativo que, aparte de privilegiar la

información de la sede de gobierno y de los problemas del DF, rezaga la información regional o la reelabora contaminándola con criterios centralistas.

--El centralismo informativo ahoga a la provincia. Los propios medios de comunicación de las localidades interiores suelen incorporar en sus páginas una mayor cantidad de información procedente del Distrito Federal y disminuyen o posponen la importancia de los hechos y problemas de su entorno natural.

De ese modo, los municipios y las áreas de influencia de los estados aledaños son servidos con información que procede del exterior, de regiones remotas y no sólo de noticias del DF. Cuando sobre el hecho noticioso de carácter local predomina la referencia a lo que ocurre a centenares o miles de kilómetros la noticia pierde su trascendencia y lo único que provoca es una interposición vacua que si bien quita espacio a la noticia local no la suplanta ni la elimina ya que los hechos de la cotidianidad que no son difundidos por las vías institucionales de la comunicación discurren por otros canales.

Otro fenómeno de esta interposición se da frecuentemente en el campo de la radiodifusión provincial. Se trata, generalmente, de estaciones chicas que, igual que los periódicos pequeños, llenan sus espacios con noticias originadas en el centro de la República que, probablemente no incumben o incumben muy poco a la audiencia local. En estos casos, lo pernicioso es que las secciones de información local que todavía existen, son un verdadero repertorio de chismes y rumores. Este fenómeno tiene una explicación que no debe atribuirse a la ignorancia de la colectividad o de sus núcleos pensantes sobre la presencia de cuestiones y problemas íntimamente ligados con su vida cotidiana, con sus necesidades de desarrollo: los editores se dejan ganar por la tendencia predominante de actuar como eco del caudal informativo y no como valoradores y difusores de sus problemáticas intrínsecas. Acaso resulte que es económica y políticamente más redituable fungir como repetidores que asumir su legítimo papel de protagonistas.

Puntualizada así la situación predominante podemos

confirmar de inicio que esto no ocurre como fruto preconcebido de los editores de los medios sino que resulta de una adecuación a las condiciones negativas, entre las cuales hay una de radical importancia y consiste en que esos medios no tienen quién les proporcione información profesional ponderada y oportuna acerca de la vida activa, pública y privada del núcleo social y de su entorno. La sujeción al boletínismo y a los despachos de agencias asentadas en la capital del país provee un material "a mano" que hace perdurable la ley del mínimo esfuerzo y, seguramente, disminuye los costos de operación. Además, esta modalidad que reduce la elaboración de contenidos y la reemplaza por refritos da como resultado la escasa penetración de la prensa o de los noticieros radiofónicos en los lectores y audiencias de las localidades pequeñas y medianas. En esas condiciones, no existe la posibilidad de que las radios y los periódicos provinciales compitan con la cobertura y la oportunidad con que lo hacen los medios que difunden desde el centro.

Valdemar Hernández, para no mencionar los nombres de centenares de campesinos de Tenosique, Tabasco, puede enterarse fácilmente y en cuestión de segundos de los congestionamientos de tránsito que entorpecen la circulación de automotores en el Distrito Federal, pero no sabrá jamás, por ningún medio de comunicación, a qué precio amaneció en el mercado de Villahermosa el kilo de sandías que cultiva. Esta es una anécdota absolutamente cierta y frecuente; hiere al más elemental sentido de la información necesaria y oportuna. Los campesinos de Tabasco o los de cualquier otro remoto lugar del país tienen derecho a recibir esa información y alguien tiene la obligación de hacerlo.

Pero, ¿qué ocurre con los que tienen la obligación de hacer viable y beneficiosa la información local?. Tal vez un comportamiento inverosímil y sin embargo, absolutamente cierto puede aproximarnos una explicación. Se trata de una conducta paradójica, precisamente en lugares donde es reconocido un regionalismo a ultranza. Tomemos, sólo como ejemplo, a

Monterrey donde medios locales muy fuertes tienen corresponsales en la Ciudad de México y no los tienen en Monclova, ubicada a 150 kilómetros de distancia, ni en Saltillo que está a 60. Hay, sin embargo, un comportamiento excepcional en los estados de Yucatán y Michoacán, donde los periódicos locales fuertes cuentan con una gran red de corresponsales en sus respectivas zonas de influencia, en ciudades y municipios estrechamente ligados a su vida económica, social, política y cultural.

El acopio de indicios favorables a esta línea de información errónea suma y sigue. Veamos, es frecuente que la información generada en provincia no se queda ni se procesa allá, sino que es transmitida hasta la capital del país, pasa por el cedazo de la redacción central y regresa a su punto de origen ya matizada por los criterios centrales. No existe ninguna justificación, por muy racional que sea, para que el centro participe en el aderezamiento o la modificación de las noticias que dan cuenta de la vida de las localidades interiores, ¿una óptima y tecnológica

viabilización del flujo informativo? Cuestiones, que, en el fondo, constituyen la cara opuesta a la modernización y al pluralismo democrático.

¿Qué otra cosa puede significar este sencillo, pero inadmisibles procedimiento?. Un corresponsal en San Cristóbal de las Casas envía su nota a la oficina central de la agencia de noticias en la ciudad de México; allí, un corrector capitalino evalúa si la noticia enviada por el corresponsal es o no de interés y trascendente; introduce en la nota algunos cambios de enfoque y quiere hacerla más "atractiva" y la distribuye a los medios de comunicación; desde luego, entre ellos están los que se editan y circulan en el lugar donde se generó la noticia.

Este es el panorama de un sistema informativo que por inercia ha definido el comportamiento de los medios de difusión en nuestro país; están insaculados en él tanto los periódicos impresos, los noticieros radiofónicos, las estaciones televisivas locales y, lamentablemente, las agencias informativas que distribuyen servicio a sus abonados. No era otra la situación de la agencia estatal

de noticias, cuya sigla es Notimex.

Millones de mexicanos que habitan en ciudades medianas y pequeñas, en cabeceras de distrito, municipios y comunidades rurales, soportan una flagrante marginación informativa que, sumada a otras formas de rezago social, determinan una especie de estancamiento que debe corregirse a fin de hacer eficiente la comunicación que revierta un flujo equilibrado y plural requerido por la sociedad mexicana, que ha de modernizarse no sólo en la apropiación de tecnologías sino, fundamentalmente, en la concepción y la praxis de una democracia basada en las libertades que permitan mejorar la calidad y la utilización del conocimiento que provee la información.

El reto de la modernización de los medios es, en tal sentido, uno sólo: democratizar la información; hacer que ella sea de utilidad pública; que llegue al seno de las comunidades a través de mecanismos creíbles y sin ninguna contaminación ideológica.

La exposición de los rasgos predominantes en el

actual sistema informativo del país pone de manifiesto que el centralismo informativo resulta negativo más que auspicioso para que las sociedades interiores discurren progresivamente y para que se integren, sobre la base de los intereses locales y la coincidencia e identificación con los nacionales, a la conjunción de los propósitos y las acciones.

Y como de alguna manera este centralismo fue propiciado por los detentadores, públicos y privados, de los medios de comunicación, situación en la que, acaso, se encuentren más comprometidos los "líderes" de la prensa de provincia, corresponde a ellos tomar la iniciativa para su modificación.

Por lo que respecta a la Agencia Mexicana de Noticias Notimex, se abrió una coyuntura favorable al cambio con el arribo de Carlos Salinas de Gortari a la presidencia de la República. Fue una oportunidad que algunos profesionales de la comunicación que nos desempeñábamos en medios privados, nacionales y extranjeros, decidimos aceptar la invitación para tomar las

riendas de esa vapuleada agencia de noticias del gobierno federal.

Nuestra incorporación a la agencia estuvo motivada en las siguientes consideraciones:

1. Contábamos, aparte de una formación profesional académica, con la experiencia de varios años en la vanguardia de la actividad periodística que cumplen los reporteros. Nos encontrábamos capacitados para el tratamiento de un periodismo interpretativo que no se constriñe únicamente a la presentación noticiosa sino que se esfuerza por indagar en los elementos causales del hecho, por correlacionarlos con los factores que hacen al contexto y por obtener de la materia noticiosa los puntos sustantivos del mensaje predictivo.

2. Tomar a nuestro cargo la conducción de Notimex significaba la mejor oportunidad para tratar de aplicar en tareas concretas las conceptualizaciones obtenidas en la observación crítica del modo cómo estaba organizada la

agencia y de la forma errática y deficiente con que cumplía sus funciones. En la encomienda no sólo contaríamos con el respaldo de las autoridades superiores, cuyo principal objetivo era estimular y fortalecer los avances democráticos, sino que gozaríamos de la capacidad de iniciativa y decisión cuya ejecutoria no es posible desarrollar desde el llano.

3. Como es natural y atento el convencimiento de que el centralismo resulta asfixiante y paralizador para el progreso de los núcleos interiores, nuestra proposición del cambio tendría que orientarse exactamente en la planeación de una modalidad inversa. Se trataba de abrir las esclusas centralizadoras para oxigenar la vitalidad de las localidades y cohesionar el tratamiento y la circulación del acervo informativo en el ámbito natural de su integración que determina su circunstancia regional. Así nuestra propuesta tendría que partir, imprescindiblemente, del convencimiento de que la regionalización del proceso informativo en el país era el instrumento idóneo para la

democratización.

4. Ya en el terreno de la viabilidad, además del respaldo institucional, era previsible contar con determinadas condiciones, tanto subjetivas como objetivas, que favorecerían a los propósitos de la transformación. El nuevo cuerpo directivo de Notimex estaba en la aptitud mental de encarar el reto de una nueva organización. Es más, se sentía comprometido a llevarla a feliz término. Por otra parte, la agencia contaba con una estructura física y organizacional que, al margen de las obligadas modificaciones tecnológicas, constituía el recurso básico, fundamentalmente económico, para que la regionalización no tuviera la vulnerabilidad de costos altos.

Planeación regional

Se hace necesario detenernos aquí para referirnos a los pasos previos de la transformación de la agencia. Esos pasos tienen que ver con la planeación del proyecto.

Por lo general se piensa que la planeación es concepto que corresponde al campo de la economía y la política; lógicamente, de ese modo tiene que ver con el desarrollo económico y social. Aunque sean muchas las vertientes desde las cuales se aborda la polémica construcción de la planeación, lo que interesa, para los fines de este trabajo, es señalar a la planeación como un conjunto de actividades que con la precisión de sus objetivos, métodos y recursos permita avanzar en forma sistemática y por etapas a un fin propuesto. Como tenemos señalado, la finalidad de nuestro propósito consiste en diseñar una estrategia operativa para transformar la estructura organizativa de la agencia estatal de noticias Notimex en un instrumento, descentralizado, del flujo informativo que generan los núcleos vivos de la nación mexicana, rescatando la importancia de su protagonismo y preservando la prioridad de sus intereses por el mantenimiento y la preservación de sus voces auténticas. Esta finalidad operativa tiene el objetivo terminal de contribuir concretamente a la afirmación de la vida

democrática por la vía de la libertad de expresión.

