



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

“ARAGON”

OFICINAS DE PRENSA
¿NECESIDAD O IMPOSICION?

TESIS PROFESIONAL
Que para obtener el Título de:
LICENCIADO EN PERIODISMO
Y COMUNICACION COLECTIVA
P r e s e n t a
ALMA ROSA LAZARO PADILLA

Asesor: Edgar Liñán Avila

San Juan de Aragón, Edo. de México Mayo de 1994

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A mis padres,
y a ellos tres.

I N D I C E

	Pág.
Introducción.....	1
Antecedentes.....	4
I Sistema Político Mexicano	
1.1 Presidencialismo.....	10
1.2 Gobierno del Presidente Lázaro Cárdenas	18
1.3 Política de Comunicación del Estado....	25
1.4 Libertad de expresión.....	32
1.5 Derecho a la información.....	44
II Origen y funcionamiento de las oficinas de prensa.	
2.1 Cómo y cuándo nacen las oficinas de prensa.....	62
2.2 Funcionamiento.....	82
2.3 Servicio interno.....	89

2.3.1 Organos internos de información..	91
2.4 Servicio externo.....	94
2.5 Credibilidad de la información.....	110
2.6 Recursos destinados a las oficinas de prensa y la calidad del trabajo de sus recursos humanos.....	134
 III Caso específico: Oficina de Prensa del Departamento del Distrito Federal.	
3.1 Cómo se trabaja en las oficinas de prensa de las 16 delegaciones políticas dependientes de la central del DDF.....	146
3.2 Organigrama.....	165
3.3 Síntesis informativa.....	166
3.4 Análisis de las publicaciones y boletines de prensa.....	171
Conclusiones.....	184
Bibliografía.....	189
Hemerografía.....	191

INTRODUCCION

"Resulta poco menos que imposible precisar dónde se originan los vicios que desde los años cuarenta entorpecen, encarecen y distorsionan la información periodística en el país: ¿en la mano que pide, en la mano que soborna, en la mano que recibe, en la mano que golpea?

En la insana relación prensa-gobierno se mezclan los intereses económicos, políticos y aún facciosos -locales, regionales o nacionales-, que utilizan a los medios impresos como instrumentos de influencia o presión. Y también, por supuesto, los intereses muy particulares de periodistas, políticos y funcionarios. De sexenio a sexenio, de Presidente a Presidente, la situación prevalece: un gobierno que ejerce el autoritarismo prácticamente sin limitaciones; una prensa en su mayoría domesticada; y un público que desconfía por igual de la prensa y del gobierno.

Desde el funcionario de más bajo nivel hasta el Presidente de la República, las instancias gubernamentales han asumido la tarea de cortejar, corromper y aún reprimir en la búsqueda de una prensa sumisa e incondicional. En contraparte,

muchos periódicos y periodistas -desde reporteros hasta directores y gerentes- han hecho suyo el hábito de cortejar y dejarse cortejar, adular, corromperse, chantajear, someterse, ponerse al servicio del gobierno en su conjunto o de un funcionario en lo personal, con las excepciones de quienes están dispuestos a enfrentar los riesgos de romper las reglas del juego". (1)

Este trabajo ha sido pensado y escrito bajo la convicción de que las oficinas de prensa son uno de los instrumentos más poderosos con que cuenta el gobierno para difundir mensajes en total apego a sus intereses.

A través de la información oficial el Estado ofrece una imagen inmaculada que dista mucho de la realidad. Las oficinas de prensa surgieron como voceros oficiales de las actividades gubernamentales y las campañas políticas.

Como consecuencia, existe entre la opinión pública una gran crisis de credibilidad en virtud de que su función es informar, con el propósito de obtener resultados específicos, generalmente favorables.

El análisis histórico descriptivo de la primera parte de este trabajo aunado a la investigación periodística, de la segunda, dieron como resultado una tarea amplia y compleja,

debido a las características particulares de cada institución, razón por la cual se utilizó a la oficina de prensa del Departamento del Distrito Federal, para ser analizada como un ejemplo específico, con el propósito de mostrar el comportamiento general de los departamentos de comunicación social.

Cabe señalar que el objetivo inicial fue alcanzado en su totalidad, toda vez que la lectura de cada página nos lleva a descubrir paso a paso la estructura, la política y el funcionamiento de estas instancias gubernamentales.

A lo largo de la investigación se recogen ideas y conceptos surgidos de charlas y entrevistas con funcionarios públicos y profesionales de la comunicación, también se incluyen definiciones extraídas de material bibliográfico y artículos periodísticos relacionados con el tema.

ANTECEDENTES

El periodismo es una de las partes más dinámicas y tal vez la herramienta más importante con que cuenta la población para estar informada de los acontecimientos nacionales e internacionales más sobresalientes. Se trata de un fenómeno omnipresente en el mundo contemporáneo que está estrechamente vinculado a las diversas actividades de cada individuo, de ahí que los problemas del periodismo sean los de la comunicación y éstos los de la sociedad en su conjunto.

El término de comunicación es bastante ambiguo si consideramos que se refiere al proceso mediante el cual se transmiten significados de cualquier índole entre todo tipo de personas y tiene relación directa no solamente con el lenguaje sino también con todo el sistema de señales, desde las luces de un semáforo hasta una sinfonía. Su campo de acción es complejo y sumamente extenso puesto que la comunicación está presente en todas las relaciones humanas, ya sean de tipo social, productivo, familiar, político o cultural.

Afirmar que la comunicación es vital para cada individuo resulta insuficiente, porque se trata de una de las condiciones

indispensables para la existencia social, porque ni siquiera podría pensarse en una sociedad cuyos miembros no se alimenten, abriguen y reproduzcan y para hacerlo necesitan trabajar colectivamente, pero tampoco esa actividad puede realizarse sin comunicación.

En el principio de la historia humana, fue el trabajo colectivo el que desarrolló el pensamiento y también el que dio origen al lenguaje.

Como ya se ha dicho, comunicar es transmitir significados y más que eso: compartíroslos. A la comunicación social se debe el desarrollo de un trabajo conjunto porque antes de que los seres humanos hablaran por medio de gestos o sonidos pudieron desarrollar su propia condición humana, es decir racional, parlante. Pero la comunicación y producción compartidas de los primeros tiempos, compartidas en esfuerzo y beneficio, dejaron de serlo cuando la sociedad se dividió en clases. Los explotadores no sólo se apoderaron de los medios de producción sino que también obtuvieron el dominio de los medios de comunicación. Para algunos hombres quedó el trabajo agobiante y embrutecedor; para otros, el cultivo del pensamiento, la palabra y la oratoria, factores que luego se convirtieron en un fabuloso instrumento de refuerzo para el dominio de los

amos sobre los esclavos. La comunicación dejó de serlo desde el momento en que inició la explotación del trabajo ajeno. La gran mayoría de los hombres ya no pudo hablar de igual a igual con sus iguales. La propiedad privada colocó una máscara sobre las semejanzas entre humanos y las personas fueron diferentes según el papel que les tocó jugar en el proceso de producción.

Los que hacían las cosas se "cosificaron"; fueron un objeto, un número; los dueños del dinero se "metalizaron" cambió hasta el metal de su voz. Unos dieron órdenes, otros respondieron con monosílabos. A las masas de esclavos no sólo les fue arrebatado el producto de su trabajo, sino hasta su propia lengua.

"Este desequilibrio transformó la comunicación en información en el sentido de 'imposición de formas'. La comunicación que literalmente significa hacer a otro partícipe de lo que uno tiene no fue más coparticipación y se convirtió en imposición de formas ideológicas, hasta nuestros días en que la cibernética, ciencia de las computadoras, ha demostrado que comunicar e informar son sinónimos y además que 'informar' equivale a 'dirigir' dentro de una misma organización social. De tal manera que quien controla los medios de comunicación de masas puede a través de ellos ejercer un dominio

científicamente comprobado, sobre la sociedad entera aunque no tenga el asentimiento de sus dirigidos y así sea en contra de la voluntad de ellos mismos.

Definir, entonces, la comunicación social como "el proceso mediante el cual se transmiten significados entre las personas", solamente es eludir el problema de fondo, que es su empleo. Veremos que se informa con el objeto oculto o manifiesto de influir en la conducta de las personas, y que el carácter de tal influjo depende, en primer término, de la propiedad sobre los medios de comunicación y en último término, de las relaciones de clase que se dan en el seno de la sociedad.

El periodismo es pues una forma de dirección política y su carácter de clases está determinado por el de la organización social. Todo proceso informativo conlleva a un efecto ordenador, de dirección, sólo falta un paso para que en la sociedad las grandes masas comprendan que los medios de comunicación no son esos inocentes elementos de entretenimiento que les habían dicho, a través de los cuales uno puede enterarse de las noticias o "educarse", sino que son principalmente instrumentos de dirección social, al servicio de la clase propietaria de los mismos". (2)

Toda información que se difunde, así sea de persona a

persona tiene una tendencia, incorpora un mensaje y persigue un fin. Desde la nota que reporta la producción anual de trigo hasta el mensaje de propaganda política, de cualquier signo, llevan su carga de interés en beneficio o en perjuicio de algo o de alguien. Toda información orienta y pretende orientar decisiones.

Desde luego esa finalidad no siempre se logra, como bien apunta Camilo Taufic en su libro Periodismo y Lucha de Clases, "la información determina las decisiones de quienes la reciben sólo cuando éstos la aceptan y lo grave es que la sociedad contemporánea perfecciona hasta límites inauditos los medios para imponer esta aceptación, mientras paralelamente disminuyen y se anulan las defensas de quienes deben concederla. Podemos ser dirigidos subliminalmente por la prensa sin advertirlo y no existe en ningún diario la información por la información; se informa para orientar en determinado sentido a las distintas clases y capas de la sociedad, y con el propósito de que esa orientación llegue a expresarse en acciones determinadas". (3)

Precisamente éste es el principal objetivo de una oficina o de un agente de prensa y constituye además la base y plataforma de lanzamiento de todo programa de relaciones públicas.

I SISTEMA POLITICO MEXICANO

1.1 PRESIDENCIALISMO

Inexorable, despiadado creditismo es el sistema mexicano para quienes en su liturgia oficiaron de supremos sacerdotes; el precio del poder total que durante un tiempo les entrega, es la carencia absoluta de mando que habrán de padecer cada minuto que les queda de vida a partir del instante en que la banda pasa al pecho del sucesor.

Julio Teisser.

En México, por definición, presidencialismo es el ejercicio del poder en manos del Presidente de la República. Algunos estudiosos han llegado a la conclusión de que esa especie de deificación de la figura presidencial tiene profundas raíces ancestrales, tanto de origen prehispánico como colonial. Es decir, nuestras dos vertientes culturales se basan en un mismo principio: un individuo reúne por nuestra voluntad un poder omnímodo ya sea un huey-tlatoani o un emperador europeo.

Esa mentalidad nos ha ido llevando a depositar en el Poder Ejecutivo toda la fuerza que debieran tener los poderes

Legislativo y Judicial. Ello convierte al Presidente en un monarca de tres coronas del cual todo bien y todo mal puede esperar su pueblo. Nada ni nadie le puede poner límites. Su gestión dura seis años y su último acto de gobierno es nombrar a su sucesor -previo supuesto trámite electoral- y pasar al anonimato cediendo todo ese reconcentrado poder a quien lo sucederá.

En esas acciones la prensa nacional tiene un papel destacado: apoya, refleja y comenta, generalmente con elogios, cada acto presidencial.

La sucesión presidencial tiene como actores a secretarios de Estado y figuras de segundo nivel, el primero lo ocupa el presidente, quien debe ver amplificada su figura y sobre todo sus méritos, a través del buen uso de los medios de comunicación. Este trabajo queda en manos de las llamadas Oficinas de Prensa, o de Relaciones Públicas, o más recientemente de Comunicación Social.

En un cuento que inventó y contaba Manuel Buendía, se hace figurar a un precandidato o aspirante a Presidente de la República quien diariamente se veía al espejo preguntándole: ¿Dime espejito, soy yo el funcionario más capaz?

- Evidentemente, contestaba el espejo, no hay nadie como tú. Y así a lo largo del régimen gubernamental.

Pero ese espejo no era el clásico de vidrio o metal; sino todo lo publicado en diarios y revistas.

Por ello la responsabilidad de una oficina de prensa de un funcionario es que su imagen sea siempre, la del mejor funcionario, que su imagen sea la del mejor hombre para la Presidencia. Para lograrlo, un grupo de personas debe difundir los materiales que servirán para generar esa imagen y otro grupo debe captarla y darla a conocer a la opinión pública a través de los medios de comunicación.

Las historias de las relaciones tradicionales del gobierno con los medios son muchas: al tomar posesión, un gobierno estatal se encontró con la sorpresa de que el periódico más crítico del lugar dependía de los apoyos oficiales: complemento financiero para pagar las nóminas, algunas plazas para el personal, publicidad permanente y, por si lo anterior fuera poco, ese gobierno estatal tenía que comprar un paquete determinado de suscripciones para garantizar las utilidades de la empresa periodística. La solución más barata era simple: retirar todos los subsidios e incorporar como empleados públicos a los trabajadores de ese medio, con el beneficio de que aún así habría ahorros sustanciales para el principal financiador. Obviamente ese estatus no cambió.

Del lado contrario, las oficinas de comunicación social se convirtieron pese a su apellido pomposo que se puso de moda en los tiempos de Jesús Reyes Heróles como secretario de Gobernación, en departamentos promotores de la corrupción como un instrumento de construcción de imágenes políticas. Más que un vicio de los medios y de los informadores, el esquema perverso de relación prensa-gobierno, funcionó como un mecanismo de culto a la personalidad de los políticos en turno.

En su indagación clásica sobre el Sistema Político Mexicano, Daniel Cosío Villegas colocó el papel de los medios de comunicación como órganos de los intereses del Estado.

"El mantenimiento de las formas institucionales es necesario. Son esas formas las que le dan permanencia y legitimidad a las relaciones políticas autoritarias. Las instituciones políticas y jurídicas entre las que cuentan principalmente aquellas que consagran las reformas sociales, muy a menudo aparecen como resultado del mismo proceso autoritario. El poder institucional se vuelve autoritario en razón del conjunto institucional que lo conforma".(4)

Las intenciones de regular las relaciones entre los medios y el Estado en estos años -desde el derecho a la

información de López Portillo hasta viajes cobrados de las comitivas de prensa en las giras internacionales de Salinas de Gortari; no responden realmente a la decisión de modernizar esas relaciones, sino que buscan únicamente redocumentar la subordinación, en el entendido de que -según López Portillo- el gobierno no quiere pagar para que le peguen y que (Salinas de Gortari) los medios rompieron los mecanismos de lealtad con el gobierno, y han sido los responsables del crecimiento de la oposición (y del cardenismo, básicamente).

En esta lógica el presidente Salinas ya manejaba la intención de redocumentar las relaciones prensa-gobierno desde que era director del IEPES en la campaña presidencial de Miguel de la Madrid. Al tomar posesión, el presidente De la Madrid gestionó una ley sobre el particular, pero fue parada en seco bajo la acusación de que era una ley mordaza. Desde su propia campaña presidencial, Salinas diseñó un esquema para redefinir esas relaciones en función de la consolidación del poder del gobierno salinista, donde ya contemplaba la decisión de cobrarle a los periódicos por asistir a las giras presidenciales, sólo que habría que esperar el momento adecuado.

El grupo salinista definió, en los meses previos a la

toma de posesión, un proyecto global para redefinir a su favor la relación prensa-gobierno. Pero ese proyecto se fue dosificando para no provocar una reacción de rechazo, sin variar su intención original: reducir la publicidad oficial, recortar la lista de invitados de prensa en las giras presidenciales, controlar la información gubernamental, convertir las direcciones de información en oficinas de comunicación social dependientes de la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia de la República, aumentar el precio del papel, desaparecer las bases especiales de tributación para finalizar los subsidios fiscales, vender PIPSA, instaurar el salario mínimo del periodista y vender los medios de comunicación social del Estado.

Los siguientes pasos están por venir: cobrar por las giras nacionales del Presidente, cobrar por las giras de altos funcionarios, desaparecer los convenios de publicidad política que son verdaderos subsidios y sin control de muchos medios y ejercer un dominio estricto de la publicidad oficial. Y como corolario, presentar en este sexenio una iniciativa de ley de imprenta que oficialice todos los pasos anteriores y que abrogue la ley de 1917 que emitió Venustiano Carranza y que desde los años cuarenta no ha sido reformada.

Lo ideal sería que se acabara con el culto a la personalidad presidencial si los medios ahora tienen que pagar sus viajes, pero la voluntad política del gobierno no llegará tan lejos. Se trata solamente de crear nuevos mecanismos de dependencia, menos ostentosos y públicos, no de construir una democracia.

"Afortunada o desafortunadamente el Presidente no lo puede todo". Diría Miguel de la Madrid durante su mandato (1982-1988). "Afortunadamente porque el sistema de gobierno en México sujeta el ejercicio del poder; y nuestro sistema jurídico establece recursos de distinto tipo a los individuos y a los grupos para defenderse contra las arbitrariedades en el ejercicio del poder; incluyendo los actos del presidente.

El capítulo de las garantías individuales, el capítulo de los derechos sociales, la división de poderes implican una área acotada al poder del presidente desde el punto de vista legal.

Hay también límites políticos reales. La sociedad en México como en todos los países, está constituida por una serie de factores reales de poder a los cuales el presidente debe tomar en cuenta para que sus decisiones sean viables y operativas y eviten conflictos mayores en la sociedad. Esto es otra limitación importante al poder del presidente.

Otra es la realidad misma. La realidad impide que el presidente haga todo lo que quisiera"(5)

En contraparte, Julio Teisser afirma que "lo del momento es recordar, repetir, reiterar, no permitir que nadie olvide por un instante, que en México el único que hace la política de su gobierno es el Presidente de la República.

Los funcionarios a su servicio pueden ser consultados; pero su aprobación no es indispensable, ni siquiera necesaria. No son maestros -aunque así los llaman sus aduladores a sueldo- ni han sido electos: son "secretarios de Estado y del Despacho", designados por el Presidente de la República en atención a motivos propios y personales y sin condicionamientos jurídicos ningunos fuera de los que marcan nuestras leyes. Nada absolutamente nada, lo obliga a retenerlos, a tomar en cuenta sus criterios, a obtener su aquiescencia, a procurar su asentimiento; no tiene otra obligación que cubrirles sus emolumentos.

Una proporción de ellos son útiles y respetables. Todos lo serían si no se presentase la increíble salvedad de alguno o algunos que piensan que constituyen un factor ante la nación y que son sus conceptos los que deben guiar al país, que su opinión tiene que ser tomada en cuenta y que deben complementar el mando político del presidente". (6)

1.2 GOBIERNO DEL PRESIDENTE LAZARO CARDENAS

A fin de ofrecer un panorama más amplio de lo que significan las oficinas de prensa es necesario hacer una breve semblanza de lo que representó para el periodismo nacional, la actuación gubernamental del general Lázaro Cárdenas del Río.

Si algún movimiento político contemporáneo ha sido determinante en la estructuración del aparato estatal en nuestro país, éste fue el dirigido por el presidente Cárdenas pues durante su administración -que comprende el sexenio 1934-1940 se realizaron significativos cambios institucionales que dieron forma al actual sistema político mexicano.

Por ser el cardenismo la corriente más crítica de entre las surgidas durante la Revolución, no extraña que hasta la fecha se discuta, provocando a veces controversias acaloradas debido a que su interpretación se ha dividido en muchas vertientes.

El periodo 1934-1940 destaca en la historia política del país principalmente por la intensa participación del movimiento obrero y campesino que lo caracterizó.

Según sus historiadores Cárdenas fue un hombre dinámico y emprendedor. De noviembre de 1930 a agosto de 1931 ocupó la presidencia del PNR. Reorganizó El Nacional, diario del partido (actualmente en proceso de desincorporación del Estado); creó la Confederación Deportiva Mexicana; inició una campaña antialcohólica.

En junio de 1933 un grupo de diputados anunció el destape. La amplitud de la gira política de Cárdenas sólo es comparable a la que Madero emprendió antes de la Revolución. La inició el 10. de enero en Michoacán.

"La campaña electoral de Cárdenas -escribe Luis González- fue un viento incesante. Los números impresionaban: siete meses, 27 mil 609 kilómetros; 11 mil 287 en vuelo; 7 mil 294 en tren; 7 mil 280 en automóvil; 735 en barco; 475 a caballo. Pero más impresionante aún que este inmenso despliegue de energía fue la simplicidad, la sinceridad de su mensaje: crear el Frente Unico del Trabajo y activar las dotaciones a que tienen derecho los pueblos. En suma: extender a México, por sobre un Plan Sexenal que no limitaba su ensayo mexicano". (7)

En sus conversaciones con doña Amalia Solórzano de Cárdenas, Luis Suárez enfatiza que en esa época no había ni se acostumbraba tanta propaganda, dice Amalia "que no se explica

como la podían hacer porque no existían suficientes recursos financieros. Ahora la propaganda política lo inunda todo, lápices, sombreros, pancartas, televisión, sobre todo la televisión. Ni la del general ni ninguna de aquellas propagandas se pudo haber hecho como ahora". (8)

Como presagio simbólico de que los tiempos cambiarían, el presidente Lázaro Cárdenas tomó varias pequeñas decisiones iniciales: dispuso la estación de un hilo telegráfico directo para que el pueblo presentara sus quejas al Ejecutivo, abrió las puertas de Palacio Nacional a todas las caravanas de campesinos e indígenas que quisieran verlo, mudó la residencia oficial del suntuoso Castillo de Chapultepec a la residencia de Los Pinos, bautizada así por su esposa Amalia.

De 1935 son el Departamento de Caza y Pesca, el Forestal, el de Asuntos Indígenas. De 1936 los Almacenes Nacionales de Depósito. En 1937 nacen el Banco Nacional Obrero de Fomento Industrial y la nueva Ley de Seguros. En 1938 se crean los Talleres Gráficos de la Nación y la Comisión Federal de Electricidad. Se expide el estatuto de los Trabajadores del Estado y la muy importante -y poco respetada- Ley de Responsabilidades de Funcionarios Públicos. En 1939, año en que se pone en marcha el fomento de la industria, se crea también la Comisión Nacional de la Habitación.

En lo que se refiere a la prensa, ésta disfrutó de una gran libertad a todo lo largo del sexenio, pero en los inicios de su gobierno Cárdenas propició cambios, que al menos potencialmente, lo limitaban. Un reportero estrella de la época -Federico Barrera Fuentes- los narra.

"Muy sutilmente deja que desde su gobierno se vayan materializando las restricciones que para la libertad de prensa había anunciado Juan de Dios Bojórquez, secretario de Gobernación. El 17 de febrero de 1934 se modifica la Ley General de Vías de Comunicación en sus artículos 530, 541 y 543, y aunque oficialmente se aclara que nada afecta a la libertad de expresión, quedará prohibido el transporte de todas aquellas publicaciones que denigren a la nación o al gobierno.

Bassols empleó a las fábricas de papel de San Rafael para cometer el atraco sobre La Prensa y ordenó que el Banco de México pagara un adeudo de dicho periódico quedándose como era natural con las facturas. De ese lfo surgió, a propuesta de don Agustín Arroyo Ch., la idea de organizar la PIPSA que empezó a funcionar en octubre del mismo año.

Otra innovación: el propio Arroyo Ch. sería el director del recién creado Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad.

Durante su gestión Cárdenas incrementó la inversión en la infraestructura. Gastó doce veces más que su antecesor en carreteras y aumentó en 30 millones de pesos al año la partida dedicada al riego.

Al acercarse las elecciones de 1940 Cárdenas ofrece elecciones limpias y pacíficas. La carrera se había iniciado con un tumulto de presidenciables. De nuevo, como en 1932, Cárdenas opta por un militar moderado, aunque esta vez incondicional, se decide por su antiguo y fiel lugarteniente: Manuel Avila Camacho.

Este, por su parte, se apresura a proyectar una imagen apacible y lanza un mensaje de unidad nacional en días de guerra mundial: El Partido de la Revolución Mexicana promete a la nación entera que a la conclusión de la lucha electoral no habrá ganadores ni perdedores, sino mexicanos todos de la misma familia". (9)

Puede decirse que la toma de posesión de Lázaro Cárdenas constituye el parteaguas entre el periodismo tradicional sustentado por varias generaciones de intelectuales y los sistemas modernos de comunicación con las masas.

Esto fue notable en prensa y radio, toda vez que la televisión aún no era utilizada como el formidable medio de comunicación y penetración que ahora es.

El reportero investigador, perseguidor de la noticia y ganador de la "principal" (la de ocho columnas) iniciaba el camino hacia su extinción, previa transformación de sus sistemas de trabajo.

Puede decirse que el embrión de ese profundo cambio se gestó en una oficina de la presidencia de Los Pinos, ahí desde luego no se inventó el boletín informativo pero sí se llevó a su máxima expresión a través de la recién creada Dirección de Publicidad y Propaganda, dependiente de la Secretaría de Gobernación.

De esa dependencia salían textos y fotografías exclusivas para cada diario o revista de todo el país.

Debe recalcar que la libertad de prensa inició con Lázaro Cárdenas, continuó con Avila Camacho y alcanzó su mejor expresión con el presidente Alemán.

Miguel Alemán utilizó como nadie los medios de comunicación y su arma primordial fue el boletín informativo, pero al mismo tiempo puso la primera piedra para el sepulcro del reportero, aún la del cronista. No tardaron en imitarlo los secretarios de Estado y los gobernadores, quienes deseosos de notoriedad y buscadores de prestigio contribuyeron alegre e interesadamente al proceso. "Reconocidas plumas" redactaban

información digna de crédito pero al servicio de algún político.

Cada jefe de prensa tenía tras de sí, a su vez, un equipo numeroso más o menos profesional de acuerdo con el presupuesto de que podía disponer. Algunos de esos jefes de prensa realmente destacaron en su labor llegando a contribuir en buena medida a crear una aureola de prestigio en torno a determinados aspirantes a presidente de la República.

1.3 POLITICA DE COMUNICACION DEL ESTADO

La Comunicación Social se define como un elemento indispensable para la gestión democrática de las comunidades humanas, es decir, para la política. "La información es una de las acciones básicas que pone en marcha los mecanismos totales de la comunicación social, las otras tres acciones básicas son: publicidad, propaganda y relaciones públicas.

La publicidad tiene una connotación básicamente comercial auspicia la compra venta de bienes o servicios; la propaganda tiene un significado esencialmente político porque su objetivo es la promoción de conductas humanas, por ello tiende a persuadir al individuo -a la sociedad entera- para adoptar determinadas decisiones políticas. Las relaciones públicas habrá que entenderlas como una técnica especial -ejecutada comúnmente mediante el trato de persona a persona- cuyo objetivo es promover la buena voluntad, la simpatía hacia una causa, un programa, una idea, un candidato, un funcionario, etc., pero no dejan de ser una actividad subordinada y de apoyo". (10)

La comunicación social es fundamentalmente un proceso y las cuatro acciones señaladas cumplen sus funciones dentro de él. Los elementos más importantes que intervienen en dicho

proceso son: emisor, receptor, mensaje, canal (a través del cual se envía el mensaje), código y respuesta (su propio canal de retorno).

El proceso de comunicación social, descrito a grandes rasgos, se produce cuando el emisor envía un mensaje a través de un medio; el receptor recibe el mensaje, lo descifra y reacciona -siempre y cuando conozca el código en que viene cifrado- con una respuesta, que a su vez envía al emisor original por un canal adecuado. Este emisor original evalúa la respuesta y reacciona. Y así sucesivamente.

"La comunicación social no se consuma, si el mensaje no llega porque el canal era inadecuado o por falta de sensibilidad en el receptor; porque no fue posible descifrar el mensaje, o por un número infinito de causas. Tampoco se puede hablar de verdadera comunicación social, si el emisor imagina a su receptor como un ser meramente pasivo; o si el emisor original no resulta capaz de hacer una buena evaluación de la respuesta.

La primera y más importante de las claves de comunicación social reside, por lo tanto, en que antes de emprender ninguna acción, el emisor ubique y estudie perfectamente a su receptor. No sólo debe saber dónde está sino también cómo es, y por qué

es así precisamente y no de otra forma". (11)

MARCO LEGAL

No se puede englobar bajo la misma rúbrica, a los medios impresos y a los audiovisuales, ya que aunque ambos difunden mensajes de información, son diversos debido a los efectos que cada uno produce en los usuarios, por lo que la legislación referida a los medios es distinta según se trate de lo impreso o lo audiovisual.

Respecto a este punto, Miguel Angel Granados Chapa refiere que la legislación aplicable a los medios impresos incluye algunas medidas administrativas que en la práctica no se usan porque como es sabido, los medios impresos están regidos en primer término por el contenido de los artículos 6o. y 7o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que en el esquema liberal del siglo XIX dispone que los hombres, que nacen libres o que el Estado les otorga la libertad, disfruten de ciertos derechos sin cuyo ejercicio no podría congregarse la comunidad democrática.

Esta noción liberal del siglo pasado otorga a los hombres la facultad de expresarse. De esos artículos constitucionales

se deriva la Ley de Imprenta, que es una ley local exclusiva del Distrito Federal, porque prácticamente no hay ninguna otra ley de este tipo en otras entidades del país no obstante que cada estado de la República, de acuerdo al régimen federal, debiera, a partir de 1917, haber legislado en esa materia de libertad de imprenta.

Esta es básicamente una ley penal que aplica un castigo a los delitos ejercidos a través de la prensa, pero sólo después de haberlos cometido. Otra posibilidad en la legislación sobre medios impresos es la preventiva, la cual impide la difusión de ciertos textos que se consideran impertinentes o impropios en una determinada situación social.

Las legislaciones punitivas -como la vigente en México- por el contrario, permiten que inclusive se cometa cierto delito y luego se dispone de todo lo necesario para aplicar el castigo correspondiente.

Nuestra ley de imprenta corresponde a este segundo género de normas jurídicas: no impide, por lo tanto, la discusión de determinados puntos en particular, pero sí castiga los delitos cometidos en el ejercicio de las actividades de la comunicación impresa.

A decir verdad en la vida cotidiana esta ley no se aplica

ni legal ni administrativamente. Sin embargo no quiere esto decir que los delitos cometidos a través de la prensa queden sin castigo

Cuando el gobierno federal ha considerado necesario castigar esos delitos, generalmente en asuntos políticos, entonces se aplican normas semejantes a las de la Ley de Imprenta que aparecen en el Código Penal, ya que, desde 1946, cuando comenzó el periodo alemanista, inició también un entendimiento, una complicidad, un contubernio entre la mayor parte de los medios impresos y el Estado mexicano.

Granados Chapa agrega que por usar un bien que es propiedad de la nación, la televisión y la radio no constituyen actividades a las que puedan dedicarse todos los que dispongan de los medios técnicos y financieros para hacerlo. Al contrario de lo que ocurre en los medios impresos, para difundir a través de los canales de televisión se requiere una autorización del Estado.

Sin embargo el marco jurídico no ha sido capaz de evitar que concesionada o no, la difusión de la información como ingrediente indispensable de la comunicación corresponda a los fines relevantes que persigue la sociedad en su conjunto.

En un estricto sentido, todos los medios de comunicación

actúan dentro de la legitimidad establecida. No es culpa suya que el código jurídico no haya evolucionado hasta convertir a la información en un derecho social. En México como en muchas otras naciones insertas en el esquema del capitalismo y la libre empresa, la información se ha convertido en una mercancía que se vende y que produce utilidades o al menos debe producirlas.

"Aparentemente las aspiraciones populares, las expresiones de las mayorías de este país se recogen y reproducen en los medios de comunicación social, pero son objeto de un procesamiento que las sujeta indefectiblemente a los propósitos y objetivos de cada grupo o segmento social. Así son empleadas con propósitos demagógicos por el sector público, o utilizadas como ariete en la crítica oportunista que partidos políticos, grupos de presión y organismos privados utilizan contra el gobierno.

La legitimidad de los medios, el que sirvan a los fines sociales relevantes de los grupos populares de este país, puede en este mismo momento ser preparada, comenzada, conseguida a través de la legalidad, particularmente en lo que toca a los medios impresos, sin perjuicio de que deba emprenderse una lucha política por forzar la participación

popular en los medios audiovisuales.

La legalidad, con todos sus huecos, con todas sus deficiencias, puede ser utilizada y tendrá que seguir siéndolo para legitimar la comunicación colectiva, tan padecedora hoy de circunstancias que la afean, que la ensucian y que la hacen no servir al propósito para el cual hubo de ser concebida en sus orígenes". (12)

1.4 LIBERTAD DE EXPRESION

Quizá un día la libertad de expresión pueda ser algo más que un discurso...

"Día vendrá en que todas las fuerzas económicas y espirituales que actúan en el país se compenetren de esta verdad: que la libertad de expresión es un bien en sí mismo, y nadie debe atentar contra ella, deformándola o estorbándola, aún cuando en su mano esté hacerlo... Días gloriosos serán esos, días en que los directores de los periódicos no tengan que abordar la práctica de la libertad de prensa como lo hacen hoy: cohibidos por las angustias de que tras de ella se yergue un problema económico o, para mayor exactitud, cuando ya no se vean en el trance de resolver el crucigrama, no siempre descifrable, de que esa libertad, tan cara para quien piensa y escribe, tan obligada a servirse a quien lee, no puede ejercerse sino en la medida en que lo permita la conjugación de intereses ajenos a los dictados de una conciencia libre..." (13)

Antes de entrar de lleno a este apartado es necesario mencionar los artículos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que reglamentan el derecho a la libertad de expresión. Para ello reseñaremos los motivos que originaron la redacción de los artículos 6o. y 7o. desde la época prehispánica hasta nuestros días.

ARTICULO 6o.