Este propósito emerge naturalmente determinado por la regionalización de la agencia de noticias. Surgió así, por razones metodológicas, la necesidad de introducirnos en el concepto del desarrollo regional. Para el mismo es necesario señalar algunas precisiones:

Una región está constituida, primeramente por un territorio, en cuyo seno vive y se desarrolla una población con rasgos étnicos y culturales comunes. En segundo término se hallan presentes un clima, una geografía, las mismas relaciones de producción, un régimen administrativo, la misma organización y función gubernamental, así como un grado de desarrollo económico y social.

Aparte de esos elementos hay, entre otros, tres factores concurrentes para la definición de una región: aglomeraciones urbanas o rurales que son, al mismo tiempo, la causa y el efecto del desarrollo de ese espacio

vital; existe un nivel de especialización de los agentes productivos de la actividad económica predominante y los transportes y las formas de comunicación endógenas que operan como vasos comunicantes entre una región con las otras y entre los núcleos poblacionales intrarregionales.

Resulta innecesario aclarar que nuestro proyecto específico sólo tiene que ver con una parte de los factores enumerados en el párrafo anterior; es decir con la forma de comunicación intra e interregional. No entramos, por ello, en mayores consideraciones respecto de la regionalización en su globalidad y pasamos más bien a puntualizar aquello que dentro de un proceso de regionalización finca en la transformación de una agencia noticiosa como sistema nacional de comunicación noticiosa a partir de la priorización de los intereses regionales.

1. La tarea, con ser compleja, debía hacerse viable a partir de un proyecto ambicioso, sin precedentes en

América Latina, consistente en la creación de cinco agencias de noticias en el territorio nacional, con el propósito de arrancar la centralización informativa, al tiempo que se abrían mayores espacios a la información local y municipal, dentro de un esquema de integración informativa regional.

2. Las agencias regionales serían concebidas como un instrumento que enlazara con el flujo informativo intrínseco a las demarcaciones territoriales cuyas partes guardan estrecha relación de identidad. Desde luego, sería necesario, también, proporcionar a los periódicos y las radiodifusoras de regiones específicas, abundante información de lo que acontece en su entorno, así como el repertorio noticioso del acontecer nacional y que estuviera seleccionado con criterios regionales.

3. Con esas previsiones, el mapa de la regionalización de Notimex ofrecería una distribución de cinco agencias regionales. Mérida sería el asiento de la región sureste; Oaxaca sería la cabecera de la región sur; en Monterrey

se ubicaría la oficina principal de la región noreste; Hermosillo para la región noroeste y Guadalajara para el centro del país.

4. No bastaba, sin embargo, contar con ese diseño de ubicación regional. Poner en práctica el operativo del tratamiento noticioso regionalizado requería la adopción de medidas relacionadas con la habilitación de los recursos humanos adecuados, de una calidad profesional que garantizara la pertinencia de su desempeño estrechamente ligado al nuevo carácter del proceso de elaboración del material informativo. Quiere decir que, en cada una de las sedes, personal originario de la región recibiría la información proporcionada por una amplia red de corresponsales destacados en ciudades que, desde una óptica nacional, son pequeñas, pero que en la perspectiva regional son ciudades medias. La información sería procesada por ese personal y transmitida, en forma autónoma, a los periódicos de su circunscripción. Así, las noticias regionales llegarían directamente al público

usuario sin que ningún capitalino meta su mano para modificarlas o adornarlas, desde una mesa de redacción en la ciudad de México.

5. La regionalización, sin embargo, no se proyecta con el propósito de ignorar o desestimar aquellas noticias que habiéndose originado en la región tienen indudable trascendencia nacional. Por ejemplo, si se produce un desastre en las cosechas de arroz de Campeche, eso es algo que interesa a todo el país y para noticias de esa índole se debe prever un operativo que con solo oprimir una tecla en la agencia de Mérida incorpore la noticia a las cuatro agencias regionales.

En cambio si se pone en servicio un conjunto de 30 autobuses foráneos en León, eso es algo que concierne sólo a los lectores de la región, así la noticia únicamente llegará a los abonados del centro de la República.

La Agencia Mexicana de Noticias es una empresa de participación estatal mayoritaria. Sus actividades son la captura, procesamiento, producción y difusión de noticias a través de medios impresos y electrónicos.

El funcionamiento de la Agencia Mexicana de Noticias se rige por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Ley General de Sociedades Mercantiles, Ley Federal del Trabajo, Ley del Impuesto sobre la Renta, Código Fiscal de la Federación, Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público, Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, Ley Federal de las Entidades Paraestatales y su reglamento, Ley Federal de las Responsabilidades de los Servidores Públicos, Ley de Planeación y la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Prestación de Servicios relacionados con Bienes Muebles y el Programa Nacional para la Modernización de la Empresa Pública en 1990 - 1994.

Los objetivos y metas de la agencia están orientados por la política de información contenida en el Plan Nacional de Desarrollo, en el que se destaca la

importancia de los medios de comunicación para configurar la realidad del país, fortalecer la soberanía nacional, así como promover y proteger los intereses de México en el extranjero con una imagen que corresponda a nuestra realidad y a las aspiraciones propias de la nación.

B. ¿Por qué Notimex?

Resulta necesario ubicar la controvertida existencia de una agencia noticiosa de carácter estatal, justo en una coyuntura nacional que ha hecho permisibles algunos avances importantes en materia de transición a la plena democracia y en la aparición de un esquema pluralista en el comportamiento de las instituciones que recogen y transmiten la información y aquellas que generan y difunden la opinión individual y colectiva para configurar la opinión pública.

Una previsión constitucional señala que el derecho a la información está garantizado por el Estado. Tal principio

constitucional significa que todos los ciudadanos, individualmente o por medio de grupos o asociaciones legalmente establecidas, tiene derecho a desarrollar todas y cada una de las actividades que les permitan acceso irrestricto al caudal informativo que se produce en el desarrollo de la sociedad. Como ocurre con otros derechos, el de la información requiere de recursos, servicios y regulaciones que provee el Estado para su pleno ejercicio.

Esta es la garantía constitucional que encomienda a los poderes públicos la habilitación de un clima social, la disponibilidad de los recursos - territorio, espacio, tiempo, infraestructura e insumos - , la formación y la calificación profesional de los informadores así como el régimen y la estructura legal que norma las actividades de los informadores institucionales e individuales. Garantizar, sin embargo, no concluye en la habilitación de todas estas posibilidades. A pesar de que ellas existieran plenamente, no significa que el ejercicio del derecho a la información se dé real y totalmente en todas las esferas del país y de

la sociedad, ni que la diversidad de los actores sociales sean sujetos y objetos de ese derecho.

En las páginas iniciales de este trabajo criticábamos la figura del pluralismo *sui generis* que ocurre en algunos medios, que acogen la opinión de diferentes posturas partidarias pero su tratamiento noticioso sirve únicamente a intereses parcializados o fungen como espejo de las élites o cúpulas de poder.

A partir de esta consideración proponemos los casos en que la función garantizadora del Estado para el ejercicio del derecho a la información tiene que suplir la ausencia de medios, su cometido parcializador o el conocimiento y la información de realidades que no por estar alejadas del centro carecen de interés nacional.

a) Cuando el ejercicio profesional del derecho a la información se ha vuelto una actividad casi exclusiva de quienes poseen poder económico y político y habilitan la circulación de informaciones tendenciosas y parcializadoras.

b) Cuando los medios de la vida nacional consagran

sus espacios a la difusión de la vida noticiosa metropolitana y olvidan o rezagan el acontecer noticioso de las poblaciones periféricas, de las localidades y regiones que no poseen empresas difusoras de gran circulación o que, si las poseen, no cumplen más que el papel de repetidores ociosos de la estrategia informativa del centro.

c) Cuando estos desequilibrios provocan una virtual desintegración de la cohesión nacional al pretender convertir a los núcleos periféricos en lectores o expectadores pasivos de un flujo informativo, hacen protagónico el rol del centro y enajenan o reducen el interés y la trascendencia de los hechos y los problemas locales, hasta el extremo de que su propia noticia tiene que ser elaborada o acicalada en las redacciones de los medios metropolitanos.

d) Cuando los intereses de las clases políticas (léase partidos, grupos empresariales, sindicatos o caciques) se superponen al tratamiento de los problemas regionales, locales o de las organizaciones básicamente sustantivas y

las desprecian por su carácter precario, circunstancial o coyuntural, como el caso de los campesinos que se enteran de todo lo que sucede en el área metropolitana, pero desconocen el precio de sus productos en el mercado.

e) Cuando la óptica de los partidos o de los grupos de interés distorsiona el rol informativo en mensajes propagandísticos que tienden a satanizar las tareas de los poderes institucionales, federales o estatales, y hacen tela de juicio globalizadora con las negatividades, fallas o ineficiencias que suelen ocurrir, pero que de ningún modo son patrimonio de la administración pública.

f) Cuando, como se puede observar, es notoria la falta de un mecanismo de equilibrio entre lo que se desinforma y lo que se debe informar. Si la democracia se distingue por la apertura de múltiples opciones en el acceso a la información, ella misma tiene que hacer accesible la opción informadora del Estado que no debiera considerarse como un ente ajeno o separado de la interrelación social sino como la esfera en la que los

servidores públicos no son otra cosa que mandatarios de la voluntad popular.

g) Cuando, como en toda nación organizada y ejecutora de tareas y objetivos soberanos, existe la necesidad de desarrollar y canalizar los contenidos informativos que corresponden a la política exterior, a la promoción y la difusión de la imagen nacional en el ámbito internacional, tanto para lograr nuestra inserción competitiva en el mercado como para desarrollarnos científica, cultural y políticamente en el contexto internacional y, fundamentalmente, habida cuenta de que las responsabilidades de este flujo informativo no constituyen un mercado atractivo para los empresarios privados de la elaboración noticiosa.

h) Cuando, finalmente, un ejercicio parcial, desequilibrado y, muchas veces, tendencioso del derecho a la información se acompaña del riesgo de una disminuida libertad de expresión que languidece en la atonía más infructuosa.

Así, resulta obvio colegir que la presencia del Estado

en la viabilidad del derecho a la información, primero como garante y, después como habilitador concreto de vías de ampliación democrática e informativa, se convierte en activo y plural agente de la libertad de expresión que permite conocer, estar al tanto, cómo decir y hacerse oír entre los individuos y las colectividades.

C. Inicio de la modernización tecnológica

Durante el gobierno del presidente Carlos Salinas de Gortari se han conferido a Notimex nuevas atribuciones en materia de comunicación social, por lo que se dispuso un programa de expansión de correspondencias en el extranjero y de oficinas regionales en el país. Lo anterior a fin de contrarrestar la gran dependencia de los medios nacionales de comunicación respecto a las agencias internacionales.

Para instrumentar este proyecto, Notimex modificó su organigrama según lo establecido por el artículo 32 de las fracciones XIV y XV de la Ley Orgánica de la

Administración Pública Federal y con base en los lineamientos y políticas de modernización. La Secretaría de Gobernación aprobó la iniciativa la agencia.

En Notimex inició un proceso de modernización tecnológica que requirió la adecuación del equipo de la agencia para la ejecución de los proyectos. Para corresponder a esta nueva dinámica, el área administrativa automatizó las funciones del control del personal, inventarios, adquisiciones, cuentas por cobrar, contabilidad y finanzas.

Hacia abril de 1990, la agencia contaba con un total de 437 trabajadores, cuyos servicios eran destinados principalmente a periódicos, radiodifusoras, televisoras y gobiernos estatales.

Los servicios de la agencia Mexicana de Noticias emitían diariamente de las 5:00 a las 24:00 horas, durante los 365 días del año, con un promedio de 250 notas informativas de carácter nacional e internacional.

D. Análisis de procedimientos de trabajo

La modernización de Notimex implicó una transformación tecnológica en los equipos de transmisión. Para instrumentarla se realizó una cuidadosa selección de nuevas tecnologías.

En el Area de Operación Nacional, el desempeño del trabajo se encontraba obstaculizado por los siguientes elementos:

1) Inadecuado espacio físico: oficinas con ruido, calor, humo, etc, que no propiciaban la concentración ni la calidad del trabajo.

2) Escasas líneas telefónicas.

3) Personal insuficiente y novato.

Nuestras propuestas para solucionar estos problemas consistían en:

1) Realizar una redistribución del espacio físico.

2) Implementar un programa de capacitación para periodistas.

3) Diseñar una base de datos que permitiera contextualizar noticias.

4) Promover la elaboración de archivos.

Para un buen aprovechamiento de la tecnología resultaba indispensable el diseño de un taller de capacitación. Los obstáculos tecnológicos limitaban, en gran medida, la óptima comunicación de las oficinas regionales con la redacción central.

A pesar de que la estructura de comunicación entre las corresponsalías y la oficina central era adecuada, la modernización de equipo de transmisión permitiría agilizar y elevar la calidad del servicio.

En este sentido, las impresoras utilizadas en el Area de Operación Nacional resultaban deficientes y causaban numerosos contratiempos al cliente o receptor. Era necesario el mantenimiento del equipo o la compra de los implementos adecuados para que la recepción se realizara en forma fluida.

En el Area de Operación Internacional el principal obstáculo era la lentitud en la operación periodística. La

falta de pantallas disponibles y la necesidad de pasar las notas por los teletipos alargaban el proceso de generación de una nota. Para reducir el tiempo promedio entre la redacción y la transmisión de una nota se hicieran algunas modificaciones en el trabajo cotidiano.

Entre ellas podemos mencionar:

- 1) La eliminación de las máquinas de escribir.
- 2) El incremento en el número de terminales o computadoras personales.
- 3) Ejecutar el proceso de redacción directamente en la estación de servicio. De esta manera quedarían las notas registradas y no pasarían de la máquina de escribir al teletipista y después a la pantalla de edición.

E. Actitud de los periodistas.

La actitud del periodista frente al cambio tecnológico estaba dividida a grandes rasgos, en dos grupos: los primeros opinan que su trabajo en la agencia se limitaba a redactar notas. La responsabilidad de ellos terminaba en la transmisión. No era problema suyo si la noticia no

llegaba a tiempo y, desde su perspectiva, el cliente debía invertir para informarse.

El segundo grupo manifestó inconformidad por el actual proceso y opinaba que no era satisfactorio escribir para que sus notas fueran borradas.

Centro de Documentación

El Centro de Documentación debería ser un lugar de consulta, al utilizarse, redactores y periodistas podrían contextualizar la información. Con la organización del trabajo que prevalecía, no había tiempo para investigar y el Centro de Documentación prácticamente no se utilizaba.

La actividad cotidiana de Notimex indicaba que dicho Centro carecía de la orientación adecuada en materia de información y ubicación física. Varios aspectos fueron considerados para que el Centro de Documentación cumpliera sus funciones y se convirtiera un elemento de apoyo para los periodistas. A continuación mencionamos algunos:

- 1) Conocer las necesidades informativas de los

periodistas del área nacional e internacional.

2) Diseñar un sistema de clasificación de archivos.

3) Acceder a bases de datos nacionales e internacionales.

4) Diseñar la base de datos Notimex.

5) Instrumentar una estrategia de consulta interna y externa.

6) Establecer un patron de frecuencia y seguimiento de consultas.

Seguimiento y evaluación del servicio.

Surgieron varias preguntas: ¿ Invertir para que los clientes reciban el servicio vía satélite? ¿ Disminuir el número de notas? ¿Cuáles? ¿Con qué criterio? ¿Mejorar la calidad del servicio? ¿Ofrecer servicios "especiales"?

Tanto en el Centro de Documentación como en el Area de Operación Internacional se elaboraban informes sobre la publicación de notas, estrategia que resultó fundamental para evaluar realmente la influencia de

Notimex en los periódicos y en la calidad del servicio de la agencia. La meta inmediata era hacer un seguimiento más estrecho y comparativo de la publicación de notas.

Calidad del servicio periodístico

El tema era recurrente y aparecía a menudo en las entrevistas llevadas a cabo, la decisión era aumentar la calidad del servicio. En este sentido varias medidas fueron discutidas para la integración en el sistema:

- Fijar estándares de calidad.**
- Establecer una dinámica de investigación.**
- Tener acceso a otras fuentes de información (archivos y bases de datos nacionales e internacionales) permitiría ampliar el horizonte.**
- Capacitación de periodistas y reporteros.**

F. Otros aspectos comunes a todos los servicios.

- Falta de criterios para definir una adecuada**

interrelación de noticias nacionales e internacionales.

- La adquisición de tecnología haría la práctica periodística más eficiente, incluso mejoraría la calidad del servicio, siempre y cuando prevaleciera el contacto directo y personal, pues la tecnología no reemplaza, ni reemplazará el trabajo del periodista.

G. Relación con los clientes

- La mayor parte de los usuarios de Notimex tenían recepción telegráfica vía microondas y esto es sinónimo de lentitud.

- Algunos usuarios habían diseñado programa de computación para recibir, clasificar, resumir e imprimir la información. La asesoría de Notimex en este tipo de servicio debía considerarse para la instrumentación de un nuevo servicio.

Líneas de modernización informativa

- La búsqueda de mayores ventajas en el nicho de

mercado que ocupaba la agencia.

- Ampliación de la cobertura geográfica (especialmente América Latina y Europa)

- Mejoramiento de la calidad del servicio al cliente (óptimas condiciones de recepción, servicios especializados a las necesidades del usuario, servicio en otros idiomas).

- Apertura de nuevos nodos en el mundo (participación de otros países en la red).

- Optimización del desempeño de los recursos humanos, en especial de los recursos profesionales como periodistas, editores y corresponsales.

En la propuesta de modernización de Notimex se mencionaba que la tecnología informativa jugaría un rol muy importante en la solución de estos desafíos. Esta, sin embargo, por si sólo no resolvería problemas, pues complementarse con una precisa estrategia organizacional.

H. Estrategia de modernización

Se identifican cuatro líneas matrices del desarrollo de la agencia:

1) Notimex se esfuerza por desarrollar una identidad pública como servicio noticioso del Estado Mexicano. Con esto entendemos que la Agencia se propuso ampliar la cobertura tanto de actores como de noticias para representar en forma más amplia la diversidad del país.

2) Notimex inició un proceso de modernización tanto organizativo como tecnológico. En este sentido, la efectividad interna, la disminución de costos de producción de sus servicios y convertirse en vanguardia del uso de tecnologías modernas se inscriben entre sus objetivos primordiales.

3) Notimex está comprometida en un plan de expansión acorde con el nuevo posicionamiento que México toma en el continente americano. Esto se traduce tanto en la expansión geográfica, en términos de corresponsales y oficinas descentralizadas, como en la

edición, multiplicación y diversificación de los hilos noticiosos.

4) Por último la Agencia busca mejorar la calidad de sus servicios desde el punto de vista periodístico, acorde a las políticas anteriores. Esto se ha traducido en la formación del Consejo Editorial, en la puesta en marcha de un programa de capacitación y en el reclutamiento de personal altamente calificado.

I. Objetivos de la dirección

1) Mejorar el servicio a los usuarios mediante el aumento de la capacidad de edición.

2) Comprometer a los periodistas en la calidad del servicio. El actual prestigio del que dispone Notimex en el ámbito americano, puede incrementarse con la ayuda que proporcionaría el adecuado uso de nuevas tecnologías.

El apoyo que proviene de las nuevas tecnologías no será automático si no va unido a la iniciativa de los actores. La tecnología informativa puede servir de apoyo en la realización de los objetivos planteados.

3) Implementar un contacto fluido y expedito con regionales y con el exterior.

4) Evaluar las consecuencias tecnológicas de los objetivos del "Programa de Modernización de Notimex". En el documento referido se identifican seis objetivos del programa, que analizaremos a continuación, en su redacción original:

- Actualizar la operación : los planes para adecuar la operación y la estructura de la agencia podrán ser más eficientes en la medida que consideren los cambios en la tecnología y sea aprovechada también con fines administrativos.

- Modernizar la tecnología: la adquisición de nuevos equipos de cómputo y una adecuada capacitación, tanto en los niveles de Dirección, como en los diversos grupos de periodistas que conforman la agencia.

Aparece como el punto fundamental para cumplir los objetivos centrales planteados por Notimex: dar un mejor servicio y hacer efectiva la expansión del servicio a los Estados Unidos, América Central y Sudamérica.

- Ampliar la penetración informativa y la comercialización. El mercado potencial para los distintos hilos es extenso y puede crecer en la medida que las notas informativas sean oportunas , contextualizadas y "diferentes". Para esto es indispensable definir las prioridades en el tipo de servicios que se ofrecerán y que serán respaldados por los nuevos equipos adquiridos.

- Crear el servicio informativo en inglés.

- Fortalecer la presencia de Notimex en Centro y Sudamérica.

La primera etapa de modernización tecnológica equivalía a un cambio total de los sistemas existentes y de las condiciones de acceso a las redes de telecomunicación.

J. Control social de los medios

Hablar de la relación Prensa-Estado casi por una costumbre obligatoria lleva a la concepción de control y sometimiento, de poder y aceptación, como bien lo hace notar el editorial del semanario PUNTO, en su edición del 17 de mayo de 1993. Sin embargo, este tipo de caracterizaciones son secuelas corruptas de una parcialización de las funciones del poder y de la prensa que al convertirse en instrumentos de intereses egoístas pierden la naturaleza de su legitimidad. No debiera olvidarse que tanto el Estado como los medios de comunicación son instituciones públicas cuya principal finalidad, función y cometido, responden a la necesidad de prestar servicios requeridos por la sociedad. Dentro de la esfera de la institución estatal cabe una diversidad casi ilimitada de servicios sustantivos que tienen que ver con la conservación, el desarrollo y la pervivencia de la sociedad nacional. Para decirlo en términos concretos el Estado

sirve a la sociedad con el régimen jurídico que ordena las relaciones de los ciudadanos, habitantes y residentes de la República; sirve a la vigencia plena de la soberanía, a la preservación del territorio nacional, al cuidado y a la utilización racional de los recursos naturales, al mejoramiento constante de los recursos humanos mediante los mecanismos de la educación y la salud; al desarrollo científico, tecnológico y económico y a la existencia de un clima de armonía y equilibrio entre los diferentes sectores de la sociedad y, es incuestionable que para el cumplimiento de los servicios que hagan alcanzables esas finalidades el Estado deba ejercer formas de control, vigilancia y ejecución.