En el México Prehispánico la sociedad mexicana estaba organizada de manera compleja. Entonces se impuso un rígido control gubernamental ejercido por los nobles y sacerdotes sobre todas las esferas sociales. El imperio azteca era un gran señorío conquistador que justificaba, religiosa y legalmente, el ejercicio de la guerra como instrumento de dominio. La práctica legitimada de ésta tanto en su propio territorio (México-Tenochtitlan, Texcoco y Tlacopan), como en las provincias, permitía castigar duramente cualquier ofensa contra las instituciones.

El carácter autoritario del sistema jurídico mexicano impedía cualquier acto de disidencia a los ordenamientos postulados en la legislación y en consecuencia, las disposiciones que protegían los intereses de la clase noble

eran respetadas íntegramente por la sociedad en su conjunto.

El derecho azteca era bastante severo para juzgar delitos como la traición al soberano o la rebeldía, que atentaban contra el orden impuesto. El castigo a estos delitos podía ser aplicado tanto a nobles como a plebeyos, y consistía en el descuartizamiento en vida, la confiscación de bienes, la demolición de su casa y la esclavitud para sus hijos.

De lo anterior se desprende que en aquella época, era imposible manifestar ideas de cualquier índole, de manera libre e independiente. La hegemonía azteca era la única instancia que determinaba, a través de su ideología, los mecanismos políticos, jurídicos, económicos, sociales, religiosos y culturales que habían de funcionar en la sociedad.

LA COLONIA

Durante la época novohispana, especialmente en el siglo XVI, existió un rasgo sobresaliente: la confrontación pública de pensamientos e ideas, que atendían a una franca pugna de intereses. Por un lado los clérigos y misioneros postulaban ideas protectoras de los indios y por otro, los letrados y

conquistadores autorizaban el cautiverio de los vencidos.

En la Nueva España los debates entre estas posiciones encontradas se trataban públicamente. En aquel tiempo la libertad de opinión estaba restringida a ciertos sectores; por ejemplo, los frailes desde el púlpito denunciaban constantemente los abusos a que eran sometidos los indígenas. Y a pesar de que las autoridades novohispanas se quejaban ante el Rey de este hecho, los frailes no suspendieron sus prédicas en defensa de los naturales, ni fueron castigados.

En 1571 se establece en México el Tribunal del Santo Oficio, órgano que originalmente fue creado para defender la ortodoxia católica, pero que en realidad se empleó como arma política.

Entre sus actividades se cuenta la represión contra manifestaciones que alteraban el orden social impuesto, tanto en el ámbito del pensamiento como en el de la vida cotidiana, además de combatir la disidencia política. Este tribunal fue un factor esencial que impidió durante la dominación española el derecho de los habitantes novohispanos a expresarse libremente.

SIGLO XIX

Los fundamentos ideológicos de la lucha de independencia en nuestro país estuvieron fuertemente influidos por los pensamientos que motivaron la Revolución Francesa y la independencia de Estados Unidos. En la Declaración de los Derechos del Hombre se estableció como punto de apoyo ideológico la libertad de expresión. De igual manera la primera enmienda a la Constitución de Estados Unidos (1787) afirmaba que no se aprobaría ninguna ley que coartara la libertad de palabra y de prensa, o el derecho del pueblo a reunirse pacíficamente para demandar la reparación de cualquier agravio.

Estos antecedentes tuvieron consecuencias como la de que en los primeros intentos de organización de la naciente República Mexicana figuraran en primer plano la libre manifestación de ideas incluyendo la expresión de desacuerdos con el gobierno.

Respecto a la manifestación de las ideas, desde la Constitución de Apatzingán (1814) quedó establecida en su artículo 40, la libertad de expresión. Asimismo, dentro del artículo 10. del Reglamento Adicional para la Libertad de Imprenta, aprobado en 1821, se otorgó la libertad de opinión y la igualdad de derechos para todos los hombres.

Las Bases Orgánicas de la República Mexicana, constitución de carácter centralista, promulgada en 1843, afirmaron en su artículo 9o. que ningún ciudadano podía ser molestado por sus opiniones, teniendo derecho para imprimirlas, sin que existiera censura.

Con la promulgación de la Constitución de 1857 la manifestación de pensamiento y expresión se vio plenamente favorecida, porque dicha libertad se extendió a todos los ámbitos y las restricciones religiosas quedaron suspendidas. El artículo 6o. expresaba:

"La manifestación de las ideas no puede ser objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso que ataque la moral, los derechos de tercero, provoque algún crimen o delito o perturbe el orden público".

Los acontecimientos políticos posteriores, la Guerra de Reforma, la Intervención Francesa y el establecimiento del imperio de Maximiliano provocaron la interrupción de la Constitución de 1857 y la subsecuente implantación del Estatuto Provisional del Imperio Mexicano (1865).

Dentro de este Estatuto se encontraba establecido que a nadie podía molestársele por sus opiniones. Pero la manifestación de las ideas se restringía al ámbito en que las

personas participaban en favor del Imperio o del gobierno juarista.

En 1867, con el restablecimiento de la República, entró nuevamente en vigor la Constitución de 1857. Posteriormente con Porfirio Díaz en el poder, las restricciones a la libertad de expresión aumentaron conforme la dictadura ampliaba su panorama represivo y controlador.

SIGLO XX

Al estallar el movimiento armado de 1910 los dirigentes revolucionarios se abocaron a la tarea de restablecer las garantías que los gobernados exigían. Después de múltiples obstáculos, en 1916 se logró instalar el Congreso Constituyente, en el cual se determinó de manera indiscutible, el restablecimiento de esa libertad específica.

A través de los años esa garantía se ha reforzado y se mantiene vigente para todos los mexicanos. El texto original, ya mencionado, del artículo 6o. fue reformado por decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 6 de diciembre de 1977, adicionándose a la parte final:

"...el derecho a la información será garantizado por el Estado".

Esta adición es de carácter social y comprende el derecho de la sociedad a la información.

El texto vigente reza así:

"La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado". (14)

En sus comentarios jurídicos el doctor en derecho y maestro emérito de la UNAM, Ignacio Burgoa señala que "al ser una derivación específica de la libertad en general, la libre manifestación de las ideas contribuye para el cabal desenvolvimiento de la personalidad humana, estimulando su perfeccionamiento y elevación culturales. La degradación del hombre proviene en gran parte del silencio obligatorio que se le impone, esto es, de la prohibición a que externe sus sentimientos, ideas, opiniones, etc., constriéndolo a conservarlos a su fuero íntimo. Así un pueblo integrado por individuos condenados a no manifestar su pensamiento a sus semejantes, será siempre servil y abyecto, incapaz de experimentar ningún progreso cultural.

Es por ello que en los regímenes, en que impere la libre

emisión de las ideas, la libre discusión y la sana crítica estarán siempre en condiciones de brindar a la sociedad posibilidades de elevación cultural e intelectual". (15)

ARTICULO 7o.

Respecto al artículo 7o. cabe destacar que desde su introducción a la Ciudad de México, en 1539, la imprenta favoreció el comienzo y desarrollo del periodismo novohispano. Se imprimieron y circularon multitud de hojas, volantes y folletos de aparición irregular, bajo los nombres de relaciones, avanzadillas, noticias, sucesos y gacetas.

Debido a la demanda de mayor información durante el siglo XVII, fue necesario adoptar nuevos patrones informativos. Las publicaciones periódicas aparecieron en el siglo XVIII; las primeras fueron la Gaceta de México y Noticias de Nueva España (1722), que tenían una periodicidad mensual.

Una buena parte de la producción bibliográfica de finales del siglo XVIII y de principios del XIX, se caracterizó por su espíritu crítico y su inclinación objetiva y científica; atributos heredados de las ideas ilustradas europeas. No obstante la intolerancia religiosa censuró los impresos,

foráneos o locales, con el pretexto de evitar la penetración y difusión de las "nocivas ideas de modernidad", resultado del movimiento ilustrado en Europa.

El férreo control civil y religioso sobre libros que contenían el ideario del liberalismo francés, no fue obstáculo para que las más avanzadas inteligencias de la causa independiente se nutrieran de información a través no sólo de libros, sino también de folletos y documentos de circulación clandestina, traducidos y reproducidos por los mismos interesados.

SIGLO XIX

Desde los primeros años del siglo XIX se dejó sentir abiertamente la lucha por la libertad de prensa. De esta manera surgieron publicaciones esporádicas de crítica política tales como *El Pensador Mexicano*, de José Joaquín Fernández de Lizardi y *El Juguetillo*, de Carlos María de Bustamante.

Dentro de ese panorama, apareció el *Diario de México* (1805-1817), primera publicación cotidiana de la Nueva España, fundada por Jacobo Villaurrutia y Carlos María Bustamante que si bien en un principio tuvo carácter oficial, en su última época se orientó como defensor de la causa insurgente, lo que

le valió la censura de las autoridades novohispanas.

La libertad de prensa en nuestro país, paradójicamente, se consiguió de manera oficial durante la época de la Colonia. La Constitución de Cádiz de 1812 consignó esa libertad, aunque sólo se aplicó por un breve lapso, ya que fue derogada en 1814.

A cuatro años de iniciada la lucha por la independencia se dictó el Decreto Constitucional para la América Mexicana. En su artículo 40 señalaba que la libertad de hablar, de discurrir y de manifestar las opiniones por medio de la imprenta no debía prohibirse a ningún ciudadano, a menos que atacara a la tranquilidad pública y al dogma religioso. La intolerancia a este respecto fue determinante en la obtención de la absoluta libertad de expresión. Sin embargo, es comprensible si pensamos en el peso que el dogma católico ejercía en la sociedad mexicana de aquella época.

La Constitución de Apatzingán defendió la libertad política de imprenta, en su artículo 119. Por su parte, el Acta Constitutiva, antecedente inmediato de la Constitución de 1824, en su artículo 13, estableció la protección a la libertad de imprenta; además en su artículo 31 señaló que todo habitante de la Federación tenía libertad de escribir,

imprimir y publicar ideas políticas sin necesidad de licencia.

Durante la dictadura de Porfirio Díaz, la libertad de imprenta fue totalmente restringida y aquellos opositores que publicaban escritos contra el régimen eran inmediatamente encarcelados y sus talleres clausurados.

Entre otras, esta situación provocó las reacciones que motivaron la Revolución de 1910, y que concluyeron cuando el Congreso Constituyente de 1916, Venustiano Carranza, en su mensaje y proyecto de constitución, estableció en el artículo 7o. la inviolabilidad del derecho de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia, teniendo como único límite el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública.

Los debates que suscitó este artículo fueron muy extensos y acalorados. Sin embargo, el texto se aprobó con algunas modificaciones al proyecto de Carranza y quedó redactado como aparece actualmente:

Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento de delito.

1.5 DERECHO A LA INFORMACION

Hasta hace poco el concepto de derecho a la información no existía, su nacimiento es muy reciente ya que su origen formal se encuentra en el primer periodo de sesiones de la Asamblea General de la ONU, celebrada en 1946. En esa ocasión se declaró que la libertad de información es un derecho humano fundamental vinculada estrechamente con todas las libertades a las cuales están consagradas las Naciones Unidas.

En un documento sobre derechos del hombre la UNESCO reconoce que todos los hombres tienen derecho a exigir la información más completa y más exacta procedente de todas las fuentes importantes con el fin de que puedan desempeñar eficazmente el papel que les corresponde en la sociedad humana.

El principal contribuyente a la redacción de este concepto fue René Maheu, quien estimaba que era un error seguir considerando a la libertad de información como un complemento de la libertad de expresión. Por el contrario definió el derecho a la información como la prolongación natural del derecho a la educación. Maheu agregaba que incluir en la lista de los derechos del hombre el derecho a la información no

significaba solamente el anhelo de acrecentar o mejorar los conocimientos puestos a la disposición del público en general. Significaba también exigir una profunda revisión de las funciones que cumplía la información. Por último René Maheu definió a la información como la presentación desinteresada de materiales susceptibles de ser utilizados por cualquier persona con el objetivo de que cada individuo forme su propia opinión.

Los miembros del Consejo de Europa pactaron el 4 de noviembre de 1950 la convención de salvaguarda de los derechos del hombre y de las libertades fundamentales, cuyo artículo 10 estipula que todos los seres humanos tienen derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y por supuesto la libertad de recibir y/o de comunicar informaciones, ideas u opiniones sin que por ello exista injerencia de las autoridades públicas y sin limitación de fronteras. El presente artículo no prohíbe que los Estados sometan a las empresas de radiodifusión, de cinematografía o de televisión a un régimen de autorización previa.

En su segundo párrafo el artículo mencionado advierte que el ejercicio de esas libertades en cuanto a deberes y responsabilidades, puede ser sometido a ciertas formalidades, condicio

nes, restricciones o sanciones, previstas por la ley, que constituyan medidas necesarias, en una sociedad democrática para la seguridad nacional, la integridad territorial o la seguridad pública, la defensa del orden y la prevención del delito, la protección de la salud y de la moral, la protección de la fama o de los derechos de otro, para impedir la divulgación de informaciones confidenciales o para garantizar la autoridad y la imparcialidad del poder judicial.

En 1976, durante la decimonovena conferencia de la UNESCO se redactó un documento sobre medios de comunicación mismo que fue debatido durante la vigésima conferencia general efectuada dos años más tarde. El proyecto correspondiente fue objetado por Estados Unidos y otras naciones capitalistas que lo estimaron contrario a la libertad de información. En México alguien lo llamó una monstruosa proposición. Después de semanas de negociación se aprobó un texto, cuyo artículo 2o. establece lo siguiente:

El ejercicio de la libertad de opinión de expresión y de información reconocido como parte integral de los derechos humanos y de las libertades fundamentales del hombre constituye un factor esencial para el fortalecimiento de la paz y de la comprensión internacional.

Otro de los párrafos menciona que el acceso a la información debe ser garantizado a través de la diversidad de las fuentes y de los medios de información de que disponga, permitiendo así a cada persona verificar la exactitud de los acontecimientos y fundar de manera objetiva su opinión sobre determinados hechos.

Pero para lograr ese objetivo los periodistas deben tener plena libertad de información. Igualmente, los medios de comunicación deben responder a las preocupaciones de la ciudadanía a fin de impulsar la participación del público en la elaboración de la información.

El inciso cuatro hace énfasis en que para que los medios de comunicación puedan fomentar en sus actividades los principios de la declaración ya mencionada, es indispensable que los periodistas y otros agentes de los órganos de comunicación, en su propio país o en el extranjero, disfruten de un estatuto que garantice las mejores condiciones para el buen desempeño de su profesión.

LA SITUACION EN MEXICO

En el plan básico aprobado por el Partido Revolucionario Institucional en 1975 se determina que el derecho a la información no es simple y sencillamente la libertad para informar, sino el derecho que los hombres tienen como receptores de información.

Durante la campaña de proselitismo del entonces candidato José López Portillo, se efectuó una reunión nacional sobre medios de comunicación. Uno de los ponentes, Miguel Limón Rojas señaló que la libertad de expresión es correlativa al derecho de la población a ser informada.

El derecho a ser informado es uno de los más preciados, y condición esencial de la sociedad porque el derecho a la información y la libertad de prensa son finalmente derechos de la sociedad e imponen obligaciones a todos los individuos.

En abril de 1977, el gobierno federal convocó a una consulta nacional para definir el contenido de la reforma política que se disponía emprender. Ahí se definió al derecho a la información como un asunto, esencialmente político, hubo infinidad de ponencias que se refirieron a él, ya se llamándolo

por su nombre o implicando su contenido. Es digna de mención la tesis de Lira Mora, realmente anticipatoria de lo que más tarde sería la reforma constitucional respectiva: el respeto a las libertades individuales, asegurado por la Constitución, debe expresar en su verdadera dimensión democrática al derecho a la información como una forma eficaz para respetar el pluralismo ideológico, abrogando la tesis exclusivamente mercantilista de los medios de comunicación que lo identifican como equivalente a la libertad de expresión.

En octubre siguiente, el Presidente remitió el proyecto de enmiendas constitucionales referidas a la reforma política. Se recogió en él el derecho a la información, cuyo concepto se explicó sólo refiriéndolo a su ejercicio por los partidos políticos. En la exposición de motivos se dijo que era necesario garantizar en forma equitativa a los partidos la amplia difusión de sus principios, tesis y programas, así como los análisis y opiniones formuladas respecto de los problemas de la sociedad. Para este fin se estimó conveniente establecer como prerrogativa de los partidos su acceso permanente a la radio y la televisión, sin restringirlo a los periodos electorales.

Esta prerrogativa de los partidos, tenía el propósito de

dar vigencia de manera más efectiva al derecho a la información que se incorpora al artículo 6o. y será básico para el mejoramiento de una conciencia ciudadana y contribuirá a que ésta sea más enterada, vigorosa y analítica, lo cual resulta esencial para el progreso de nuestra sociedad.

Como era de esperarse el Congreso aprobó la reforma constitucional respectiva, que para efectos de nuestro tema se tradujo en modificaciones a los artículos 6o. y 41. Al primero se agregó la fórmula: el derecho a la información será garantizado por el Estado, y al segundo se introdujo el párrafo que a la letra dice: Los partidos políticos tendrán derecho al uso en forma permanente en los medios de comunicación social, de acuerdo con las formas y procedimientos que establezca la ley. Se hablaba de la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LOPPE), en cuya exposición de motivos se afirmaba que los partidos contarían de manera permanente y en forma equitativa y mensual, con tiempo en la radio y la televisión. Se establecía también que serían ellos mismos quienes determinarían libremente el contenido de sus programas, los cuales podrían ser de carácter informativo, de esparcimiento, de difusión de tesis, ideas y programas, o de carácter mixto.

El hecho de que los partidos políticos puedan disponer de manera permanente de tiempo en la radio y la televisión para difundir sus ideas, programas y opiniones, y no únicamente durante los periodos electorales, no sólo tiene el propósito de hacer llegar sus mensajes a amplios núcleos de la población ubicados en todo el territorio nacional, sino que con esta disposición, se habrá dado un paso muy importante para dar plena vigencia al derecho a la información establecido en la Constitución Política. Ya que la presencia de los partidos en en los canales de radiodifusión hará posible que por dichos medios se expresen de manera regular diversas opiniones que sumadas a otras, proporcionen a la opinión pública nuevas fuentes de información, con puntos de vista y criterios distintos propios. De este modo el ciudadano podrá contar con más elementos para informarse y así determinar sus criterios políticos.

El 30 de diciembre de 1977, se publicó la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, ante el Sindicato de Redactores de la Prensa, ahí el presidente López Portillo abordó nuevamente el tema del derecho a la información. Esta vez dijo que tal derecho, no obstante su vinculación a la reforma política y su primera concreción en la LOPPE, es uno

de los apoyos fundamentales para organizar el proceso participativo. Advertió además que si no garantizamos el derecho a informar y el derecho a ser informados, corremos el riesgo de empobrecer nuestra vida de relación porque pobre es la libertad si carece de medios para ejercerse. Enriquecer la libertad, poniendo al alcance los medios de su expresión, es el derecho social a la información: derecho a informar y a ser informado. Lo vinculamos con la reforma política porque es fundamental.

Si queremos hacer más participativo al pueblo de México en el proceso democrático, debemos informarlo respecto de las opiniones políticas que tiene; pero pobre sería el empeño si al abrir las opiniones no ponemos a su alcance los medios de difusión. (17)

El derecho a la información envolvió el Día de la Libertad de Prensa en 1978. Desde que fue convertido en derecho constitucional, provocó todas las esperanzas y originó todas las dudas, a tratar de confirmar unas y despejar otras, dedicó López Portillo su discurso. Reiteró su decisión, llamándola derecho social a la información, de convertir la oportunidad democrática en certidumbre operativa. El derecho a

la información complementa la libertad de expresión que, al ser cabal, sustenta una vigorosa opinión pública apropiada al cambio y a las transformaciones esenciales.

"Más tarde, en Mis Tiempos, biografía y testimonios Políticos, López Portillo escribió: anda mal el sistema de información; sueltos los medios de comunicación que empiezan a sentir que el dinero ya no fluye como antes y están desbocándose. Abunda el amarillismo; proliferan las columnas políticas y todo el mundo opina de todo. Esta es, sin duda, una de las áreas en que mayores errores he cometido. Pero es evidente que los partidos andan sueltos; que el manejo de las noticias es casi caótico". (18)

DESINFORMACION, DESCULTURIZACION Y OBEDIENCIA

Conviene incluir aquí parte de un artículo de Arnaldo Kraus, publicado en el periódico La Jornada, en él se menciona que son múltiples los instrumentos por medio de los cuales se puede evaluar la salud social de cualquier comunidad. Uno de ellos es su voz. Opinión pública o voz, denotan lo mismo: la fuerza de los individuos para expresar los descontentos o las coincidencias ante cualquier tipo de decisión. Esta voz debe servir para contrarrestar el peso de los organismos que ostentan el poder.

La voz representa el peso de la sociedad como grupo, y por ende, tiene la posibilidad de participar en el cambio. Cambios en múltiples estratos: a nivel de la comunidad misma, del individuo y por supuesto, de las relaciones entre gobierno, iniciativa privada y sociedad. Para que la voz pese, para que se oiga, se requiere de información y de cultura, elementos que a su vez se reproducen y crecen conforme el medio las considera indispensables. Es decir entre sociedad e información se genera cierta dependencia que bien puede enmarcarse en mecanismos de retroalimentación: la mayor avidez por parte de

los entes, facilita el crecimiento y disponibilidad de la información, lo que a su vez da como resultado una opinión pública más vigorosa y con mayor presencia.

Otra fuente de información se encuentra en los periódicos. Según cifras publicadas en los cuadernos de Nexos, entre Excélsior, El Financiero, El Herald, La Jornada, El Nacional, NoVEDADES, Universal y Unomásuno se editaban en 1990 un millón 185 mil 375 ejemplares diariamente. Sin embargo, la cifra real era tan sólo de 334 mil rotativos. Aparentemente en la actualidad las ediciones son similares.

No se requiere ningún otro tipo de instrumentos para concluir que es poco el número de mexicanos que se acerca al acontecer diario de su país y de sus destinos, es sumamente escaso el número de personas que lee cotidianamente los matutinos. A menos de que el grueso de la población escuche los contados espacios de televisión o radio en donde la información sea manejada con seriedad, es difícil sin embargo evaluar el impacto de los mass media, no obstante sobran razones para pensar que estos medios tengan un impacto positivo en la sociedad.

"El carecer de información es estar condenado al silencio y al conformismo. Sin sustrato, sin materia, toda discusión es

yerma. Sin información, imposible generar una conciencia social fuerte, sana e inquisitiva. Sin materia resulta imposible cuestionar y autocuestionarse. Lograr que el espíritu y la voz del grupo trasciendan cuando el oscurantismo es lo que domina es punto menos que imposible. Es por eso que el nexo entre desinformación y obediencia es tan estrecho.

En tanto no se incremente el nivel de información y culturización de nuestro pueblo, pervivirá el silencio, y con éste los malos hábitos que nos corroen. El problema es encontrar cómo lograr que la información contenida en periódicos, libros y otros medios sea difundida y utilizada adecuadamente por la mayoría de la población". (19)

Finalmente hay que agregar que sin información se avanza a ciegas, sin información pertinente y significativa el transcurso natural de los hechos, esconde sus causas y efectos.

La adición hecha a los artículos mencionados es insuficiente y por lo tanto inoperante, requiere necesariamente que se le reglamente y que en su reglamentación se determine el sujeto y el objeto de la materia informativa y de la acción informadora; asimismo se requiere que se especifique cuál es el interés público para que se le informe y también se deberá establecer si tales intereses son comunes, concomitantes o

contrarios.

En su ponencia sobre Prensa y Soberanía Nacional, José de Villa escribe que si se habla de un derecho a la información deberá precisarse de quien es tal derecho y cuál su obligación. De la misma manera en qué esferas tiene tales derechos y obligaciones el gobierno respecto a la información que da, en cuáles se comprenderá el pueblo en su derecho y obligación de ser informado y de informar y finalmente, qué papel jugarán los medios privados de comunicación como vehículos que se informan para después informar, atendiendo a su responsabilidad tanto jurídica como social, igualmente normada con derechos y obligaciones que han de rebasar lo establecido en la legislación sobre prensa impresa, radio, televisión y cinematografía.

El Estado mexicano tiene como objetivo fundamental la procuración del bien común. Tal procuración se manifiesta en la satisfacción de las necesidades populares de libertad, justicia educación, servicios médicos, cultura, esparcimiento, habitación, alimentación, vestido, trabajo, comunicaciones y transportes, seguridad, respeto a la dignidad humana y solvencia.

En este orden de ideas el interés público, que no es más

que la procuración del bien común, requiere para realizarse, de una infraestructura organizacional que compete al gobierno prever y proveer, conforme a los mecanismos que la democracia ha ideado en términos generales y el gobierno ha implementado en términos generales y particulares.

Y precisamente sobre todo ello es que el pueblo tiene derecho a ser informado; pero también la obligación de informar. Pero junto a este derecho popular el gobierno, por el mismo interés público, se puede reservar el privilegio de no informar. Es aquí en esta interacción de intereses donde se esclarece la urgencia de un instrumento jurídico que concilie los intereses de todas las partes y determine los derechos y las obligaciones de unos y otros.

En este sentido, el gobierno de la República ha informado e informa al pueblo. En ocasiones masivamente; en situaciones diversas lo ha hecho hasta periódica, regularmente. ¿De dónde, entonces, un derecho a la información?

Pues de que el gobierno informa normalmente por conductos institucionales, por accidente y no por regla periodística, persuasiva, masiva y concientemente. No es esta una contradicción: el Presidente rinde anualmente un informe; cada domingo por radio se difunde un programa gubernamental de esparcimiento

y de información; se contratan planas en los periódicos y se transmiten programas en cadena nacional; se publican libros, revistas, folletos, se hacen concentraciones masivas; se reglamentan y usan tiempos en radio y televisión; se difunden mensajes y anuncios oficiales en salas cinematográficas.

"Todo lo anterior que no es una contradicción de términos ni proposiciones, sino un conflicto de comunicación social que no hace más que manifestar una crisis de credibilidad en el gobierno, de comunidad de intereses en el propio pueblo, de manipulación y saturación de intereses inmorales, consumistas y antinacionales de algunos de los medios de comunicación masiva está urgiendo una medida legal que solucione en el entendimiento, en el diálogo, en la comunicación auténtica entre pueblo y gobierno, porque de otra manera, se estará perdiendo la nacionalidad, la nación, México.

Un derecho a la información reglamentado, garantizaría el flujo de información, que no sólo es la acepción de dar a conocer, sino también la de formar desde dentro, entre mandantes y mandatarios". (20)

CITAS BIBLIOGRAFICAS Y NOTAS

- (1) Rodríguez Castañeda, Rafael, Prensa Vendida, Editorial Grijalbo, 2a. Edición, México 1993, Pág. 13
- (2) Taufic, Camilo, Periodismo y Lucha de Clases, Editorial Nueva Imagen, México 1989, Pág. 17
- (3) Ibidem, Pág. 11
- (4) Cosío Villegas, Daniel, El Sistema Político Mexicano, Editorial Joaquín Mortíz, México 1973, Pág. 37
- (5) Los Presidentes de México, El Nacional, 1a. Edición, México 1981, Págs. 109 y 117
- (6) Teissier, Julio Ernesto, La Sucesión, Editorial Diana, México 1981, Pág. 42
- (7) Lázaro Cárdenas Obras y Apuntes, UNAM, Nueva Biblioteca Mexicana, México 1972, Pág. 19
- (8) Suárez, Luis, Cárdenas Retrato Inédito, Editorial Grijalbo, México 1987, Pág. 113
- (9) Krauze, Enrique, General Misionero Lázaro Cárdenas, Editorial Fondo de Cultura Económica, México 1987, Págs. 91-139

- (10) Buendía, Manuel, Ejercicio Periodístico, Ediciones Océano, 1a. Edición, México 1984, Pág. 17
- (11) Ibidem, Pág. 152
- (12) Granados Chapa, Miguel Angel, Examen de la Comunicación en México, Ediciones El Caballito, 2a. Edición, México 1981, Págs. 146-149
- (13) Rodríguez, C.R., Op. Cit., Pág. 48
- (14) Nuestra Constitución Historia de la Libertad y Soberanía del Pueblo Mexicano, Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana, México 1990, Págs. 13-34
- (15) Ibidem, Pág. 36
- (16) Ibidem, Pág. 37
- (17) Granados, Chapa, M.A., Op. Cit., Págs. 120-145
- (18) Rodríguez, C.R., Op. Cit., Pág. 184
- (19) Kraus, Arnaldo, "Desinformación, desculturización y obediencia", La Jornada, 2 de diciembre de 1992, Pág. 6
- (20) Comunicación Social 2, del Foro de Consulta Popular de Comunicación Social, México 1983, Pág. 211

**II ORIGEN Y FUNCIONAMIENTO
DE LAS OFICINAS DE PRENSA**

2.1 COMO Y CUANDO NACEN LAS OFICINAS DE PRENSA

Un jefe de prensa no vale nada si no se tiene dinero para repartir... Me enviaron a tratar a las fieras con un garrote en la mano y nada más.

Humberto Romero.
Director de Rel. Pub. del DDF en 1983

Las oficinas de prensa tienen una función específica: destacar los méritos de una institución, una empresa o un individuo y protegerlos de todo aquello que pueda afectar su imagen corporativa. En el ámbito de la iniciativa privada se denominan Oficinas de Relaciones Públicas.

Aunque no se expresan como medio, sino a través de otros medios de comunicación su propia organización las convierte en instituciones decisivas en el tráfico de mensajes.

"Estas oficinas se originaron hacia los años 40 en las principales ciudades de México, pero tienen su antecedente en las que funcionaron durante la Segunda Guerra Mundial como

centrales de propaganda, generalmente destinadas a denigrar al enemigo.

La mejor organizada de esas centrales fue la que se convirtió en Ministerio de Propaganda del régimen hitleriano. Controló el funcionamiento de todos los medios no sólo en Alemania sino en el mundo entero con diferentes grados y niveles de penetración.

Los mensajes de la oficina de propaganda nazi contribuyeron a crear -durante la década de 1930 a 1940- una corriente de simpatía hacia esa tendencia política.

La oficina de propaganda también sirvió para difundir rumores que facilitarían la invasión armada de un país, creando pánico entre la población civil y dificultando así la defensa. Precisamente durante la invasión alemana de Francia las carreteras se vieron bloqueadas por civiles que huían de las ciudades y con eso se logró obstaculizar el movimiento de tropas francesas. Como fueron cuatro columnas las que invadieron Francia al trabajo de propaganda se le llamó quinta columna.

En tiempos de paz y con los cimientos de las oficinas de propaganda surgieron las Oficinas de Relaciones Públicas o de Comunicación Social, tal y como se les conoce hoy en día con

la finalidad de conocer y darse a conocer, siempre en pro de intereses específicos.(1)

SURGIMIENTO DE LAS OFICINAS DE PRENSA EN EL DF

En un periodo en que la estructuración del sistema político y social mexicano, fue la tarea central y tema principal de debate entre las fuerzas políticas activas del país, nace el 10 de agosto de 1936, durante el régimen del general Lázaro Cárdenas, "La Dirección de Publicidad y Propaganda", dependiente de la Secretaría de Gobernación, que es el antecedente formal de las llamadas primero Oficinas de Prensa, después de Información y Relaciones Públicas y actualmente de Comunicación Social.

Verdadero reformador -según señala Arnoldo Córdova en su libro La formación del poder político en México- "Cárdenas transformó al Partido Nacional Revolucionario (PNR), en un efectivo partido de masas, apuntalado en los sectores sociales que fueron organizados con la formación de la Confederación Nacional Campesina y de la Confederación de Trabajadores Mexicanos, con cuño reformista, en forma paralela a la institucionalización del movimiento patronal en las cámaras

nacionales de empresarios, lo que significó la creación de poderes equilibrados y controlables en grado sumo.

La amplia participación política que las masas populares tuvieron durante el periodo presidencial de Cárdenas no tenía más base que la paternal protección que el primer mandatario les dispensaba para asegurar el apoyo mayoritario a las trascendentales reformas. En las masas se alimentó la imagen del Presidente como seguro conductor del pueblo y se habló de ellas, intensamente, de una marcha del país hacia el socialismo"(2)

De este impulso se derivó la necesidad de una comunicación social desde las esferas del poder hasta las masas. Surgió entonces una auténtica política comunicacional. Asimismo, la transformación de la educación con una nueva tendencia socialista basada en el materialismo histórico, propició que por primera vez se diera proyección y arraigo, por la fuerza de la reiteración del mensaje, a los "slogans" oficiales. En este periodo surge la necesidad de organizar y sistematizar la información procedente del Gobierno hacia la población.

En su libro Historia del Periodismo Mexicano, Leopoldo Borrás apunta que "es con el cardenismo cuando se inicia la

era de los comunicados oficiales, antecedentes de los boletines de prensa. Se crea entonces, en enero de 1937, el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad, en sustitución de la Dirección de Publicidad y Propaganda, con el objetivo específico de centralizar la información, función que estuvo a cargo de Agustín Arroyo Ch., conformando así una oficina burocrática que inicia el deterioro del periodismo de investigación, del reporterismo". (3)

"Cuando en diciembre de 1940 el Presidente Cárdenas dejó el poder al general Manuel Avila Camacho, señala Borrás, las estructuras sociales del nuevo sistema habían tomado ya forma y consistencia. Lo que habría de distinguir al periodo histórico que se inició entonces, sería por un lado, una notable estabilidad política y, por el otro, un ritmo veloz de crecimiento y diversificación de la economía. México registró una transición estructural que lo llevó de una economía predominantemente agrícola a una incipiente industrialización.

Las razones inmediatas del crecimiento de la industria mexicana a partir de 1940, las dio en buena medida la Segunda Guerra Mundial, ya que las exportaciones aumentaron en un 100% entre 1939 y 1945, a la vez que se eliminó la competencia del exterior en diversos e importantes campos del mercado interno.