Utilizamos el concepto **formas de control**, conscientes de que su significado abarca un amplio universo de posibilidades: desde el dominio, la dirección, orientación, el examen y la evaluación de diversos asuntos de carácter público, hasta el seguimiento de diferentes comportamientos sociales e individuales. No

interesa, por ningún concepto, hacer un alegato apologético, a capa y espada, del control estatal. Tratamos únicamente de reafirmar que hay cuestiones en las que el organismo rector de la sociedad debe y tiene que actuar, unas veces en el dominio de instancias que están sujetas a su capacidad de iniciativa y ejecución y, otras, en la orientación y el seguimiento de roles de comportamientos inherentes a la mejor suma e integración del esfuerzo nacional.

Pecan, en este sentido, de irreales las posiciones que distorsionan la naturaleza del control estatal absolutizándola como dominante, tanto como aquellas posturas que tratan de nulificarlo. En el primer caso el Estado deviene en instrumento de dominio para afianzar a las cúpulas del poder o legitimar intereses mezquinos de burocracias que suplantán la voluntad de la sociedad. En el segundo, los planteamientos inhibitorios del control estatal poco menos que favorecen a la instauración del desorden, la inestabilidad y la atonía. Del mismo modo que el **control social** es la acción de la sociedad civil para

garantizarse la vigencia del convenio social, el **control estatal**, bien entendido y honestamente practicado, contribuye al ordenamiento y la eficiencia de la voluntad colectiva, no sólo por las regulaciones de su capacidad rectora sino, también, con la ejecución de tareas de envergadura nacional que atendiendo a legítimas necesidades se concretan en servicios imprescindibles.

Desde esta óptica se debe apreciar la relación Estado-Prensa o Estado-Medios de comunicación, como un proceso de acciones integradoras que permitan una fluida circulación de la riqueza informativa generada en el país, rescatándola de sus núcleos originarios y difundiéndola hacia todos los ámbitos como irrenunciable patrimonio básico de su capacidad para conocer y de su poder para hacer. Ciertamente es que las deformaciones de la vida política, de las cuales el despotismo es una de sus peores consecuencias, han aparejado históricamente relaciones de imposición por parte de los gobiernos y de complacencia por parte de los medios en general y de la

prensa en particular. Ciertamente es que detrás del alegato de la libertad de prensa, se han parapetado, muchas veces, los chantajes, las prebendas, así como se han ejercido presiones y arbitrariedades para conculcar el derecho a la información y la libertad de expresión, por el lado de las instancias gubernamentales. No han de ser, sin embargo, el mal empleo, la distorsión, la prepotencia o el servilismo de gobernantes arbitrarios o periodistas equívocos, las falacias que hagan renegar de las funciones del Estado, del papel esclarecedor de la prensa y de la naturaleza complementaria de sus relaciones, máxime si la democracia ha superado el nivel de la verbalización y un tránsito cualitativo instaura la necesidad del cambio para mejorar y hace exigentes la transparencia y la lealtad al compromiso social de los profesionales de la comunicación. Somos partidarios, por ello, de una línea de conducta que haga copartícipes, los esfuerzos de las instituciones estatales y de los medios de comunicación en el rol orientador y fortalecedor de los principios rectores que informan a los objetivos de la

justicia social. Plena libertad para el ejercicio de los informadores, política estatal para que se garanticen los derechos de información y de expresión, así como responsabilidad pública para que el Estado, tanto en sus instancias federales como estatales y municipales, supla y cumpla, mientras sea necesario, la tarea de habilitar mecanismos de información, especialmente en las áreas donde la iniciativa privada no haya demostrado interés ni disposición para llevarlas a cabo.

Con estos criterios juzgamos no sólo oportuna, sino conveniente la existencia de la agencia estatal de noticias, cuyo mejor ejemplo de acción renovadora se ha concretado en la estructura regionalizada de Notimex.

Según el punto de vista de la empresa privada y también desde la óptica de algunos institutos político-partidarios, el hecho de que el Estado cuente con medios de comunicación se asume como acto contradictorio con la libertad de expresión y con el derecho a la información; se piensa, al mismo tiempo, que la tarea informativa de los medios estatales es una forma de competencia desleal,

respecto del financiamiento y la comercialización, para las corporaciones que tienen en la noticia y en la publicidad sus materias primas. Tales reservas carecen de equidad en su argumentación, ya que ni la libertad de expresión ni el derecho a la información constituyen privilegios establecidos para algunos sectores de la sociedad.

Si la iniciativa privada tiene legítima capacidad para desarrollar actividades comerciales en los diferentes rubros de la vida nacional hasta el punto de obtener lucro con la difusión de los hechos noticiosos y si los partidos políticos son instituciones de competencia y de interés público necesitados de canales de expresión de sus ideas, principios y programas, a los organismos estatales no les está vedado contar con los instrumentos que le permitan cumplir con una de sus más primordiales obligaciones para con la sociedad. Nos referimos al deber de informar sobre todo aquello que concierne a la administración de la cosa pública y responder, de ese modo, al derecho que la población tiene de estar suficientemente informada.

Por otra parte, la tarea del Estado es permanente, ni sus obligaciones ni sus funciones fenecen por causa de cambios de partidos o de grupos sociales en las esferas del gobierno. Quienes son opositores hoy, mañana pueden ser gobernantes o viceversa. En ese sentido, la oposición a que el Estado sea generador de noticias y difusor de mensajes resulta una postura oportunista. El cuestionamiento por parte de los empresarios que mercantilizan la información parte de la idea equivocada que muestra al Estado como un competidor comercial. Cabe aquí aclarar que la tarea difusora de los medios estatales no consiste en la búsqueda de réditos crematísticos sino en proveer información, divulgar la cultura y orientar en las cuestiones del mejor interés nacional y, es lógico que esta tarea si bien no ha de ser lucrativa resulte, al menos, costeable y no dé lugar al dispendio de recursos pertenecientes al erario nacional.

La mejor respuesta procede, sin embargo, de los objetivos que persigue una agencia como Notimex, los cuales son diferentes hacia el interior del país, hacia

América Latina y hacia Estados Unidos.

Concebimos nuestra función hacia el interior del país como un servicio público destinado a informar para el consumo general de la población y no sólo para los influyentes y cerrados círculos de la ciudad de México y dos o tres capitales estatales. Las cinco oficinas regionales gozan de autonomía profesional y, de alguna manera, han roto con el centralismo que informativamente ahogaba al país.

De principio se han logrado ya exitosas modificaciones que, fundamentalmente, han permitido concretar formas de participación de las organizaciones campesinas, así como del Instituto Nacional Indigenista, con cuya cooperación se ha puesto en marcha una estructura para la difusión cotidiana de programas noticiosos en maya, nahuatl, mixteco, tlalpaneco, tzotzil, tzeltal, tajolabal, man y chuj, por vía de las radiodifusoras del INI, a las que se ha provisto de aparatos de recepción por satélite.

Respecto al objetivo de la agencia hacia América Latina -que reposa, también en el propósito fundamental

de servir con información -debemos señalar que trata de convertir a Notimex, en una aportación concreta de México al anhelo de integración latinoamericana. La información que sobre nuestros países circula en el mundo y que nos llega de rebote, pasa por el cedazo de redacciones que hablan y piensan en idiomas distintos al nuestro, con intereses distintos a los nuestros. Esta es una razón por la cual la agencia tiene corresponsales permanentes en todos los países latinoamericanos.

El sábado 19 de noviembre de 1990 fue inaugurada en San José de Costa Rica, una sede regional que recibe y distribuye la información del área centroamericana y, esto ocurre justo en las circunstancias en que muchas agencias informativas abandonan esa región porque se aleja el fantasma de la guerra.

Tal parece que solamente la violencia y otras situaciones calamitosas pueden constituir el repertorio noticioso de nuestros pueblos que genere el interés de los consumidores de novedades apocalípticas.

Nosotros, en cambio, consideramos que se debe

aportar información desde una óptica latinoamericana para documentar la paz y promover el reconocimiento, la cooperación y valoración de nosotros mismos. Por la acción de esfuerzos similares a los nuestros, el mundo debe conocer que nuestro continente aporta a la cultura universal valores positivos, participa en el desarrollo de la ciencia, de las artes y fundamentalmente, en la construcción de modelos políticos que aún no han sido alcanzados por naciones que no se reconocen como tercermundistas.

Los objetivos de Notimex hacia América del Norte radican en la necesidad de difundir allá, una imagen objetiva, desideologizada y desprejuiciada de México y de América Latina. Este objetivo finca en la necesidad de apuntalar políticas de cooperación y entendimiento no sólo con los gobiernos, sino también con los diferentes sectores de las poblaciones norteamericanas. Desde luego, existe un particular interés por servir a las comunidades hispanoparlantes de Estados Unidos y de Canadá, proporcionando información que ponga de

relieve su cotidianidad, que les tenga al tanto del acontecer en sus comunidades de origen, y que además permita a los mexicanos del interior del país recibir información actualizada respecto de sus connacionales emigrados.

Los abonados que reciben servicios de Notimex son, en la actualidad, 411 en México, Estados Unidos y Latinoamérica. En 1989 eran 194 y en los dos últimos años ha ingresado a la lista de abonados, en promedio, un cliente por día, durante 1991. (Véase gráficas de crecimiento comparativo en el apéndice)

Este resultado es la fructificación de los esfuerzos de anteriores administraciones, que tuvieron a su cargo la obra negra de nuestro moderno edificio informativo.

Sería grave omisión de ética profesional, dejar inadvertido el valioso aporte de la vocación profesional del periodista Miguel López Azuara; la concepción del cambio tecnológico impulsada por Héctor Manuel Ezeta y la profesionalización de los servicios concretada por Raymundo Riva Palacio. Sobre esa base se produce el

despegue y por primera vez entramos en América Latina con los 25 principales medios de comunicación de esa región, entre diarios impresos, radio y televisión.

Juzgamos importante delinear los elementos sustanciales que forman parte de la norma de conducta en el trabajo informativo de la agencia. La noticia no ha de ser únicamente trascendente; tampoco se agota en el interés público, en la confiabilidad de la fuente o en la profundidad del tema o acontecimiento. Un elemento definitorio para que la tarea informativa sea eficiente es la rapidez en la transmisión, sobre la cual fluye una circulación noticiosa oportuna. Esto hace que nuestra agencia sea distinta a otras. La presencia de la rapidez en nuestro trabajo diario depende de la capacidad tecnológica instalada pero también de su armónica interacción con el desempeño profesional de nuestros periodistas.

Desde luego, en una agencia estatal de noticias cuya política informativa consiste en la provisión de las mismas pero provenientes de distintas fuentes, puede darse un

aparente dilema entre lo que se considera la información oficial y aquella que no pertenece a este rango. Dicha situación se resuelve a partir de las dos premisas siguientes :

Casi todas las agencias informativas en el mundo son de carácter estatal; hay un grupo menor constituido por empresas mixtas y otro, más pequeño, de agencias cuya propiedad es privada. Este es el caso de las estadounidenses, las cuales, sin embargo, gozan de apoyo estatal expresado, generalmente, en la deducción de impuestos. En Estados Unidos de América hay una agencia estatal, la United States Information Agency (USIS) y dos privadas, a las cuales se les permite deducir de sus impuestos los costos de comunicación, privilegio que configura un subsidio indirecto.