En el periodo del presidente Avila Camacho se da una mayor penetración de la prensa y se acrecienta la importancia de crearle al mandatario una imagen sólida, como la de su antecesor, buscando fortalecer el concepto del presidencialismo. Se crea así, en 1940, la Dirección General de Información, dependiente de la Secretaría de Gobernación, cuyo titular fue Manuel Altamirano, simultáneamente surgieron en forma embrionaria y rudimentaria las oficinas de prensa en varias dependencias públicas". (4)

"Al dejar Avila Camacho la presidencia, México presentaba ya ciertos rasgos característicos de una sociedad moderna, urbana e industrial, consolidándose durante el periodo presidencial de Miguel Alemán el modelo de desarrollo favorable a la industria dependiente de una base agraria; con él la inversión privada creció notablemente, las grandes obras oficiales se multiplicaron. El impulso a los sistemas de irrigación favoreció al agricultor privado sobre el ejidatario y la llamada "pequeña propiedad" rural recibió toda clase de garantías". (5)

Todo ello exigió un esfuerzo mayor para sistematizar la comunicación social, por lo que se hizo necesario ampliar la información del ámbito presidencial al resto de las

dependencias, ya que había que llegar a más capas de la población, con mensajes que indujeran la opinión favorable a la política de desarrollo del Gobierno de la República.

Tal como ahora se conocen, las oficinas de prensa fueron creadas en 1948, durante el sexenio de Miguel Alemán, época que inauguró una nueva relación entre prensa y Gobierno, abriéndose a los reporteros todas las fuentes oficiales de información, con el objetivo original de ser un canal de difusión para informar de las actividades de una dependencia o de un determinado funcionario, pero también asumiendo la dirección de la información.

"El proyecto respondió inicialmente a un reclamo para que hubiera una mayor fluidez de la información hacia la sociedad. Sin embargo esta idea no tardó mucho en desvirtuarse y las oficinas de prensa se convirtieron solamente en voceros oficiales del gobierno, pero además inició también la decadencia del trabajo reporteril.

El sexenio 1946-1952 marca el despegue del desarrollo estabilizador, pero también es el principio de la prensa por parte del gobierno, que establece un sistema de gratificación a los reporteros, que se instituye como instrumento de concertación de intereses entre el poder público y los medios.

Nacen de esta conveniencia el embute la censura". (6)

"En el periodo Ruiz Cortinista el trato con la prensa tanto escrita como de radio y televisión, fue de respeto recíproco ya que los propósitos de Adolfo Ruiz Cortines eran la unificación nacional; un gobierno honesto y la disminución del costo de la vida". (7)

Defendía la libre expresión, alguna vez dijo que el pensamiento "no debe tener más limitaciones que las que la ley señala, es decir, el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. Es indispensable recordar, dijo, que en la libertad de expresión esplende la soberanía del pueblo, porque interpreta sus aspiraciones y sus afanes de mejoramiento. Por ello la libertad es el símbolo máximo de la democracia y sin ella el pueblo estaría expuesto a los excesos del despotismo, carente de derechos, de garantías y aún de justicia.

La libertad, agregó, es inseparable del progreso de la nación. Amerita, en quienes la ejercen, el cumplimiento de una misión alta y responsable: servir al pueblo informándolo verazmente.

La crítica a los actos de gobierno, que el propio gobierno pide y estimula, con la doble fuerza que da la convicción y el acatamiento a las leyes, porque el propio

gobierno debe ser intérprete de las necesidades públicas. Así como la prosperidad colectiva es la suma de las prosperidades individuales, la opinión pública debe ser la que resulte de las opiniones particulares, expresadas sin coacción, ni temores, sujetos al denominador común de los altos designios de la patria". (8)

"En el periodo presidencial de Gustavo Díaz Ordaz, fue jefe de la oficina de prensa de la Presidencia, Fernando Garza. Es esa época y especialmente en 1968, el columnismo se encontraba en su etapa de mayor brillo, de tal manera que el 11 de julio de ese año, al cumplir año y medio de establecido el club de columnistas, sus miembros fueron recibidos en audiencia especial, en Palacio Nacional, por el licenciado Díaz Ordaz, quien en esa ocasión les expresó: 'el arma fundamental del periodista es la verdad, la del funcionario es la ley, respetémoslas conjuntamente, cada quien fiel a su deber y mutuamente para servir mejor a esta sociedad que nos ha dado toda su confianza'.

En este periodo se da una gran especialización dentro de las oficinas de prensa, tanto en su estructura orgánica como en los servicios que proporcionaban. Este fenómeno es simultáneo y en relación directa al crecimiento de los

consorcios de televisión, que al crear noticieros exigen servicios específicos que implican la especialización del personal de las oficinas de prensa para la atención a los reporteros de prensa escrita, radio, televisión y requerimientos económicos y administrativos más elevados.

El gobierno produce sus propias emisiones y se crea el Heraldo de México, con el objetivo de defender al empresario. Es curioso anotar que los dueños de ese diario, la familia Alarcón, conjuntamente con el grupo industrial de Puebla, lo hayan hecho cuando Gustavo Díaz Ordaz, también poblano, era el presidente de la República". (9)

En ocasión del Día de la Libertad de Prensa, Díaz Ordaz pronunció ante los directores del periodismo nacional el siguiente discurso: "democracia es el ejercicio de la razón y respeto a la dignidad humana; la libertad de expresión es su más fiel reflejo y la libertad de prensa es, como parte inherente a la libertad de expresión, un atributo fundamental de la dignidad del hombre. Donde la libertad alienta, florece la democracia; donde la libertad perece, surge inevitablemente la tiranía.

A quien disfruta de la libertad corresponde hacer de ella buen uso señalarse límites, ponderar su propia conducta, a fin

de no imposibilitar a los demás el goce de ese mismo derecho. Porque se trata de una libertad dentro de la ley y no una libertad frente a la ley, y la ley no se hizo para provecho de unos, sino para beneficio de todos.

Ustedes, dijo el entonces presidente, tienen un vigorosísimo instrumento para orientar la opinión pública, para modular sus reacciones ante los acontecimientos, para decirle al gobernante la desnuda verdad de lo que el pueblo piensa, pero mientras más poderoso sea el instrumento, más consciente debe ser quien lo utiliza. Solamente es verdaderamente libre quien es verdaderamente responsable.

Hacer uso de la libertad es valorar y seleccionar entre lo bueno y lo malo, entre lo verdadero y lo falso, entre lo positivo y lo negativo, entre lo que enaltece y lo que degrada. La palabra escrita es un bien conquistado por el ser humano; pero su mal uso puede causar serios daños a la sociedad en que se vive.

Informar con veracidad sin dañinas exageraciones, exponer el pensamiento, difundirlo, discutirlo, contrastarlo, hacer comentarios, ejercerse libremente. Siempre será más noble transmitir ideas que repetir, más inteligente crear o producir argumentos que reiterar ataques mezquinos; más digno elevar

las discusiones sobre los temas fundamentales, que hacerlas descender por el uso de la violencia en la palabra". (10)

Años más tarde con Luis Echeverría Alvarez "se inicia un proceso de apertura política, a fin de atraer las corrientes disidentes, buscando seguir caminos distintos al de la represión, tan violentamente expuesta por su antecesor. En el aspecto económico se da una búsqueda de un modelo de desarrollo distinto al que nació con Cárdenas, sin embargo este régimen se enfrentaría a los efectos de dos grandes crisis mundiales: en 1972 la de alimentos y en 1974 la energética. Además de una política exterior totalmente a la defensiva, con Echeverría se da la necesidad urgente de una presencia más activa del país en el extranjero, a fin de negociar en los mercados internacionales.

Esta situación daría lugar al establecimiento de oficinas de relaciones públicas en el extranjero, con el objetivo fundamental de apoyar el nuevo orden informativo. Reforzando el área profesional, se profundiza en la creación de una imagen presidencial sólida. Sin embargo no se obtienen resultados favorables, toda vez que se trató de un sexenio ambivalente y polémico, caracterizado por el enfrentamiento verbal con el sector privado, a la vez que se le hicieron

concesiones como la de haber legalizado el monopolio Televisa. En esta época la inflación se disparó, México se endeudó y los esfuerzos por presentar la imagen de un presidente fuerte, fueron contrarrestados con la técnica del rumor y el chiste.

Si a finales de la década de los treinta se instauran los primeros organismos estatales reguladores de los órganos informativos, es en los setentas cuando las oficinas de prensa se institucionalizan en secretarías, empresas, departamentos y comisiones.

López Portillo, por ende, recibió a una sociedad inconforme, cuya credibilidad en el gobierno estaba en su punto más bajo. Sin embargo y gracias a los medios masivos de comunicación surge una esperanza, con su discurso de toma de posesión. Crece una gran imagen presidencial en diciembre de 1976, con el apoyo decidido de los medios. Desde luego, López Portillo deseó conservar a lo largo de su mandato la imagen que consiguió en esa ocasión". (11)

"De entrada en su primer discurso del 7 de junio, el presidente planteó sus inquietudes respecto de algo que le preocuparía a lo largo de todo su sexenio: la comunicación social. Dijo:

No vengo ante ustedes a decir que reconozco un derecho

que forma parte de los sustanciales del pueblo de México; vengo a celebrar con ustedes que ahora, como desde hace 26 años, podemos frente a frente, cara a cara, decirnos quienes escriben, opinan y publican, y quien garantiza el derecho, que podemos celebrar la libertad en libertad.

Debemos meditar en que si el derecho a la libertad de expresión lo es del individuo, está por inscribirse y debe garantizarse el derecho de una sociedad a ser una sociedad que debe esperar de los medios de comunicación no sólo la información sino la distracción de su ocio y la perfección por medio de la cultura... Hay aquí un campo abierto al supremo compromiso de la libertad responsable.

López Portillo tomó posesión cuando en México se vivían momentos culminantes de desconfianza en el régimen. Rumores de todo tipo y chistes sobre el presidente saliente surgían todos los días. A recuperar la confianza dirigió todos sus esfuerzos. En los primeros días de su gobierno, como por arte de magia, la PIPSA autorizó las solicitudes de papel de Proceso. Casi simultáneamente, gobiernos de los estados y empresas paraestatales, insertaron anuncios en las páginas del semanario.

Como pocos desde el máximo puesto de poder en México,

López Portillo ha permitido asomarse al proceso interno de su toma de decisiones. En 1988, seis años después de dejar la presidencia, publicó Mis tiempos, biografía y testimonios políticos. En él relata pasajes que consideró importantes tanto de su vida personal como de sus etapas de funcionario público. Respecto de sus seis años en la presidencia, transcribe trozos de apuntes que, afirma, hizo como una especie de diario, y los complementa con reflexiones personales efectuadas al escribir el libro. Respecto al 8 de junio de 1977 señala: vivía un conflicto agudo: conveniencia de conducir una política de comunicación útil a la Nación, sin violar la libertad de expresión, pero entendiendo que junto a ésta, con la concomitante libertad de prensa, está el derecho a la información, a ser bien informado. Saber cuál es la parte que en ese derecho se obliga, es importante. Desde luego, el Estado. Pero me surgía una cuestión: ¿Y los medios de información tenían obligaciones o sólo derechos? esa era la gran cuestión que se me planteaba y que fui expresando en distintos momentos, especialmente en sucesivos informes presidenciales. Conjuguar libertad de expresión con derecho a una información veraz y útil para la nación". (12)

A López Portillo el problema de la comunicación social se

le volvía obsesión. Evidentemente intentaba hacerse de la confianza que publicamente le negaban muchos sectores del país. El 7 de junio de 1979 apuntó que "quien estime ser periodista no lo es cuando profesa como razón fundamental el mercantilismo desprovisto de ética y de contenido cultural.

Agregó que no basta con exponer cotidiana a periódicamente una publicación, ésta debe contener esencia, probidad y respeto para la opinión pública.

El periodismo es afán de lucha con certificado de licitud y conciencia de probidad. Podemos considerarlo como el único poder social que no es transitorio, por la misión que cumple frente a la sociedad... El profesionalismo y la verdad no pueden mediatizarse en aras de lo supuesto o falsario. Esa es nuestra responsabilidad hacia el futuro: dejar constancia de una información real, limpia sobre un México nuevo, independiente, ejemplar como pueblo y patria.

En los últimos días de su sexenio, López Portillo escribió: en los últimos seis años los medios y sus representantes la ejercieron en la medida de su responsabilidad. Ninguno fue forzado a hacer o no lo que a sus derechos competía". (13)

Miguel de la Madrid recibe de José López Portillo una

crisis recrudecida, cíclica con devastadores impactos socioeconómicos con el agravante de que profundiza en la erradicación de las clases políticas, dejando fuera de su gobierno a los políticos.

"Las relaciones de Miguel de la Madrid con la prensa nacieron conflictivas. Cuatro días antes del fin de su sexenio, López Portillo expidió un reglamento de Publicaciones y Reglamentos Obscenos. De acuerdo con los artículos del reglamento -suscrito por la Secretaría de Gobernación, a cuyo cargo quedaría la vigilancia de su cumplimiento-, cualquier cosa o cualesquiera expresiones podrían ser consideradas obscenas. En su elaboración se prescindió de la Secretaría de Educación Pública". (14)

"Al día siguiente de asumir la presidencia de la República, Miguel de la Madrid dio a conocer entre otras iniciativas presidenciales una para modificar la ley Orgánica de la Administración Pública, mediante la cual la comunicación social quedaba bajo la responsabilidad de la Secretaría de Gobernación, que tendría a su cargo la normación del manejo de recursos patrimoniales del Estado para información, propaganda y relaciones públicas, además de la puesta en práctica de la política estatal en relación a los diferentes medios de comunicación". (15)

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Las elecciones del miércoles 6 de julio de 1988 se efectuaron bajo sospecha. Hubo prácticas fraudulentas aún antes de los comicios, empezando por un padrón electoral lleno de vicios". (16)

De un documento insólito, anónimo, que circuló en forma interna en el PRI, poco después de que Salinas fue declarado presidente electo:

"La convicción del discurso político del candidato Carlos Salinas de Gortari, sobre la dignidad y la fuerza del pueblo mexicano... fue un mensaje que se perdió en el desierto, pese a que los gastos de publicidad llegaron a sumar casi una tercera parte de los gastos de campaña.

En estas elecciones (los medios de comunicación) acreditaron uno de los principales vicios del sistema: un servilismo humillante y adulador, obediente a los dictados oficiales. En estas elecciones se puso en evidencia, como nunca antes, nuestro subdesarrollo informativo. Los responsables, salvo excepciones que confirman la regla, optaron por establecer jugosos, multimillonarios convenios publicitarios con la gran prensa nacional y regional". (17)

PIPSA fue el punto toral en la celebración del primer Día de la Libertad de Prensa bajo el gobierno de Carlos Salinas de

Gortari.

Se quejó Rómulo O'Farril, representante de los editores de periódicos diarios, el 7 de junio de 1989.

"El precio actual del papel periódico, considerando los créditos y descuentos que puedan lograrse, ya está a un nivel internacional. Otro problema a que nos enfrentamos es la calidad del papel de periódico que se está produciendo en nuestro país. Tanto en su brillantez como en su resistencia, es inferior a los papeles producidos en el extranjero y tiene un exceso de pelusa...

Respondió el presidente Salinas de Gortari:

Mi compromiso es que esa empresa no constituya valladar alguno al pleno ejercicio de la libertad de expresión, y de que los periodistas y editores, de acuerdo con su ubicación geográfica, con sus intereses y características de dimensión, tamaño y necesidades, tengan opciones diversas para adquirir este consumo básico... Si del diálogo entre ustedes a lo largo de todo el país, concluyen que para un más amplio ejercicio de la libertad de expresión y un mejor desarrollo de los medios, es conveniente la desincorporación de PIPSA, procederé con esta decisión...

Salinas de Gortari tomó posesión ante sólo una parte del

Congreso, reunida en el Palacio Legislativo. Diputados y senadores del Frente Democrático Nacional se abstuvieron de convalidar a quien consideraban un mandatario ilegítimo.

En su discurso prometió:

- Modernizar las relaciones entre el Estado y la prensa.
- Respetar el ejercicio pleno y responsable de la libertad de expresión". (18)

2.2 FUNCIONAMIENTO

El funcionamiento de una oficina de comunicación social se apega a un organigrama y a una ruta crítica simples. Bajo una dirección general deben funcionar dos dependencias básicas: difusión y administración.

Difusión se encargará de recabar información (escrita, gráfica, grabada o filmograbada) y después de su jerarquización y tratamiento proceder a distribuirla estratégicamente.

El equipo humano es más o menos numeroso en función del volumen de información que se maneje, del tamaño de la dependencia y desde luego del presupuesto de que se disponga.

Administración se responsabiliza del manejo y conservación del inmueble -desde un cuarto hasta un edificio- del manejo de fondos, adquisición de medios impresos, pago del personal, etc.

Una de sus áreas dispone de un asesor jurídico o de especialistas en la materia de que se trate: economía, literatura, ciencias y artes, entre otras.