La segunda premisa se apoya en el viejo principio periodístico de que todo se puede informar, dependiendo del lenguaje que se emplee para hacerlo. Estas dos premisas constituyen el método más riguroso para poder establecer un equilibrio entre las informaciones emanadas

de fuentes gubernamentales con las de fuentes de otra naturaleza. Ello sustenta la seriedad de la información y hace que la atribución correcta de las fuentes sea una de las normas básicas de Notimex. La agencia, en cuanto al equilibrio informativo, es tan rigurosa como el más riguroso de los periódicos de México. El gobierno no sólo respeta, sino que también estimula este comportamiento profesional.

Mucho antes de las modificaciones instrumentadas para la regionalización de la agencia, este organismo realizó esfuerzos orientados a la construcción de una diferente concepción informacional denominada Nuevo Orden Informativo Internacional (NOII).

Quienes se encuentran vinculados profesionalmente con el periodismo, así como los usuarios comunes de los medios de comunicación y los que se acercan al fenómeno noticioso para pulsar el ritmo de la compleja y dinámica relación social entre individuos, colectividades y naciones, se han percatado de las tensiones del viejo orden económico y político que causan fricciones y

fracturas en la convivencia nacional e internacional, y también de la existencia de modelos o sistemas vigentes que unilateralizan el flujo de la información, acaparan, manipulan los canales y en consecuencia, imponen sus ópticas parcializadas en el tratamiento noticioso. Muchas de las razones expuestas como factores causales de la regionalización de Notimex se repiten, magnificadas, en otros países. Por ello, aunque resulte falta de modestia, deseamos señalar que nuestra contribución al establecimiento de un nuevo orden informativo internacional radica, precisamente, en la transformación de nuestra agencia.

El NOII es una aspiración sustentada en la necesidad, cada vez más acusada y urgente, de muchos países para comunicarse directamente entre sí. Tal aspiración implica desasirse de los monopolios transnacionales que controlan tanto la difusión como los medios tecnológicos de difusión.

En el caso de América Latina esos monopolios han tenido - y continúan teniendo- una influencia negativa en

su proceso de integración a partir de la premisa filosófica y geopolítica de que el catalizador integracionista es la comunicación. Europa nos muestra que superadas las barreras de la comunicación, la integración es un proceso inexorable. En ese contexto, Notimex como una agencia latinoamericana busca cumplir con el papel de agente de la integración.

Capítulo III

A. Primeros pasos	99
B. Regionalización de Notimex	106
Conclusiones	130
Bibliografía	137
Apéndice	144

A. Primeros pasos

La organización del trabajo en la redacción no significaba ninguna otra innovación que el tratamiento regional de la noticia, como norma rectora. Así cada oficina regional contaría con un grupo de redactores que al recibir la noticia de los corresponsales procederían a su contextualización.

La utilización del concepto contextualizar y su forma sustantiva: contextualización, provoca diferentes apreciaciones que, generalmente, resultan de una contaminación política e ideológica. En este caso podría dar lugar al pensamiento prejuicioso de que contextualizar significaría acomodar la noticia de la localidad o del municipio a una óptica paralizadora o interesada en superponer valoraciones o tratamientos parciales sobre el carácter intrínsecamente regional del hecho noticioso

Por ello, resulta necesario hacer hincapié en que la contextualización que deben hacer los redactores de la mesa de redacción en una agencia regionalizada de noticias significa conservar o respetar el orden de la composición periodística con los elementos que enlazan y se entretajan. El hilo conductor de este entretajamiento tiene que ser, necesariamente el hecho noticioso local o regional y las afectaciones que por causa de él se operan en su entorno interregional y nacional.*

Formulada la aclaración pasemos a examinar la tarea que realizan los corresponsales y los reporteros. Los corresponsales de una agencia son periodistas que están acreditados en alguna ciudad donde tengan residencia temporal o permanente y en las localidades adyacentes. El corresponsal envía sus notas, crónicas, entrevistas o reportajes desde la ciudad o las localidades donde está acreditado a la oficina regional. Los reporteros son periodistas acreditados por la agencia ante las diversas fuentes productoras de noticias en la ciudad sede, ellos surten la información local que, como en el caso de los

despachos enviados por los corresponsales, son contextualizadas.

El ejecutor de las tareas de elaboración, jerarquización y edición del material informativo es el Jefe de Información que, por otra parte, planea la elaboración de entrevistas, reportajes o notas informativas y emite las órdenes de trabajo para reporteros y corresponsales.

La agencia regional tiene un coordinador responsable de todo este proceso, y otra de sus obligaciones específicas es transmitir la información a los suscriptores o abonados de la región.

Sobre ese sencillo esquema organizativo se habilitaron las cinco oficinas regionales de la agencia Notimex.

Resultará ilustrativo detenernos a explicar cómo se operó en la apertura de la primera agencia regional de noticias:

MONTERREY. Paralelamente a la integración del cuerpo central en Monterrey se determinaron las ciudades en las que debíamos contar con corresponsales, además

de las capitales estatales. Se eligió Matamoros, ciudad fronteriza con Estados Unidos, caracterizada por un significativo movimiento de trabajadores indocumentados principalmente de origen centroamericano, que atraviesan cotidianamente los límites internacionales y para quienes resulta el punto de acceso más cercano a la Unión Americana. Matamoros es, también, considerada una importante puerta de entrada de estupefacientes a Estados Unidos. Tiene, por otra parte, una intensa actividad política.

Reynosa es otra de las ciudades elegidas para esa región. Fueron tomadas en cuenta cuatro consideraciones, a saber, su ubicación fronteriza; segundo, porque alberga una de las más grandes refinerías de Pemex en la que se procesa gas natural; tercero, es cabeza del sistema de riego y allí se genera casi el 80 por ciento de la producción nacional de sorgo; cuarto, porque, igual que Monterrey, registra una intensa vida política.

Nuevo Laredo es el punto neurálgico de la frontera

con el país del Norte. Por la vía terrestre de esa ciudad entra y sale un porcentaje importante del movimiento comercial entre México y Estados Unidos.

La Comarca Lagunera, asentada en una zona que comprende Coahuila y Durango, es conocida como primer centro productor de algodón y porque es la principal cuenca productora de leche. Padece problemas de contaminación del agua por arsénico y al igual que las ciudades anteriormente mencionadas, desarrolla una gran actividad política.

Otra corresponsalía fue determinada en la zona carbonífera, integrada por los municipios de Múzquiz, Nueva Rosita y Sabinas. En su conjunto forman el principal polo de producción de carbón mineral, empleado como energético en la industria siderúrgica

Así, tomando en cuenta la importancia de su participación en la producción nacional, su unidad cultural y la presencia de rasgos étnicos comunes, se procedió también con Monclova, sede de la empresa Altos Hornos de México y con significativo índice de producción agrícola

y ganadera; con Piedras Negras, punto importante de intercambio comercial fronterizo y puente de exportaciones ganaderas a Estados Unidos, y con Ciudad Valles, corazón de la huasteca potosina, donde se asienta el proyecto agropecuario más grande del país, el Pujal Coy, punto de enlace con Tampico, otra ciudad donde también se abrió una corresponsalía

Este es, como lo dijimos, el proceso seguido para abrir la primera agencia de noticias regional en el país y desde la cual se desarrolló la capacidad de producir 50 notas locales cotidianamente.

*** Contexto: orden de composición: cosas que se enlazan y entretajan. Ubicación del objeto de estudio dentro de las circunstancias que lo rodean y lo influyen.**

B. La regionalización de Notimex

La regionalización de Notimex fue el resultado de dos motivaciones. La primera, de carácter político, inspirada en la necesidad de contribuir al tránsito democrático que vive el país y, la segunda, como una iniciativa profesional inspirada en la experiencia recogida en nuestro trabajo como reportero de un periódico nacional en la campaña presidencial de 1988.

Los frecuentes viajes a remotas ciudades, comunidades y poblados del territorio mexicano nos permitieron reconocer los rasgos inconfundibles del México Profundo del que hablaba Guillermo Bonfil (1). Desde la perspectiva del periodista no podíamos poner en práctica ni pequeñas ni grandes soluciones a viejos problemas, que precisaban una modificación estructural. Sin embargo, informar sobre lo que sucedía en esas poblaciones, abandonadas y rezagadas equivalía a dar a conocer esa realidad ignota. El reconocer la problemática existente era el primer paso hacia la superación de

distorsiones seculares. Equivalía a que, cada día, se debía hacer más exigente y que se tuviera la posibilidad de incorporarse por sí mismos a la generación, la jerarquización y la difusión de sus materiales noticiosos. En una palabra, la democracia no podría darse si dejaba de lado las dos fundamentales modalidades de los derechos individuales y colectivos: el derecho a la información y la libertad de expresión, particularmente reducidos a nada como lo hemos demostrado en el capítulo anterior.

Queda así claro que estábamos seguros del objetivo deseado, que sabíamos a dónde se buscaba arribar, aunque no sabíamos cómo, cuándo ni dónde hacerlo. Sin embargo, casi nada podíamos concretar más que reflexionar y decirnos muchas veces: si yo tuviera, si pudiéramos, si estuviéramos en posibilidad de tomar decisiones, probablemente intentaríamos desarrollar las acciones pertinentes al objetivo vislumbrado. Nunca habríamos pasado de la ensoñación si la oportunidad no hubiera llegado desafiante y tentadora con nuestro

nombramiento al frente de la dirección general de la Agencia Mexicana de Noticias.

La situación evolucionó radicalmente. Estábamos en la ubicación envidiable para todo periodista, para todo aquel que hubiera querido contar con la posición idónea para dirigir acciones y disponer cosas con el fin de alcanzar un objetivo. Estábamos en el sitio apropiado, pero no teníamos la estrategia para enfrentar el reto de la transformación de Notimex, que por el carácter de sus tareas específicas y su cobertura nacional se ofrecía como el mejor mecanismo capaz de permitirnos avanzar en la democratización del proceso informativo. A partir del reconocimiento y de la devolución de su protagonismo noticioso a los centros generadores de la fortaleza económica y de la cultura nacional que se desarrollan en las ciudades, municipios y comunidades del interior del país.

En los capítulos precedentes aludimos al centralismo como una modalidad de administración que ha dado resultados negativos para los intereses del desarrollo de

las ciudades interiores, particularmente, apoyamos nuestra afirmación con ilustraciones o ejemplos concretos de la postergación o el olvido al que se ven sometidas esas poblaciones. Así, la ausencia de una estrategia preconcebida, la falta de una planeación *ad-hoc*,-- en el caso concreto de la modificación de un organismo centralizado y centralizador en otro descentralizado y regionalizador -- fue asumida con carácter pragmático para configurar como instrumento estratégico aquello que siendo favorable al centralismo para la absorción, negación y paralización del interés de las localidades y las regiones, se convirtiera en referencia utilizable, en contraposición, para generar criterios y acciones de una política regional de la información.

Por otra parte, la existencia de un solo hilo o servicio informativo para desfogar todo el caudal de la información, acopiada por Notimex, resultaba insuficiente. Hay que sumar a ello el hecho de que, en el plano de la regionalización o de los intereses regionalizados, se hacen evidentes los intereses locales o inter-regionales

que dando prioridad a unos no requieren de los otros. Ejemplo: para los clientes de Notimex en Mérida no resultaban atractivas las informaciones específicas de Saltillo; en cambio lo que acontecía en Saltillo era muy interesante para Monterrey. Lo anterior nos situo en la necesidad de diseñar un sistema de flujo informativo que atendiera a la composición de las regiones más estrechamente relacionadas en lo económico y cultural. Esto significaba tomar muy en cuenta el interés de los pobladores regionales por las noticias originadas, en primer lugar, por su hábitat; en segundo lugar, por las de la República y del extranjero. Es obvio que esta prioridad para la regionalización era una respuesta en contraposición a lo que privilegiaba el centralismo informativo. Un antecedente, rico en experiencias y resultados, era el hecho de que la agencia española, EFE, operaba, tanto nacional como internacionalmente, con un sistema regionalizado.

La estrategia del cambio fincada en el análisis de la realidad, en la evaluación de las formas operativas, en los

requerimientos de los clientes, en la adecuación de los recursos humanos y tecnológicos y en una profunda decisión de hacer vigente el tránsito hacia la democratización del proceso informativo, eran nuestras armas, provenientes más de la realidad concreta que de una planeación científicamente organizada. Con ellas iniciamos la tarea.

Por otra parte, democracia y regionalización fueron conceptos vinculados al ejercicio periodístico durante la década pasada. En medio de los debates para la reglamentación del derecho a la información, realizados en el gobierno de José López Portillo, la conformación de un periodismo plural fue uno de los tópicos más aludidos.

En las 137 ponencias presentadas por empresarios, investigadores, periodistas y asociaciones gremiales destacó la necesidad de instrumentar un periodismo que respondiera a las inquietudes de la sociedad civil. En algunas de ellas se esbozó la necesidad de regionalizar el funcionamiento de los medios de comunicación masiva, como una alternativa para el reconocimiento a la

pluralidad histórico-cultural de nuestro país.

El espíritu de participación y democratización del informe Mac Bride permeaba en las ponencias presentadas en la Cámara de Diputados. Se pronunciaban por instaurar un orden de comunicación, donde tuvieran cabida todos los grupos sociales y donde, en consecuencia, se reconociera la pluralidad y divergencia de intereses entre las distintas regiones geográficas que conforman nuestro país.

Durante el gobierno del presidente Miguel de la Madrid la descentralización se convierte en un eje rector de la vida pública. En el ámbito comunicativo y periodístico la realización del Foro de Consulta Popular sobre la Comunicación Social sirvió como un espacio para conocer las demandas sociales. Uno de los temas de las nueve mesas realizadas fue la regionalización de la comunicación y, por consecuencia, del periodismo. Aunque la democratización de los medios de comunicación no fue abordada directamente, existe un estrecho vínculo entre regionalización, periodismo y

democratización.

Esta simbiosis obedece a que el regionalismo es el reconocimiento de la diferencia, el principio social del respeto a la diferencia producida por razones geográficas, históricas y culturales. El regionalismo en la práctica periodística equivale a asumir la riqueza e importancia de realidades diferentes a la propia. El reconocimiento se hace extensivo, necesariamente, al trabajo de nuestros colegas. La regionalización del periodismo implica una reivindicación de la labor cotidiana del periodista.

Si dentro de nuestra sociedad resulta invaluable la importancia de la labor periodística, mayor relevancia adquiere cuando el reportero debe enfrentar las carencias técnicas, la prepotencia de los cacicazgos locales para cumplir con su trabajo.

Sin lugar a dudas, otro grave obstáculo para el desarrollo del periodismo regional fue el desinterés de los propietarios de los medios de comunicación por informar acerca de una realidad que, desde la óptica comercial, no resultaba lucrativa a corto plazo.

Sin embargo, los intereses comerciales no son el único móvil que decide el desarrollo del periodismo. En México, los profundos cambios en la relación de las instituciones con la sociedad civil obligaron a los medios de comunicación a crear un periodismo plural, que proporcionara espacios a los distintos actores sociales. La prensa tuvo que adecuarse a una sociedad participativa, que cuestionaba el ejercicio periodístico. La impresión de calcomanías en contra del noticiero 24 horas por militantes del Partido Acción Nacional, los mítines en las afueras de las instalaciones de una empresa televisiva por la parcialidad informativa de sus noticiarios, fueron las protestas más evidentes.

Se requería de un periodismo creíble, que informara sin desvirtuar los hechos. El periodismo subordinado, tendencioso, resultaba obsoleto para una sociedad en transformación. La participación ciudadana desbordó los espacios de participación tradicionales. La metrópoli se convulsionó ante manifestaciones sin precedentes, pero esa atmósfera de cambio estaba presente en todo el país.

Sin embargo, en materia comunicativa, no todas las comunidades podían acceder al mismo nivel de participación. Numerosas entidades permanecían marginadas, sus medios masivos de comunicación habían postergado sus responsabilidades sociales, en aras de beneficios inmediatos. La complejidad de la realidad nacional precisaba una información plural.

Este contexto brindó a Notimex la oportunidad de constituirse en una auténtica, eficiente y representativa Agencia Nacional de Información, capaz de captar y difundir oportunamente la información relevante que se genera en el país.

Asimismo, conformar un sistema de información que garantizara la participación de las comunidades fortalecía nuestro papel informativo respecto a los medios privados, tanto nacionales como extranjeros. Para lograrlo resultaba impostergable descentralizar el proceso de producción informativo.

Las entidades federativas han vivido, en los últimos años, profundas transformaciones que han modificado su vida política.

Con base a lo anterior, las instituciones, entre ellas los medios masivos de comunicación, enfrentaron una disyuntiva: involucrarse en ese proceso de democratización que vivía la sociedad mexicana o permanecer al margen.

Participar del proceso de transformación de la sociedad mexicana significaba un reto. Era preciso erradicar prácticas viciadas, dejar a un lado el periodismo de boletín e iniciar una labor informativa que involucrara a los actores políticos y sociales al margen de sus militancias. Mantenernos al margen era continuar por el mismo camino y era más fácil. Sólo había un inconveniente, continuar ejerciendo un periodismo que no cumplía su función social, nos convertiría en muy poco tiempo en una institución anacrónica, destinada a desaparecer.

El ejercicio periodístico en México tuvo que modificar

hábitos que ponían en entredicho su objetividad, prácticas que lo convertían en un eco de la retórica centralista e ignoraban la riqueza y pluralidad de nuestra nación. Era necesario difundir la efervescencia que vivían otras comunidades, crear un periodismo regional, donde aparecieran realidades diversas. Informar sobre los procesos de democratización, condicionados por las particularidades socio-políticas de cada estado.

Con la regionalización la Agencia Mexicana de Noticias daba un salto cualitativo. Notimex no sería un informador de coyuntura, que precisara los detalles de una gran noticia eventual; habría una labor cotidiana que permitiría al reportero conocer el escenario, los actores y el desenvolvimiento de los sucesos para revertirlos, a su vez, al dominio de la colectividad.

Con esta finalidad, entre julio y diciembre de 1989 entraron en operación los cinco servicios o agencias regionales. Más de 140 profesionales de la información, además del personal de apoyo, se dieron a la tarea de crear un sistema informativo nacional.

Esta labor se completó con el trabajo que realizaron más de 50 reporteros y redactores establecidos en la capital del país. Al mismo tiempo, inició un programa de capacitación que incluyó cursos sobre periodismo especializado en agencias.

Se estima que antes de la regionalización, en diciembre de 1988, cada uno de los 40 corresponsales producía un promedio diario de una nota, de las cuales muchas no se incluían en el servicio nacional. Hacia abril de 1990, cada oficina enviaba un promedio de 50-60 notas diarias que se difundían por el servicio regional.

Del total, que equivalía a 250 notas, el 25 por ciento eran retransmitidas a los otros servicios de la agencia.

Con la regionalización, la presencia de Agencia Mexicana de Noticias creció sensiblemente. Incluso periódicos con una infraestructura importante a nivel local o regional empezaron a utilizar la información proveniente de Notimex.

La cobertura regional permitió a los medios informativos nacionales tener un seguimiento de sucesos

que en sus inicios aparecían como una coyuntura desarticulada. Asimismo permitió dar conocer la problemática de comunidades que habían permanecido ignoradas.

Esta medida proporcionó a nuestros suscriptores información directa sobre los acontecimientos y una cobertura puntual y abundante en temas de interés específico para los mexicanos.

En forma paralela, la presencia internacional de Notimex creció. En la primera fase, pasó de diez corresponsales en el extranjero a fines de 1988 a 34 en noviembre de 1989. Esa expansión le permitió incrementar su presencia en los medios informativos nacionales y lograr un creciente impacto en los internacionales.

La instalación de una oficina regional en Washington obedeció a la importancia que tiene para México la relación con Estados Unidos y al interés de convertir a Notimex en la agencia latinoamericana por excelencia.

Con este propósito se amplió la red de

corresponsales. Las ciudades estadounidenses con un alto porcentaje de población de origen latino, Chicago y Los Angeles, y los puntos fronterizos, San Antonio y San Diego, se convirtieron en vetas informativas inexploradas. En América Latina se destinaron corresponsales a los principales países de la región.

En 1990, el 70 por ciento de la información internacional ya provenía de nuestros corresponsales, cuando hacía pocos años la situación era inversa. Dimos un salto cualitativo que nos motivó a distribuir y vender nuestros servicios en América Latina, fortalecer la campaña de comercialización en Estados Unidos y alcanzar un nivel importante para la proyección de políticas y posiciones mexicanas en el exterior.

Pero también era preciso racionalizar los recursos económicos. Con este fin se decidió la apertura de la oficina regional en Washington, donde se concentraba la información de todos los corresponsales de América del Norte a través de sistemas telefónicos de menor costo. Este esquema redujo significativamente los costos de

comunicación.

Nuestros logros no nos permiten ser conformistas. Al comparar la presencia internacional de Notimex con las agencias internacionales, la cobertura de la Agencia Mexicana de Noticias resulta considerable. Sin embargo, resulta evidente su impacto en la prensa nacional, así como en los países latinoamericanos.

En el Distrito Federal, en 1990, la agencia publicó 13 mil 701 notas en ocho diarios representativos. Esta cifra representa un incremento del 29 por ciento, respecto al año anterior ya que, durante 1989 se publicaron 9 mil 593 notas en el mismo periodo.

Pero el crecimiento de Notimex no sólo fue cuantitativo, sino también cualitativo pues 655 notas provenientes de la Agencia Mexicana de Noticias aparecieron en la primera plana de los ocho principales diarios nacionales.

En el interior del país, un muestreo realizado en 19 diarios contabilizó 658 notas aparecidas en primera plana, de las cuales 119 , el 18 por ciento ocuparon las ocho

columnas o la nota principal del periódico.