En términos generales las oficinas de prensa llevan a

cabo sus funciones y atribuciones en dos ámbitos de acción: externo e interno y abarcan las siguientes actividades:

- Información
- Publicidad
- Relaciones Públicas

En cada una de ellas se han venido creando diferentes mecanismos para realizarlas con mayor eficiencia, los cuales se han hecho más complejos conforme han evolucionado estas dependencias de las instituciones que conforman el sector público.

La función básica de las oficinas de prensa, es sin duda, la de ser un canal de difusión de las acciones del gobierno y de gran parte de las organizaciones sociales y corporaciones industriales y comerciales, acciones que se dan a conocer a través del llamado "boletín de prensa" que ha sido determinante para el funcionamiento de los medios de comunicación masiva del país.

Las oficinas de prensa tal como se manejan actualmente tienen la función primordial de informar y ofrecer todas las facilidades para que el pueblo esté enterado de lo que hacen sus mandatarios, pero también suplen el trabajo de una veintena de reporteros que requeriría cada medio para cubrir toda la

información que se genera en cada fuente.

Dicho de este modo, cumplen una tarea muy importante porque son el instrumento idóneo para facilitar oportuna y rápidamente la información correspondiente a cada sector.

La experiencia de campo y la observación directa en las oficinas de prensa del Colegio de Bachilleres y las delegaciones políticas Venustiano Carranza y Cuauhtémoc, permitieron conocer en detalle el trabajo que cada una de ellas realiza, por ende, se puede asegurar que el esquema a seguir es el mismo. Únicamente cambia el número de personas que integra la plantilla y la calidad del trabajo que cada cual desarrolla, mismo que depende en gran medida de la eficiencia y el toque personal que imprima quien en ese momento esté a cargo de la dirección.

Cada departamento de prensa cuenta con un cuerpo de reporteros, fotógrafos y personal administrativo. De esta forma los redactores y reporteros gráficos tienen la misión de cubrir los eventos promovidos por la propia institución para elaborar el boletín de prensa a fin de difundirlo en las publicaciones internas y/o enviarlos para su posterior inserción a los diferentes medios de comunicación.

El modelo de trabajo de estas tres dependencias puede servir como común denominador para el resto de las oficinas

este tipo. A continuación describiré a grandes rasgos la forma como se trabaja en ellas ya que en el capítulo posterior se especificarán con toda claridad las características particulares.

Las oficinas de prensa mencionadas están conformadas de la siguiente forma:

COLEGIO DE BACHILLERES

- Director general de prensa y Relaciones Públicas
- Jefe de prensa
- Jefe de fotografía
- Cuatro reporteros
- Cuatro fotógrafos
- Dos analistas de información
- Cuatro secretarías
- Un laboratorista
- Un archivista
- Un chofer

LA DELEGACION POLITICA VENUSTIANO CARRANZA

- Jefe de prensa
- Dos reporteros para el turno matutino y dos para el

vespertino

- Tres fotógrafos para el turno matutino y dos para el vespertino

- Tres secretarias
- Tres analistas de información
- Dos choferes

LA DELEGACION POLITICA CUAUHTEMOC

- Coordinador de comunicación social
- Subdirector de comunicación social
- Tres reporteros para el turno matutino y tres para el

vespertino

- Tres fotógrafos para el turno matutino y dos para el vespertino

- Secretario particular del director
- Diez analistas de información para la síntesis matutina
- Cuatro analistas de información para la síntesis "meridiana"

- Diez analistas de información para la síntesis de fin de semana

- Tres choferes

- Coordinador administrativo
- Cuatro secretarias
- Un ayudante de servicios generales

Como podemos observar el número de empleados depende en gran parte del tamaño y de las necesidades del territorio a cubrir por cada dependencia. En el caso del Colegio de Bachilleres cada persona realiza trabajos afines y diversos, pero todos con el mismo objetivo: elaborar la Gaceta quincenal de ese centro educativo, misma que se distribuye gratuitamente en los 20 planteles de la institución, a fin de que los alumnos estén plenamente informados de las actividades socio-culturales que se llevan a cabo en cada de las instalaciones.

La delegación Venustiano Carranza cuenta con poco personal en virtud de que es una de las más pequeñas en el Distrito Federal y se elaboran pocos boletines informativos de las actividades del delegado. En cambio la delegación Cuauhtémoc es una de las más grandes de la capital y la única que cuenta con un coordinador y un subdirector de información. Su extensión abarca 32 Km2. por tanto sus necesidades de personal son mayores en relación con otras que requieren menos recursos porque su jurisdicción abarca menos espacio.

No obstante la forma de trabajo en las dependencias es muy similar, los reporteros y fotógrafos trabajan únicamente cuando hay eventos y en algunas ocasiones cubren sólo lo que consideran más importante; mientras que los jefes de prensa reciben en su oficina a periodistas de diferentes medios de comunicación quienes acuden en busca de boletines o de información "fresca", de primera mano.

Por su parte los analistas de información trabajan desde muy temprana hora, primero en la búsqueda de todos los medios impresos de información y posteriormente en la selección de notas informativas concernientes a su propia institución o a las que tengan relación directa o indirecta con ella, publicadas en los distintos medios. Cuando han recopilado todo el material elaboran a su vez una síntesis informativa, de al menos 50 cuartillas por día, para entregarla a las máximas autoridades de cada organismo.

2.3 SERVICIO INTERNO

Las oficinas de prensa cuentan con mecanismos que facilitan su contacto hacia el interior y exterior de la institución porque es conveniente para sus intereses mantener una relación permanente con funcionarios y público en general a fin de crear una opinión pública favorable respecto de su imagen y para ello elaboran material con el propósito de alcanzar dicho objetivo.

Los servicios internos de información se realizan generalmente con recursos económicos de la propia institución, se trata por lo regular de revistas, murales, avisos y circulares. Pero también existe la síntesis informativa. Esta resulta un material muy importante y su objetivo final es dar a conocer a los directivos las noticias de interés más relevantes, de un tema particular o relacionado con la institución, publicadas en todos los medios de comunicación ya sea locales o nacionales, dependiendo de la cobertura que abarque la institución.

Hablemos en primer lugar de las revistas, periódicos y folletos. Estos como ya he mencionado se imprimen con recursos

propios del presupuesto que se destina anualmente a cada dependencia. En este tipo de publicaciones se destacan temas de interés particular, asimismo se describen las actividades de los funcionarios, se incluyen también invitaciones para participar en foros, cursos o eventos culturales y deportivos y además las actividades desarrolladas por los propios empleados.

Casi siempre aunque provengan de otra área la supervisión final de cualquier tipo de publicación queda a cargo de la oficina de comunicación social, en virtud de que -al menos en teoría- cuenta con el personal especializado en la materia para corregir los errores que el trabajo pudiera presentar.

Con respecto a la publicación de murales que se instalan cotidianamente en lugares visibles y transitados, éstos contienen la información más relevante en cuanto a eventos institucionales, socio-culturales y prestaciones al personal. Este tipo de publicaciones abre la posibilidad de una mayor difusión entre el público, porque contienen grandes ilustraciones en llamativos colores para atraer la atención de los empleados.

Los avisos y circulares se instalan en tableros de información los cuales normalmente están instalados en la

parte baja de los edificios y en ocasiones se encuentran también en cada uno de los pisos con que cuenta el inmueble. Su objetivo fundamental es la información oportuna sobre eventos y prestaciones que ofrece la empresa a sus agremiados. A menudo también se emplean posters y carteles para eventos culturales como cine, teatro, circo u otras actividades, mismos que hacen referencia a descuentos y promociones que beneficiarán directamente a los empleados.

2.3.1 ORGANOS INTERNOS DE INFORMACION

En cada institución existe al menos un órgano informativo que sirve de enlace entre las autoridades y sus empleados. Con este servicio de información se logra un mayor aprovechamiento de los recursos con que cuenta la empresa. Según lo manifestó el director de información de la Dirección de Difusión y Relaciones Públicas del DDF José Luis Manjarréz. Señaló además que con ellos se despierta el interés de la población en general por conocer más sobre sus funcionarios.

Dijo que sin lugar a dudas, el objetivo general de la información interna es vincular a las autoridades y trabajadores de cualquier institución. El material se elabora

básicamente con la ayuda de los reporteros y fotógrafos adscritos al departamento de prensa, ellos proporcionan las notas informativas, reportajes, artículos y material gráfico para la elaboración de los órganos internos, llamémosles revistas, periódicos o murales.

2.4 SERVICIO EXTERNO

Este trabajo resulta sin duda el más importante de todas las actividades que se realizan en las oficinas de prensa. Por eso el responsable del área trata siempre de mantener buenas relaciones con los reporteros y funcionarios de la gran prensa. Por tanto las gratificaciones, invitaciones y trato amable no son casuales, su finalidad es invariablemente un trato preferencial para los boletines de prensa emitidos por cada dependencia.

Del buen manejo de esas relaciones y no tanto de la calidad de la información depende el impacto que la noticia genere en la opinión pública. Así pues, tenemos que los instrumentos de que se valen las oficinas de prensa para proyectar una imagen favorable de sus funcionarios son de varios tipos: boletín de prensa, conferencias de prensa, emisiones de radio, giras de trabajo, información especial y publicidad.

Podría decirse que el arma de comunicación más poderosa es el boletín de prensa, que se elabora a manera de nota informativa, entrevista o pequeño reportaje, sólo cuando se

trata de un tema muy extenso o complicado se envía al reportero el estudio completo para su análisis, resumen y posterior o inmediata publicación.

El contenido de los boletines de prensa es susceptible de publicarse tanto en periódicos como en revistas así como de emitirse en noticieros de radio y televisión. El material se distribuye a través de mensajeros, por vía telefónica o fax a la prensa local y nacional y a algunos medios especializados de la fuente de que se trate. Debido al gran número de medios de comunicación que existe en el país, la información emitida tiene un gran alcance y jamás una oficina de prensa por sí misma lograría siquiera el uno por ciento de la cobertura que alcanza a través de los medios de comunicación masiva.

Las visitas a estaciones de radio constituyen también otro factor sumamente importante para dar a conocer información. Cuando algún funcionario es invitado a charlar sobre determinado tema o conflicto a una estación de radio o un canal de televisión se incluye, ya sea de forma velada, sutil o directa un recuento de las actividades que la institución realiza en favor de la población.

Otro elemento de la comunicación externa son las conferencias de prensa que son dictadas generalmente por el

más alto funcionario de una institución cuando ocurre un acontecimiento sobresaliente del cual es necesario aclarar ciertos puntos o agregar y desmentir información vertida por una tercera persona; o simplemente cuando se desea dar a conocer en detalle programas o actividades que se realizarán a futuro o simple y llanamente por distracción como la tradicional conferencia de prensa de los lunes de Fidel Velázquez.

El objetivo de las ruedas de prensa es configurar una imagen institucional más positiva, así como crear una corriente favorable para el funcionario en turno, en virtud de que la mayoría de las veces son programadas. En ese caso previamente se prepara también un boletín especial y además se incluye la versión estenográfica de todo cuanto dijo la persona que ofreció la conferencia de prensa.

Todo lo anterior, evidentemente limita el trabajo reporteril, toda vez que los empleados de los medios de comunicación no tienen prisa por llegar a tiempo y escuchar desde el inicio las palabras que ahí se mencionan, les basta con acudir al final del evento para estar presentes en la sesión de preguntas y respuestas, porque obviamente esas no se incluyen en los boletines de prensa.

Existe apatía por parte de los comunicadores, se ha perdido el ánimo de investigación, reporteo y lucha diaria por conseguir información exclusiva o una nota importante que podría aparecer como principal en su medio de comunicación. Ahora una gran parte de los reporteros ya ni siquiera acude a buscar el boletín sino que espera pacientemente a que éste llegue a su escritorio para empezar a trabajar. Pero no para ahí el asunto, además trafican y manipulan la información.

En este caso tenemos un ejemplo muy claro de la forma como se manifiesta el poder de la información cuando es manejado por una sola persona.

Me refiero a un artículo publicado en la revista Enfoque en julio pasado, firmado por Roberto Balderas, cuyo encabezado reza: "El poder de informar o informar con el poder". El texto aborda los acontecimientos suscitados en Guadalajara y dice así:

"Maestros connotados de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, de la carrera de periodismo, comentaban en sus cátedras que el comunicador profesional tenía (tiene) el poder para informar; pero, que también hay quienes viven de informar con el poder, es decir, de comunicadores que tienen cierta jerarquía en un medio informativo y lo utilizan para

beneficio particular.

Esto a colación con lo que últimamente aconteció con la tragedia de Guadalajara y con la fuga de amoniaco que se suscitó en una Planta Industrial de Fertimex en Querétaro.

En el primer caso, Pemex fue el círculo principal de ataques bien fundamentados, pero también con cierto cariz político, de una tragedia que inclusive fue y es todavía bandera de partidos políticos. Desgraciadamente, en este caso el Consejo Estatal de Protección Civil y del estado de Jalisco y Pemex no avisaron a tiempo del problema y las consecuencias fueron desastrosas.

La televisión, la radio y la prensa escrita dieron cuenta a todo el país y el extranjero de las graves consecuencias de esta fatal irresponsabilidad. Hubo un programa de radio que se jacta de ser el mejor en vivo, que su "locutor" (dudamos que sea periodista), no cejó en atacar a Pemex y a sus funcionarios dejando a un lado la objetividad y la ética profesional

"Y contra Fertimex volvió a arremeter y se oía claramente como presionaba a su corresponsal en Querétaro para exprimirle información. El pobre corresponsal ya no sabía que decir". (19) Concluye Roberto Balderas que el fin es informar con el poder.

Boletines de información especial.— Este material se elabora regularmente a petición de uno o más reporteros interesados en un tema específico y no se emite al resto de los medios informativos sólo a quienes lo hayan solicitado previamente. Del reportero depende tener la información en exclusiva o compartirla con otros compañeros.

Giras de trabajo.—Se denominan giras o recorridos de trabajo a las visitas que el titular de una institución realiza a un estado del país o simplemente a una colonia del Distrito Federal o a algún municipio del Estado de México o cualquier otro destino. En estas visitas se llevan a cabo actos públicos relacionados con la dependencia que dirige. A este tipo de eventos asiste además del titular un grupo de trabajo interno que será el encargado de elaborar el boletín informativo que al término de la gira será enviado a los diversos medios, acompañado de material gráfico.

En algunas ocasiones se invita a la prensa local y a la gran prensa o a un reportero en especial. Esto ocurre por ejemplo cuando se trata de giras de trabajo presidenciales, el jefe del ejecutivo se hace acompañar por un grupo muy selecto de comunicadores. En cambio cuando se programan visitas a obras importantes, inauguraciones, eventos deportivos o

visitas sociales, entonces sí se permite el acceso a todos los reporteros de la fuente.

Por supuesto todos los gastos que generan este tipo de eventos incluyendo alimentación y hospedaje, son absorbidos por la oficina de prensa que haya formulado la invitación. Pero además, dependiendo de la importancia del evento, la información se paga a través de concepto de publicidad para asegurar su inserción y el 15% de la suma total del espacio comprado se destina al reportero que cubrió el acto.

En este sentido vale la pena incluir la nueva política de comunicación social que pretendió instaurarse el año pasado respecto al anuncio que hiciera la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia en el que informaba que a partir de enero de 1993 se suspenderían las invitaciones con gastos pagados a los reporteros y comentaristas en las giras presidenciales.

Para ofrecer un panorama más amplio de lo que esto implicaría a continuación se describirá la reacción que este anuncio provocó en los medios de comunicación. Sirvan las notas publicadas en tres diarios capitalinos para ilustrar este caso.

Una nota publicada en La Jornada apunta que "es excesivo e impropio que en una jefatura de Estado deba, en cada uno de sus viajes, establecer por su cuenta una logística de transporte, hotel y alimentación para decenas de reporteros, especialmente ante las condiciones y las políticas económicas actuales.

Agrega que más allá de las generalidades, el asunto se inscribe en la peculiar y poco sana relación en la que tradicionalmente el Estado ha actuado de manera paternalista y los medios han buscado beneficios y prebendas no siempre legítimos.

Por supuesto la modernización y el saneamiento de este vínculo requiere de otras acciones en ambas partes de la relación: el gobierno y la prensa deben trabajar en sus ámbitos respectivos, en un marco de mutuo respeto y de total independencia, y para ello es preciso, además de suspender las subvenciones de viaje a los reporteros, que el gobierno establezca una política democrática y justa de asignación de publicidad oficial, la cual constituye, como todo el mundo sabe, un importantísimo recurso para la generalidad de los medios de prensa en este país". (20)

Por su parte el periódico El Día, publicó "que en el intento por establecer una nueva relación Estado-Prensa el gobierno buscará que sean los propios medios de comunicación quienes asuman sus gastos durante las giras presidenciales. La determinación, estaría acompañada de la integración de un servicio informativo de parte de la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia, que mediante el pago de una cuota, enviaría información a aquellos medios de comunicación que no puedan enfrentar los gastos que se ocasionan en las mencionadas giras de trabajo del presidente de la República.