La Agencia Mexicana de Noticias ha realizado acuerdos con el Instituto Nacional Indigenista para la producción de noticiarios en las zonas indígenas tarahuamara, purépecha, chontal, zapoteca, en la montaña guerrense y en la frontera sur. Los servicios de Notimex llegaron a siete radiodifusoras indígenas, que en conjunto suman una audiencia de dos millones.

Dentro del proceso de reestructuración de la entidad Notimex ha modificado el proceso de edición de notas de carácter nacional al dividir la información nacional en tres sectores temáticos que permiten la especialización de los reporteros, redactores y editores. Asimismo se creó el departamento de cultura nacional.

En el segundo semestre de 1989, en seis diarios metropolitanos Notimex publicó 4983 notas, de las cuales el 57.8 por ciento aparecieron en las páginas de El Nacional, el 13.6 por ciento en Unomásuno, el 12.2 por ciento en El Día, el 8.3 en El Financiero, el 6.2 en La Prensa y el 1.7 por ciento restante en El Sol de México.

La penetración informativa en el interior del país durante el segundo semestre representó 41680 notas, por tipo de información se clasificaba el 26.4 por ciento como información genera: 24.5 información internacional, el 23.7 información deportiva , 14.2 de provincia, 4.4 información cultural, 4.5 editoriales y 1.9 servicios especiales.

Al 31 de diciembre de 1989, había con un total de 194 suscriptores nacionales e internacionales en todos los servicios de la agencia y a finales de 1988 se contaba con 113 clientes, lo que representa un incremento del 58 por ciento. (Véase apéndice)

A través de su cobertura, Notimex informa directamente de los hechos que se producen en la República Mexicana y en el extranjero publicando un total de 14 mil 100 notas mensuales.

En la República Mexicana, la agencia tiene una red de 133 corresponsales, reporteros y editores localizados en las ciudades más importantes del país. En Estados Unidos y Canadá cuenta con 15 corresponsales, localizados en ocho ciudades de mayor concentración de

población de origen mexicano y latinoamericano.

Evaluación de metas

El programa de operación para 1990 (6W) fija como meta para el periodo enero-octubre la producción de 223,014 mensajes informativos. En el lapso referido se produjeron con infraestructura propia y de terceros, 227,999 notas, cifra que representa un 102.2 por ciento de la meta programada.

Debe destacarse que el producto final de Notimex lo constituyen los mensajes difundidos vía satélite o microondas a diferentes circuitos de transmisión.

La información de la Agencia Mexicana de Noticias es fuente primaria de 181 diarios en el interior del país, que en conjunto tienen un tiraje de cuatro millones 167 mil ejemplares diarios, y es también fuente de diez agencias internacionales.

Al mismo tiempo sirve a 53 estaciones de radio y televisión. Ello es resultado de la consolidación de Notimex como un medio de servicio público, que cuenta

con 133 corresponsales en capitales y ciudades medias de todo el país.

Notimex está ahora en posibilidades de documentar los acontecimientos que moldean un México moderno, plural, que no se diseña desde el centro sino que se construye desde las comunidades, los municipios, las capitales y las fronteras.

Durante enero- agosto de 1990 se consolidó el trabajo de las cinco regionales y se estructuró en la redacción central tres secciones: económica, política y sociedad.

En esos ocho primeros meses se publicó en 19 periódicos de provincia 58 mil 808 notas, de las cuales siete mil 644 provienen de las mismas zonas donde operan los diarios de provincia.

La sectorización y especialización en el tratamiento de la información permite una jerarquización más rigurosa de la noticia. Asimismo nos proporciona los elementos necesarios para contextualizarla. Esta política otorga mayor credibilidad a nuestra información.

Incremento en la calidad

Con el propósito de incrementar la calidad y la penetración de los servicios de Notimex se elevó sustancialmente la producción de noticias. En forma paralela se establecieron normas de calidad que reforzaron la confianza de nuestros suscriptores.

Para lograrlo se montó una infraestructura que permitió publicar en México, durante el periodo mencionado, 98, 648 notas con crédito a Notimex en un muestreo de nueve diarios del DF y 19 del interior de la República, lo que representa un ocho por ciento más con respecto al mismo lapso del año anterior.

Sin embargo, el nivel de la publicación no puede aumentar indefinidamente ya que los espacios en los medios son limitados y, descontando a los diarios que sólo reciben el servicio de Notimex, hay periódicos que nos publican 20 notas diarias.

La transformación de Notimex facilitó también, como otra expresión de calidad de los servicios, aumentar el

número de clientes en forma significativa para llegar en ese periodo a 181 periódicos en México, el 90 por ciento de los registrados en el directorio de medios.

Si bien el aumento de publicaciones y suscriptores ha servido como indicador de la calidad informativa, el desarrollo de la agencia hizo necesario diseñar un sistema de indicadores o estándares de calidad para evaluar su desempeño.

Comercialización

La agencia del Estado mexicano elevó el número de suscriptores a 461 , de los cuales 312 corresponden a la República Mexicana, 84 a Estados Unidos y 65 a Latinoamérica.

En México, durante el periodo enero- octubre de 1991 se captaron 78 nuevos clientes, de los cuales 50 son periódicos, y el resto son radiodifusoras, canales de televisión, embajadas y organismos públicos y privados.

En Estados Unidos, en el mismo lapso, se captaron 58

nuevos suscriptores con los cuales llegamos a 37 periódicos, 28 radiodifusoras, canales de televisión, siete embajadas y seis organismos públicos y privados.

En América Central, Notimex logro consolidar su presencia en los principales medios de la región de los 60 suscriptores, siete corresponden a Cuba, ocho a Costa Rica, 10 a El Salvador, seis a Guatemala, 14 en Honduras, 11 en Nicaragua y cuatro a Panamá.

En Sudamérica, donde las limitaciones técnicas obligaron a posponer la campaña de penetración para 1992, la Agencia Mexicana de Noticias tiene cinco suscriptores en Chile y entrega un servicio promocional en portugués para 15 medios en Brasil.

También se diseñó un Servicio Inmediato de Comunicados que sería pagado por emisores públicos o privados interesados en aprovechar la nueva tecnología de Notimex para hacer llegar, fuera del servicio informativo normal, comunicados interinstitucionales, decretos e informes a 100 medios vía satélite.

Se proyectó, a finales de 1991, la puesta en marcha de un

servicio escrito para radio que, a diferencia de los hilos, sería continuo y tendría tres resúmenes al día. El mercado potencial es de 200 estaciones o cadenas con noticiarios, de los cuales tenemos 76 contratados y podríamos captar en 1992 un 25 por ciento de los 124 restantes.

El tercer proyecto consiste en diversificar y comercializar mediante convenios con Telmex y concesionarios de telefonía celular, el servicio de noticias por teléfono que ofrece Notimex desde hace 15 años gratuitamente.

CONCLUSIONES

Primera: Como la abundancia no es correlato de pluralidad, el hecho de que haya periódicos que dan espacios a expresiones de distintos grupos partidarios puede llevarnos a la idea equívoca de un ejercicio plural e irrestricto de tal derecho a la información y de la libertad de expresión. Nuestra reserva, conforme se demuestra con el proceso de regionalización de Notimex, subsiste porque el comportamiento de la mayor parte de las empresas comercializadoras de la información tiende a convertir a la noticia en un producto destinado sólo a determinados sectores de la población y no favorece a los núcleos del interior del país.

Segunda: El Estado no puede dejar totalmente desprotegida a la sociedad en materia de comunicación, sobre todo si se trata de:

- Atender a las culturas indígenas con programas dirigidos a fomentar y mejorar el desarrollo de los grupos étnicos.

- Llevar adelante la promoción del área de la política exterior mexicana en el mundo y, particularmente, en América Latina.

- Colaborar al cumplimiento del papel de líder natural que México desempeña en la integración latinoamericana.

- Promover el desarrollo, el progreso y la modernización de las regiones y entidades locales del México profundo.

- Apoyar en sus justas reivindicaciones a los mexicano-americanos e hispanos de América del Norte.

Tercera: En las tareas de servicio social que desarrollan el Estado y la prensa hay un lugar común, una similitud que los hace eminentemente complementarios. Por ello, difícilmente, ambas instituciones podrían actuar separadamente cuando sus finalidades son de servicio a

la colectividad.

Cuarta: La globalización que plantea la corriente neoliberal tiene, en el campo de la comunicación, una de sus más fuertes negaciones. Globalmente, el Estado no puede desentenderse de la comunicación ni de otros servicios sociales vinculados con el bienestar de los sectores más postergados. Recientemente han coincidido con esta postura el presidente del BID, Enrique Iglesias, el embajador Carlos Tello y otras personalidades del mundo político y financiero internacional.(6)

Quinta: Por su natural finalidad mercantil la iniciativa privada ha de dejar intocados varios rubros del campo comunicacional-informativo sea porque no le resulten atractivos para obtener lucro, sea porque consideren que esas tareas corresponden a la función social.

Sexta: Afirmar que el Estado no debe poseer medios de comunicación es, siempre, una postura política de

carácter circunstancial. Cuando hay grupos que están en la oposición rechazan la presencia del Estado en los medios, y cuando suben al poder lo primero que extrañan es el control sobre la circulación de la noticia.

La iniciativa privada se opone y dice que está mal que el Estado sea poseedor de los medios, pero no rechaza el subsidio o financiamiento que el Estado otorga a través de publicidad u otras formas. Andan constantemente detrás de la liberación de impuestos en la importación de papel o de la liberación o formas de pago en especie del tiempo fiscal.

Cuando la iniciativa privada tiene en sus manos el control de los medios no se ocupa de los municipios y comunidades rurales que sufren formas de rezago social y marginación informativa. Los medios de comunicación del interior de la República suelen incluir mayor información procedente del DF y le restan importancia a los problemas o acontecimientos que afectan directamente a su comunidad.

Séptima: No se debe satanizar o unilateralizar la

posibilidad de que los medios pertenezcan a la propiedad estatal o a la propiedad privada. En ambas forma de propiedad se pueden dar vicios o excelencias. La calidad del servicio informativo no depende del sector al que pertenece, sino de la política social, del régimen democrático o despótico, del profesionalismo de los comunicadores y de su plena identificación con las aspiraciones, programas y objetivos nacionales.

La coexistencia de diversas formas de propiedad es una garantía fundamental del pluralismo como base del derecho a la información y a la libertad de expresión.

Los medios de comunicación se desincorporan bajo las premisas del adelgazamiento y de libre mercado adheridas a los conceptos de democracia y libertad de expresión, derecho a la información y pluralismo. Sin embargo la desincorporación no quiere decir que los medios en manos del Estado sean malos, ni que, necesariamente, un medio oficial sea sinónimo de opresión o de negación de las libertades.

En anteriores sexenios se dió apoyo a la televisión

estatal, como una alternativa al monopolio audiovisual: Televisa S.A. Con el mismo propósito fue fundada la Agencia Mexicana de Noticias, NOTIMEX, para difundir el punto de vista del Estado mexicano, en el interior y en el exterior de la República. Hasta entonces las informaciones eran manejadas por empresas extranjeras que, obviamente, veían los asuntos nacionales desde una perspectiva ajena a los intereses mexicanos.