Esta nueva relación Estado-Medios de Comunicación, es el fruto de un largo proceso de debate y discusión, completará la reforma que en este campo anunció Salinas de Gortari en la más reciente comida de la Libertad de Prensa,

De igual forma se trata de impedir que los recursos públicos sirvan a intereses particulares, y por ello, en adelante tendrán que ser los medios mismos los que con recursos y capacidad técnica y financiera, enfrenten sus exigencias informativas.

Se busca recuperar el sentido de independencia de los medios frente al poder, pero también actuar con una moral digna de nuestra condición de república. De esta manera, el

trabajo de esa dirección se limitará exclusivamente al apoyo logístico "que permita el desempeño de la actividad periodística sin supirla". Los profesionales de la comunicación estarían en posibilidad de desarrollar su trabajo con mayor libertad, pues no estarían sujetos a presiones de administradores públicos que traten de beneficiarse de sucesos como una gira presidencial.

Finalmente El Día informa que los lectores serían los más beneficiados, porque tendrían la seguridad de que la información que ofrece el medio de comunicación de su preferencia es resultado de una labor periodística seria e independiente y no fruto de acuerdos pactados entre grupos de interés, preocupados por el mantenimiento de una prensa doctrinaria y dócil a sus necesidades". (21)

Quizá resulte ocioso, pero hace falta decir que cuando un medio envíe a sus informadores a las giras presidenciales a través de sus propios recursos disminuirá la censura en un gran porcentaje puesto que el comunicador no estará supeditado a seguir determinada línea sólo por agradecimiento.

En la nota "Comunicación social una respuesta a tiempo", publicada en El Nacional, Octavio Aristeo López señala que los medios de comunicación masiva están enfrentando nuevos retos

para aceptar que el país está cambiando, que existen modificaciones en sus relaciones con la sociedad y con el poder gubernamental. Sin un objetivo definido en la Comunicación Social y con vicios de entendimiento entre sociedad y gobierno pueden poner en riesgo la estabilidad política de la nación.

"El ciudadano está hambriento de información creíble, por esto, están surgiendo otras opciones de comunicación y éxitos informativos. El mexicano busca la credibilidad para que vaya acorde con los nuevos tiempos. La credibilidad de la información se tiene que dar con imaginación creativa de parte de los que buscan la objetividad y relatan la realidad de las cosas que están sucediendo.

Por esto es saludable que los distintos medios de comunicación masiva cubran sus propios gastos en las giras que el presidente de la República Mexicana realiza, de la misma manera lo hacen en las giras del presidente del CEN del PRI con el fin de que sean más objetivos en su información; y que la Secretaría de la Contraloría General de la Federación, informará que a partir de enero de 1993 se reducirán aproximadamente 300 mil millones de viejos pesos al presupuesto de las oficinas de Comunicación Social y Difusión de las secretarías

de Estado y organismos paraestatales.

Al firmar el Tratado trilateral de Libre Comercio, están orientando nuevas formas de comunicación competitiva en el área informativa en los tres países: México, Estados Unidos y Canadá. Podemos asegurar que la lucha se ubicará en el campo de la objetividad precisa, eficiente de la información y en la modificación del lenguaje informativo". (22)

A este respecto Ealy Ortiz, director general de El Universal dijo que "este es un gran paso en la modernización del periodismo mexicano y sostuvo que es inaplazable también la reglamentación de la publicidad que pagan las dependencias públicas, que ya no es posible que los recursos públicos, los del pueblo, se utilicen para subsidiar, para dar vida artificial a publicaciones que no cumplen con ningún objetivo digno y honesto. Ya no es posible tampoco que estos recursos se utilicen para la promoción personal de funcionarios, sean quienes sean...

Ello, advirtió puede encerrar un problema ético ante el lector, pues éste desconoce cuales de las noticias que lee en su periódico se apegan al obligado criterio de objetividad e imparcialidad, y cuales son inserciones pagadas tan sólo al interés del cliente específico y disfrazadas como información". (23)

Pocos días después, la titular de la Contraloría, María Elena Vázquez Nava, informó que el presupuesto de egresos de la Federación para 1993 contemplaba un recorte muy importante en los gastos de publicidad, propaganda y manejo de prensa en general. Dijo que sería muy estricta la vigilancia del gobierno de la República para lograr transparencia en el uso de esos fondos.

A principios de diciembre el presidente Salinas efectuó una gira internacional a Argentina y Paraguay. Días antes de su partida El Financiero publicó.

Ahora que el próximo viaje presidencial a Sudamérica tendrá para los medios un costo de nueve millones de pesos por cada invitado, el número de reporteros enviados se redujo a menos de la mitad, en relación con el viaje internacional anterior.

Además, el consorcio Televisa decidió ya no enviar a ningún reportero a las giras nacionales ni a las internacionales. Según los reporteros de la fuente, esta segunda gira será mucho más sintomática de las reacciones de los medios ante la nueva modalidad de pagar el costo del viaje y los servicios inherentes a él.

Un poco la falta de costumbre por asumir este tipo de

gastos, y otro tanto por decisiones como la asumida por Televisa, podrían hacer revocar la medida y volver al antiguo sistema de invitación con todos los gastos pagados.

En el Diario Oficial de la Federación, el gobierno dio a conocer, el 22 de diciembre, los Lineamientos para la Aplicación de los Recursos Federales Destinados a la Publicidad y Difusión y en General a las Actividades de Comunicación Social, "de conformidad con las acciones ordenadas por el presidente de la República para llevar a cabo la modernización de las relaciones del Gobierno Federal con los medios de comunicación.

El documento compuesto de 19 puntos, apareció con la firma de los secretarios de Gobernación, Hacienda y Crédito Público y de la Contraloría de la Federación.

Entre los lineamientos mencionados, destacaban el colocado en el punto cuarto:

"Los recursos que se destinen a publicaciones, inserciones, anuncios, discursos, menciones y demás erogaciones relacionadas deberán limitarse exclusivamente al desarrollo de los programas de difusión e información o promoción interna o externa de las dependencias o entidades.

El sexto:

Para la selección de los medios de difusión en que se apliquen los recursos destinados a publicidad, deberá considerarse el que éstos correspondan a diarios o revistas de amplia circulación y cobertura, de tal manera que se garantice que la información respectiva llegue a las personas a que está destinada.

El octavo:

En los viajes internacionales de los servicios públicos de las dependencias y entidades, por ningún concepto podrán efectuarse erogaciones para sufragar los gastos de reporteros y periodistas, los que en su caso deberán correr a cargo de los medios de comunicación correspondientes.

El onceavo:

Las contrataciones de publicidad, impresiones, inserciones y demás relativas con las actividades de comunicación social que realicen las dependencias y entidades, y que no sean pagadas con recursos presupuestales, sino con servicios de los que presta la propia dependencia o entidad, es decir, mediante permuta o intercambio, sin perjuicio de las disposiciones legales aplicables, el monto de las citadas contrataciones deberá ser descontado de la partida que corresponda a que se refiere el lineamiento Primero, sin que posteriormente pueda

ser ejercido con cargo a las multicitadas partidas". (24)

El documento incluía otros lineamientos de control presupuestal de los gastos publicitarios y advertía que la Contraloría y los órganos internos de las dependencias y entidades "vigilarían el adecuado cumplimiento" de los mismos.

Entregado el cumplimiento en las redacciones de los periódicos unos días antes, los diarios nacionales publicaron el mismo día 22, versiones de los lineamientos, bajo titulares que subrayaban, sobre todo el concepto del "uso transparente de los recursos públicos".

No faltaron, por supuesto, los periódicos que de inmediato se atribuyeron la paternidad original de la idea. Fue el caso de El Universal y Unomásuno. En el primero de ellos, el columnista Francisco Cárdenas Cruz fue el encargado de señalar que su jefe Ealy Ortiz había sido el proponente de lo que ahora el gobierno de Salinas de Gortari convertía en realidad.

Al día siguiente, varios reporteros de El Universal fueron asignados a la tarea de hacer entrevistas con legisladores y representantes eclesiales en busca de opiniones favorables a la medida restrictiva, mismas que aparecieron en la primera plana bajo en el encabezado de "Mayor credibilidad ciudadana al reglamentarse la publicidad oficial".

Una nota nunca desmentida, publicada en La Jornada, debió crear cierta zozobra entre muchos miembros del gremio periodístico:

Los oficiales mayores y los directores de Comunicación Social de las secretarías de Estado y organismos descentralizados recibieron ayer la instrucción presidencial de acabar con las compensaciones en especie y los pagos mensuales que se hacen a reporteros, columnistas y caricaturistas. Los funcionarios recibieron tales recomendaciones en una reunión con los subsecretarios de Hacienda y de la Contraloría de la Federación".

2.5 CREDIBILIDAD DE LA INFORMACION

En nuestro país la mayoría de los medios de comunicación colectiva han sido creados para proteger intereses políticos y económicos. Se ha perdido de vista el hecho de que la prensa por naturaleza debe ser crítica. El periodismo mexicano está muy lejos de cumplir su función social.

"México es quizá, en estos momentos, el único país del mundo donde siguen abriéndose nuevos periódicos, pese a la crisis económica que vivimos. Esto sólo es comprensible en un sistema viciado, donde no se discierne sobre la penetración, la circulación o la influencia que tenga un medio de comunicación. Aquí lo que se busca en todo caso es mantener contentos a los medios de comunicación para que todos sirvan de altavoces y estén repitiendo un solo mensaje, para que no critiquen y no señalen fallas. Definitivamente hemos distorsionado la función de la prensa.

Las oficinas de prensa entienden su papel como la obligación de dosificar la información y evitar que los vicios afloren. Se busca mejorar la imagen del jefe escondiendo información o vendiendo sus atributos y virtudes. Se echa

tierra a los errores y desviaciones y sólo se publicitan los aciertos y las bondades. En lugar de facilitar la tarea del periodista, la dificultan hasta donde les es posible, para que éste les deba el favor de la exclusiva o la información oportuna". (25)

¿Y cómo tener confianza y dar crédito a la información oficial proveniente de las oficinas de prensa, si desde el más alto nivel ya está manipulada, ya existe censura, intimidación, sutiles sugerencias y hasta amenazas para todos aquellos que la difunden?

Sabemos, dijo en una ocasión Jorge Menéndez, reportero de Excélsior, que la censura se da desde la Secretaría de Gobernación. A veces desde ahí se indica que no se mencionen determinadas cosas, que no se publiquen ciertas informaciones. La manipulación viene acompañada de esta censura en la medida en que la propaganda gubernamental no se da a todas las publicaciones, sino a unas sí y a otras no, según se les considere amigas o no.

No hay un verdadero afán noticioso, sino un afán de los periódicos de estar en la política mexicana, de tener influencia en las esferas del poder, de obtener canonjías. Ni siquiera hay una coacción tremenda, sino una complicidad. Los

periódicos son empresas mercantiles, algunas muy lucrativas para sus dueños, y por tanto éstos actúan de acuerdo con sus intereses.

Los medios están al servicio del poder económico y del poder político. Y nos quieren hacer creer que están al servicio de la sociedad. Para ellos es fácil inculpar al reportero por recibir alguna dádiva, cuando hay quienes ni salario mínimo ganan. Cada cual es todo lo libre que quiera. Hay que enfrentar riesgos. Formalmente no existe la censura. Ni en la práctica. Lo que hay es autocensura. Son los empresarios del periodismo quienes se autocensuran, quienes no ejercen la libertad de expresión. Muchos de ellos están comprometidos con intereses políticos y económicos.

Para muestra basta un botón, veamos como ejemplo el evento que volvió locos a jefes de redacción, información y reporteros de los diferentes medios de comunicación. Se trata nada menos del famoso desayuno en el que el presidente Carlos Salinas de Gortari, convivió con diputados y senadores.

La revista Proceso en su edición del 23 de agosto de 1993 dedica un amplio espacio al análisis del tema. En la nota "Salinas condenó rudamente a Cuauhtémoc y a los prietas los regañó y hasta se burló de ellos" se señala que "mala

digestión la del desayuno priísta". El presidente regañó y hasta se burló de sus legisladores. Les advirtió que no se permitirán indisciplinas y les endosó un eventual fracaso de la reforma política. Luego dispuso mediante la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia, que sólo se diera a conocer la versión amable de sus palabras.

El boletín de prensa número 552 de la dependencia destacó que Salinas de Gortari llamó a diputados y senadores a que lleguen con emoción y convicción al periodo extraordinario de sesiones y les dijo que el país todo estará atento a su trabajo.

Aunque fue el orador principal en el desayuno, el boletín sólo dedicó nueve párrafos a las palabras de Salinas. Además en el comunicado de la Presidencia nunca se dice que los legisladores eran miembros del PRI. Se refiere sólo a "legisladores de todo el país" o diputados y senadores, no obstante que el desayuno no tenía claro un carácter partidista.

Cuando empezaban a filtrarse a la prensa comentarios de algunos asistentes al convivio -también acudieron gobernadores y miembros del gabinete- la Dirección General de Comunicación Social envió un "aviso a los jefes de redacción", donde advertía que sería "desautorizada" toda versión de "segunda mano", no difundida directamente por esta dependencia de las

intervenciones que se produjeron durante el desayuno de hoy del presidente de la República con diputados y senadores.

Al día siguiente, la mayoría de los medios informativos, escritos y electrónicos, difundió sólo la versión oficial, de primerísima mano, autorizada y firmada por algún funcionario de la Presidencia.

Las versiones de segunda y tercera mano no dejaron de filtrarse. Estas indican que Salinas pasó de la burla al enojo; hizo chistes y se despidió de "primera mano" de cada uno de los cerca de 400 comensales.

En el regaño previo Salinas dijo que un solo senador de la oposición ridiculiza a los demás senadores en las sesiones, a pesar de la abrumadora mayoría que tiene el PRI. A los diputados con una ironía de doble sentido, los consideró sumisos.

Confió que las negociaciones del Tratado de Libre Comercio estuvieron a punto de romperse y arremetió contra Cuauhtémoc Cárdenas y legisladores perredistas por su actitud contraria a las negociaciones comerciales norteamericanas.

Pero lo central, y que causó molestia en muchos legisladores fue el llamado presidencial a la "disciplina" partidista cuando en las cámaras tanto diputados como senadores

prifstas han recibido órdenes contradictorias. Recuerdan por ejemplo, el caso de Manuel Aguilera, quien en tribuna defendió la denominada "Ley Inquilinaria" y 48 horas después tuvo que revirar.

La primera mano.

El encabezado del boletín 552 de la Presidencia de la República, hace un llamado a diputados y senadores a convertir en histórica su participación en el periodo extraordinario de sesiones del Congreso.

Después la primicia de lo que Salinas dijo.

Un llamado a diputados y senadores para que lleguen con emoción y convicción al periodo extraordinario de sesiones que hoy se inicia en el Congreso de la Unión, fue hecho por el presidente Carlos Salinas de Gortari, quien afirmó (se abre un espacio en blanco donde fueron borradas una o más palabras): el país todo estará atento a su trabajo; se trata de reformas para la democracia; conviertan en histórica su labor.

Puntualizó el primer mandatario que tenemos que seguir trabajando permanentemente con una clara convicción política para construir y conservar la concordia entre los mexicanos, que es el valor esencial y fundamental en los procesos de transformación de nuestra patria.

En un desayuno que tuvo lugar en la mañana de hoy en la residencia oficial de Los Pinos, el presidente de la República reunido con legisladores de todo el país, recalcó que al concluirse los acuerdos paralelos del Tratado de Libre Comercio es muy alentador que se haya cumplido con las tres premisas establecidas a nuestros negociadores:

Primero, que se respetara plenamente la soberanía de nuestro país; segundo que no se pretendiera reabrir el acuerdo comercial que había sido concluido un año atrás; y, tercero, que no se establecieran acuerdos paralelos que fueran en realidad mecanismos encubiertos de nuevas prácticas proteccionistas.

De igual forma el jefe del Ejecutivo hizo comentarios con los legisladores en relación a la convocatoria al periodo extraordinario de sesiones. Se trata, dijo, de una tarea trascendente para la vida del país.

La esencia de las propuestas de reforma -agregó el primer mandatario- está en el hecho de nuestro compromiso con el avance democrático del país en respuesta al sentimiento de nuestros compatriotas.

Tenemos que llevar a cabo esa responsabilidad con inteligencia -puntualizó el presidente Salinas de Gortari- con firmeza, con comprensión de las circunstancias externas e

internas y, también, con la firme determinación de que se trata, sin duda, de lo mejor que queremos para nuestra patria.

Se están dando cambios enormes en el mundo; quienes se repliegan y se atrincheran, pensando que es así como se alcanzan propósitos políticos, son desbordados por la realidad que los arrasan y terminan por concluir sus responsabilidades, recalco.

Las otras manos.

Sin saber de la orden presidencial de sujetar la información del desayuno priísta en Los Pinos al comunicado de Presidencia, el diputado agrario, Jesús González Gortázar comentó ante reporteros algunos pasajes del discurso de Salinas.

Habló de cuando el presidente mexicano se refirió a su homólogo estadounidense y de cómo le gustaría a éste tener un Congreso como "el nuestro" y no pasar los apuros de votaciones claves ganadas con "un solo voto de diferencia".