Sin embargo, por el régimen legal al que estaban supeditados los medios estatales (permisionarios), diferente a los medios privados (concesionarios) que pueden desarrollar sus actividades con fines comerciales, nunca fueron real competencia ni por sus contenidos, ni por sus apoyos financieros, del gigante de la televisión privada o de las empresas editoras que, gracias a un mal entendido concepto de libertad oscilan entre la oposición, la presión y el oportunismo ocioso.

La administración pública olvidó que el financiamiento de los servicios de comunicación estatal para el fortalecimiento de la cultura, como los de la educación y la

ciencia, no constituyen gasto sino inversiones a largo plazo.

Octava: El Estado no debe abandonar su tarea de servir a los sectores sociales más rezagados, tampoco puede olvidar aquel campo informativo que no resulta ni atractivo, ni redituable , desde el punto de vista económico para los empresarios de la iniciativa privada.

Hoy por hoy, mientras existan áreas, regiones o grupos de población y culturas que requieren del estímulo del Estado para su preservación y desarrollo en el territorio nacional o fuera de él, y en vista de que su regionalización es un proyecto probado, Notimex constituye una alternativa válida en la relación Estado-Prensa- Sociedad Civil.

Bibliografía

- Bernaldo, de Quiros Felipe. La información y el periodismo.. Eudeba, Buenos Aires, 1968.
- Brajnovic, Luka. Tecnología de la información. Ediciones Universidad de Navarra. España, 1979.
- Calvimontes y C. Jorge. Reseña de Nexos-Televisión. El Nacional, 7 de mayo 1993.
- Casares, Julio. Diccionario Ideológico de la Lengua.Barcelona.G.Gili SA, 1987.
- Clause Roger. Sociología de la información. CIESPAL. Quito, 1967.
- Comisión internacional sobre problemas de la comunicación. UNESCO. Un sólo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. Fondo de Cultura Económica. México, 1980.
- Committee on modern journalism. Periodismo moderno.. Editorial Letras. México , 1967.
- Cherém, Sacal Silvia y May, Herz Abdala. Las agencias de

noticias en México. Análisis y evolución. (Tesis profesional).

Universidad Anáhuac. México, 1985.

- Díaz, Rangel Eleazar. Pueblos subinformados. Cuadernos de nuestro tiempo. Venezuela, 1967.

- Durand, Flores Mercedes y Muñoz, Cid Gema (coord).

Cuaderno de trabajo de agencias informativas. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. México, 1992.

- Gaillard, Phillipe. Técnicas del periodismo. Oikos, Barcelona 1972.

-Gutiérrez, Vega Hugo. Información y sociedad. Fondo de Cultura Económica. México, 1974.

- Hohenberg, John. Ciencias y técnicas de la información en los medios masivos de comunicación. Editorial Interamericana. México, 1982

- López Esteban Escobar Crítica al "nuevo orden " internacional de la información. Ediciones Universidad de Navarra. España

- Martínez, Clement Aide y Naime Padua Pilar. Agencias Mexicanas de Noticias en 1986. (Tesis profesional)

Universidad Iberoamericana. México. 1985.

- Menéndez Antonio. Comunicación Social y

Desarrollo, UNAM, México, DF, 1972.

- Notimex. Informes al Consejo de Administración de NOTIMEX. México. 1990, 1991, 1992.

- Presidencia de la República, Coordinación General de Comunicación Social. Política y sistemas nacionales de comunicación social. Colección Aportes de Comunicación Social. México, 1987.

- Salazar, Palacios Bernardo. Las agencias de noticias en América Latina. Estructura y funcionamiento. Trillas, México, 1990.

- Selser, Gregorio y Roncagliolo, Rafael. Trampas de la información y neocolonialismo. Las agencias de noticias frente a los países no alineados. ILET. México, 1979.

- Silva, Michelena José. Política y bloques de poder. Siglo XXI. México, 1985.

- Somavia, Juan. La estructura transnacional de poder y la información internacional, la información en el nuevo orden

internacional. ILET. México, 1977,

- Sommerland, Lloy E. La prensa en los países en desarrollo.

Manuales UTEHA, No. 374, México, 1966.

- Trejo, Raúl. Las agencias informativas en México. Trillas.

México , 1989.

- UNESCO. Informe sobre la comunicación en el mundo.

UNESCO. Francia, 1990, 549 p.

- Vazquez, Montalban Manuel. Las noticias y la información.

SALVAT editores, Barcelona, 1979,

Hemerografía:

- Journal of Communication 42 (3) Summer 1992.

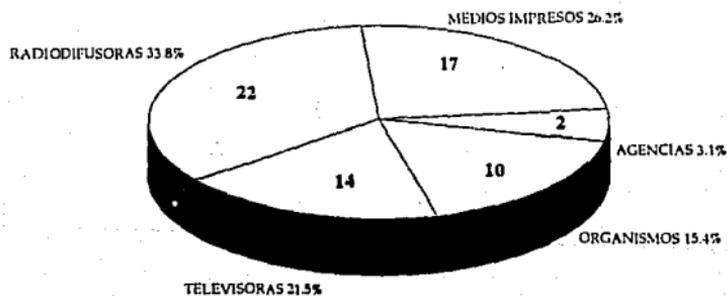
- El Nacional.

- Revista Mexicana de Comunicación.

- La Jornada

- Punto. México, DF, 1998.1991.1993.

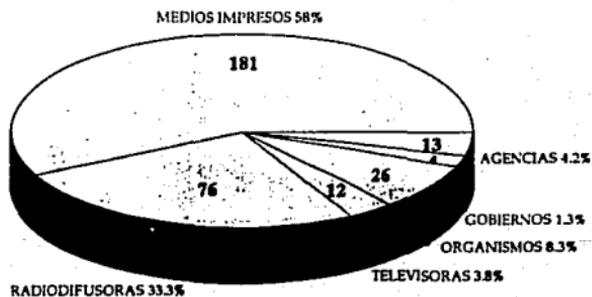
COMPOSICION DE SUSCRIPTORES EN CENTRO, SUDAMERICA Y EL CARIBE



Total de Suscriptores 65

OCTUBRE 1991

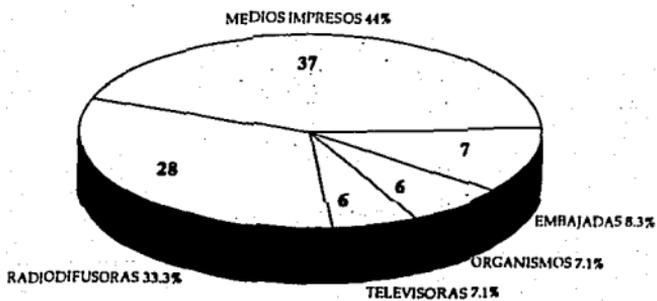
COMPOSICION DE SUSCRIPTORES EN MEXICO



Total de Suscriptores 312

OCTUBRE 1991

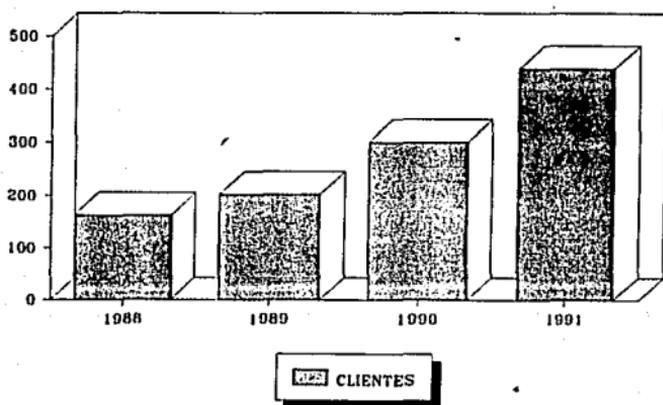
COMPOSICION DE MEDIOS EN ESTADOS UNIDOS



Total de Suscriptores 84

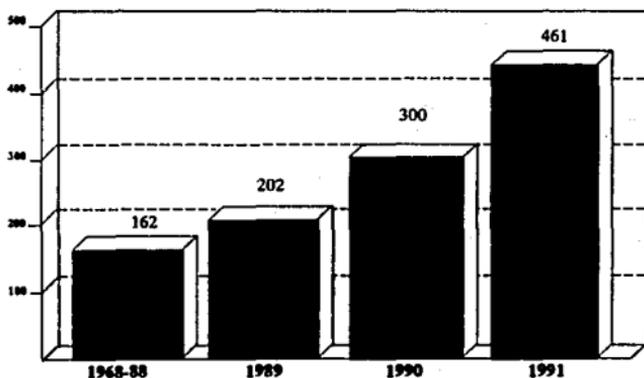
OCTUBRE 1991

COMPORTAMIENTO GLOBAL DE CLIENTES DURANTE LOS EJERCICIOS DE 1988 A 1991



INCREMENTO DURANTE EL PERIODO 271%

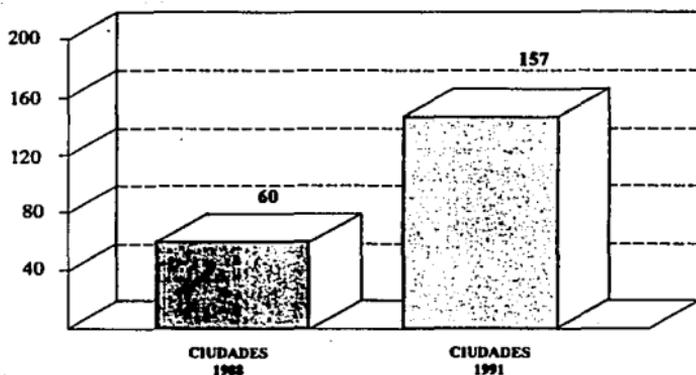
**COMPORTAMIENTO GLOBAL DE SUSCRIPTORES
DURANTE LOS EJERCICIOS DE 1968 A 1991**



INCREMENTO DURANTE EL PERIODO 1968-1991: 184.5 %

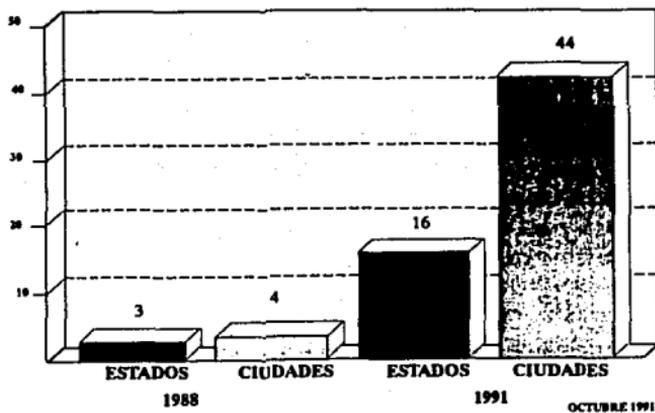
OCTUBRE 1991

**PRESENCIA DE NOTIMEX EN MEXICO, ESTADOS UNIDOS,
CENTRO, SUDAMERICA Y EL CARIBE 1988-1991**



OCTUBRE 1991

PRESENCIA DE NOTIMEX EN ESTADOS UNIDOS 1988-1991



PRESENCIA DE NOTIMEX EN MEXICO 1988-1991