Dijo González Gortázar, según el diario La Jornada, que Salinas, con una franqueza inusual, con una gran vehemencia, nos hizo un llamado a que todo el bloque legislativo priísta nos manifestemos solidariamente en apoyo a las propuestas que nuestro propio partido ha estado generando.

Otros legisladores priistas confiaron: "estaba enojado".
"Fue regaño".

Según versiones desautorizadas, Salinas les había dicho a sus legisladores que a pesar de la mayoría abrumadora del PRI en la Cámara Alta, un solo senador de la oposición les hacía ver mal en las discusiones; en las actuales circunstancias, el PRI sólo podía ganar los debates por la fuerza del voto mayoritario y no por argumentos de peso. Salinas pidió disciplina. Dijo que las propuestas del PRI deberían ser apoyadas por todos los priistas. Que no podía diseñarse una propuesta del partido y hablar o votar en contra de ella.

No sólo habló de las dificultades de los gobernantes de Estados Unidos. También se refirió a las crisis de los partidos que por décadas fueron hegemónicos en Japón, Italia y Suecia. Aludió directamente al Partido Liberal Demócrata japonés, al Demócrata Cristiano italiano y al Partido Obrero Socialdemócrata sueco.

Salinas los criticó. Dijo que no se habían modernizado y estaban perdiendo las elecciones porque no habían querido abrirse a la sociedad.

El gobierno de México, particularizó el presidente, ya gastó mucho en hacer el nuevo padrón electoral y que esa

inversión -unos dos mil millones de nuevos pesos- debería tener resultados fructíferos para el PRI.

Añadió que el PRI participará el año próximo en una arena de mayor competencia pero que el partido estaba fortalecido. Un eventual fracaso de la reforma política "ya se los reclamarán a ustedes y no a mí", dijo medio en serio, medio en broma".

Todos los periódicos de circulación nacional, en sus ediciones del martes 17, destacaron el acto de Salinas con prietas y salvo excepciones acataron el "aviso" de la Dirección General de Comunicación Social y se limitaron a reproducir el boletín oficial.

La Jornada y El Financiero anexaron al final de la versión oficial tanto el boletín que comunica la "desautorización" de otras versiones como la osada declaración de Jesús González Gortázar.

Sólo El Economista otorgó más espacio e importancia al trabajo de sus reporteros y publicó como nota principal de su sección política, una que incluyó los aspectos censurados por la Presidencia. Junto a esa información, en una columna, publicó parcialmente el boletín oficial.

Distintas jefaturas de redacción recibieron llamadas

telefónicas complementarias para limitar su información.

REACCIONES TARDIAS DE UN SECRETO A VOCES.

Pese a que la oficina de comunicación social de Los Pinos insistía en "informar" que todos los actos que el presidente realizaría el lunes 16 de agosto serían privados no era probable que un desayuno al que estaban invitados 400 prietas pasara desapercibido y antes de las nueve de la mañana una veintena de reporteros ya estaba apostada en la residencia oficial.

Al término del desayuno, muchos de los asistentes no tuvieron empacho en contestar preguntas de los periodistas sobre dichos y hechos ocurridos en el salón. Pronto se enteraron los funcionarios de Comunicación Social de la Presidencia de la República de que varios reporteros contaban ya con versiones en las que Salinas de Gortari criticaba acremente a Cuauhtémoc Cárdenas y al PRD en general por descalificar al TLC fuera del país, y se mofaba de las desventuras que pasa Bill Clinton frente al Congreso estadounidense.

La reacción de los subordinados del director general de Comunicación Social de la Presidencia de la República, José Carreño Carlón fue tardía. Reporteros de radio y de agencias

noticiosas ya habían enviado su información. A esas horas ya estaba ausente Carreño Carlón, quien confiado en que su orden de no dejar pasar información que atentara contra la imagen del Presidente o que pudiera resultar imprudente, se respetaría.

DEL SUSTO A LA ACCION

Por vía celular Carreño Carlón y su director de información, Oscar Ramírez Suárez, acordaron la forma de detener los envíos de los reporteros. Eligieron el fax, como método para inhibir a los jefes de redacción. Poco antes de las 12 del día empezó a llegar a todas las redacciones el ya célebre boletín.

En el extremo superior izquierdo, la firma de autorización de Diego Paulino Rosas, subdirector de información.

Previamente el texto fue distribuido entre los reporteros que ya redactaban su información en la sala de prensa. Fueron pocos los que no manifestaron su descontento. La irritación era generalizada. El acto según reporteros consultados se sumaba a la serie de atropellos cotidianos: la censura, la información rasurada, la imposición de línea, el nulo acceso a las actividades importantes del presidente, el alto costo, los privilegios y la desorganización en las giras presidenciales; las sugerencias, los favores para no manejar tal o cual

información, el bloqueo en el fotocopiado y en el uso de los teléfonos todo ello , dentro de lo que las propias autoridades llaman "las nuevas relaciones entre la prensa y el gobierno".

Muchos reporteros quisieron hacer caso omiso de la petición de prensa y enviaron su información como la habían trabajado. Pero pesó más el poder de la Presidencia: en la mayoría salió la información del desayuno, a partir del boletín que obviamente, excluía lo dicho por los asistentes entrevistados.

El reportero Carlos Acosta Córdova del mencionado semanario, indagó más sobre el tema con el director de información Oscar Ramírez.

Inquirió. ¿Se trata de una censura previa? ¿Volvemos al uso desmedido de la autoridad? ¿Sólo las versiones de la Presidencia son de "primera mano"? ¿Por qué se descalificó el trabajo de los reporteros y también las versiones de diputados y senadores entrevistados? ¿La Presidencia puede autorizar y "desautorizar" el trabajo informativo? ¿Por qué el uso del fax, que es más comprometedor y no del teléfono que es como se acostumbra en estos casos? ¿Dijo el presidente algo realmente grave?

- ¡No, no! Nada de eso. No dijo nada grave. Lo que

quisimos fue evitar especulaciones, malas interpretaciones sobre lo que dijo, apremió nervioso Oscar Ramírez.

- Entonces como reportero tengo la obligación de pedirle la versión original y completa de lo que se dijo en el desayuno.

- Y yo, como funcionario, tengo el derecho de no dársela porque a ningún medio se la dimos- jugó siempre nervioso, el director de información, quien no quiso contestar en ese momento las preguntas. Prometió responderlas por escrito.

El jueves 19, Ramírez entregó un texto de 30 líneas a manera de carta en la que explicaba la actitud de la Oficina de Prensa:

Primero que nada es importante dejar perfectamente claro el hecho de que en la práctica y en la acción cotidiana mantenemos el más estricto respeto a la libertad de expresión, extendido desde luego a la labor de los representantes de los medios de comunicación en la cobertura de las actividades presidenciales.

En el caso que se trata, el deseo de actuar con oportunidad nos convenció de la posibilidad de utilizar los avances tecnológicos a nuestro alcance, para ser más efectivos en un momento en que deseábamos prevenir a los medios sobre

una información que debía guardar un testigo que evitara distorsiones o inexactitudes. Si hubiéramos recurrido a dar el aviso por vía telefónica, el tiempo nos hubiera rebasado y la intención de proporcionar una información fidedigna se hubiera perdido. El uso del fax fue así nuestro mejor auxiliar.

Estos comentarios tienen por objeto ratificar lo dicho al principio, nuestro respeto irrestricto a la libertad de expresión y que la mejor forma de demostrarlo es brindando los servicios que requieren los representantes de los medios para el cumplimiento de su importante tarea, esforzándonos, para ello en actuar con la debida seriedad, celeridad, oportunidad, confiabilidad y, lo más importante, tratando de atender las necesidades del trabajo de los informadores, como quisimos demostrarlo en el caso que nos ocupa, para evitar malas interpretaciones.

SILENCIO SUBITO TOTAL

De repente nadie supo nada, pese a que algunos ya habían difundido versiones que estaban a punto de ser calificadas como de "segunda mano" y por lo tanto, desautorizadas. Para las 13 horas ya nadie sabía nada y los más audaces afirmaban que nada extraño ni sorprendente se había dicho ahí. Otros más

contestaban: Sólo se dijo lo que ya se sabe; unos más: nada importante y hubo hasta quien dejó a medias la información que daba a un reportero, luego de que fue interrumpido por un ayudante para dejar plantado a su entrevistador.

En los días siguientes, los legisladores priistas mantuvieron silencio sobre lo dicho en el desayuno y algunos se disculparon con los reporteros que buscaban más versiones declarando: Yo no asistí. (26)

En entrevista a Proceso los diputados panistas Juan de Dios Castro Lozano y Gabriel Jiménez Remus sostuvieron que en los términos del artículo sexto constitucional la presidencia no puede arrogarse el derecho de ser la única fuente de información de lo que ocurrió en dicha reunión y lo que parece más insólito es que lo haga anticipadamente a la información que pudieran dar los medios.

Por su parte el economista Josué Sáenz consideró que "el boletín de la Presidencia de la República que autoriza de antemano las versiones que pudieran surgir de los legisladores que se reunieron con Salinas de Gortari, equivale a decir: digan lo que digan no vale; lo que vale es lo que yo diga en mi próximo boletín.

Dijo que los caprichos presidenciales hacen quedar en

rídículo a los legisladores. Revelan que no tienen autonomía ni libertad de criterio. Con muy contadas excepciones los medios informativos no son económicamente autofinanciables. Su sobrevivencia económica depende de la publicidad del sector público o de ayuda para la adquisición de equipo o créditos para comprar papel, de esa manera el gobierno puede asegurarse una buena relación con los medios". (27)

La actitud que tomó el primer mandatario no se puede juzgar de manera negativa, por el contrario, él está en todo su derecho de actuar con firmeza e incluso de amonestar enérgicamente a quienes le sirven. Lo criticable es que para hacerlo se esconda en un rostro amable y que pretenda manipular totalmente la información con el propósito de obtener una opinión pública favorable.

Tal vez la población veía con mayor agrado que su presidente actúa con ironía y coraje en defensa de su sistema político. Sin embargo casos como este ocurren en muchas ocasiones y desde luego no solamente en Los Pinos sino en todas las oficinas de prensa del país.

Existen por lo tanto sobradas y fuertes razones para desconfiar de la información oficial. Veamos por qué. La edición del 15 de mayo de 1984 del Washington Post nunca fue distribuida en México. El paquete íntegro de los ejemplares

que se distribuían en el Distrito Federal fue incautado en el aeropuerto. En su habitual columna, Jack Anderson publicaba informaciones que atribuía a "documentos clasificados de la inteligencia de Estados Unidos": el presidente Miguel de la Madrid Hurtado, depositó en bancos extranjeros un mínimo de 162 millones de dólares. Ese mismo día De la Madrid llegaba a la ciudad de Washington para entrevistarse con el presidente Ronald Reagan.

Ni la prensa vespertina ni los noticieros de radio y televisión difundieron la versión enviada por las agencias internacionales.

El director de Comunicación Social de la Presidencia, Manuel Alonso envió una carta de protesta a la presidenta del Post, Katherine Graham. Por su parte, la embajada mexicana pidió al Departamento de Estado una explicación oficial sobre las fuentes de información de Anderson.

El 5 de junio, Novedades publicó una nota de la agencia de noticias gubernamental Notimex, fechada en Nueva York:

"En una evidente acción para continuar la campaña de desprestigio contra México y su presidente, el columnista Jack Anderson insiste, en su columna del día de hoy, en que el mandatario mexicano ha hecho transferencias de dinero a bancos

de Suiza.

Los observadores notaron que en esta ocasión el columnista atribuyó los supuestos documentos que apoyaban su aseveración a "fuentes secretas", mientras que en su columna anterior sobre ese asunto afirmaba que procedían de informadores de la CIA y de la Agencia Nacional de Seguridad.

Este notable cambio se atribuye al hecho de que como el Departamento de Estado desmintió formalmente a Anderson éste ha utilizado otra estratagema para tratar de dar supuesta validez a sus infundios, quedando en evidencia su maniobra.

En su columna del 5 de junio, Anderson explicaba:

Mi asociado Dale Van Atta ha estado por meses desenterrando los hechos sobre el autoenriquecimiento del Presidente mexicano. Yo tuve la información esencial a fines del año pasado y empleé los meses siguientes en confirmarla. La visita de De la Madrid fue simplemente un gancho periodístico conveniente para la historia". (28)

La primera noticia que tuvo la mayoría de los mexicanos del supuesto enriquecimiento de su presidente fue cuando se hizo pública su negación. Con excepción de algunos editores valientes, la historia fue ignorada por la prensa mexicana. Así cuando se emitió la protesta formal, la mayoría de los

periódicos se encontró en la incómoda postura de tener que explicar aquello por lo que su presidente estaba protestando.

Ya nadie se molestaba en hacer creer que la corrupción bajo el ex presidente López Portillo y De la Madrid han escapado al látigo que se aplica a las luminarias menores. La prensa mexicana se ha mostrado reacia a recordar a los mexicanos que el director del presupuesto con López Portillo -el hombre que supo como nadie a dónde se iba el dinero- no era otro que De la Madrid.

Un caso más

Como resultado de las propuestas del rector de la UNAM, Jorge Carpizo, para transformar la máxima casa de estudios, se generó un movimiento estudiantil a lo largo de 1986. En oposición a las reformas impuestas por la rectoría, surgió el Consejo Estudiantil Universitario. Al parejo de la polarización de la comunidad universitaria, la prensa se dividió entre el apoyo y el rechazo al movimiento estudiantil.

Una huelga planteada por el CEU estalló en la UNAM en el primer minuto del 29 de enero.

El lunes 2 de febrero, el director y presidente de Novedades, Rómulo O'Farril, llamó por teléfono al director de

The News, Pete Hamill: "En el asunto de la UNAM, reduzca la cobertura de los estudiantes y réstele importancia".

Hamill preguntó: ¿Qué significa eso?

O'Farril puntualizó: "Significa reducir casi o nada el reporte sobre los estudiantes, porque nosotros apoyamos a la Rectoría. Es la línea".

Hamill: "No tenemos línea, son noticias y hay que hacer un reporte equilibrado, debemos cubrir ambos lados".

O'Farril: ¿Me di a entender con claridad? Hay que reducir y restar importancia a los estudiantes".

Hamill: ¿Es una orden?

O'Farril: "Es una orden y si no le gusta puede renunciar"

Hamill: "Está bien, renuncio".

Trece reporteros de The News se solidarizaron con Hamill y también presentaron su carta de renuncia:

"Nosotros los que abajo firmamos, renunciamos a The Mexico City The News después de una serie de acontecimientos que culminaron en una orden de su presidente Rómulo O'Farril, de distorsionar nuestro reporte de una historia que está teniendo lugar. Hoy en una junta con Omar Alvarez y Francisco Salinas, asistentes de O'Farril, nos quedó claro que nuestro futuro en The News implica la censura para nuestros reportajes"

(29)

Y aún así hay quienes osan asegurar que el ejercicio periodístico se realiza con apego a derecho y existe total libertad de prensa. Sin embargo una cosa son los discursos y otra totalmente diferente es la realidad.

Durante su gestión el líder del Sindicato de Petroleros de la República Mexicana, Joaquín Hernández Galicia, La Quina, pronunció un violento discurso contra las políticas económicas del gobierno:

Nunca, dijo, podremos entender cómo, encareciéndole al pueblo sus gastos necesarios, ya no para vivir, sino para sobrevivir, van a detener la inflación. No se puede confiar en que el gobierno prometa parar los precios, si a los dos días él mismo los aumenta. Con razón los monopolios de transportistas regalan constantemente al gobierno autobuses lujosísimos.

Todos los días, todos los meses, ha sido lo mismo, en cinco años la misma fórmula de aumentar tarifas e impuestos, cubriéndola con las frases: ajustes, estrategias, repuntes, reconversiones, esquemas, coyunturas. Nos han dado pruebas claras de que las fórmulas y los resultados han sido lo contrario de lo que se ha prometido.

Sólo un pueblo pacífico como el mexicano ha aguantado tanto. Pero ¿seguiremos aguantando? Más, cuando los que nos

dicen amigos nos pagan como enemigos.

La Quina hablaba casi en privado. Sólo asistían unos cuantos reporteros de provincia, que acompañaron a sus dirigentes seccionales.

Después de la reunión, los dirigentes petroleros, encabezados por el secretario general de STPRM, Salvador Barragán Camacho, visitaron a De la Madrid en Los Pinos, y luego se trasladaron a la CTM. Ahí, de pronto, el jefe de prensa del sindicato, Francisco Arreola, entró a la oficina de difusión cetemista y entregó un boletín informativo donde se sintetizaba, en seis párrafos, el contenido del discurso de La Quina. Dio además a los reporteros, información adicional sobre lo que se dijo en la reunión.

Apenas en esos momentos Manuel Alonso se enteró del asunto. Obtuvo el boletín e intentó localizar una grabación.

Jorge Támez, reportero de la agencia Lemus, recibió una llamada. Hizo este relato:

"Cuando contesté el teléfono una voz amable me dijo: Soy Manuel Alonso, de la Presidencia. Hablé con el señor Pereyra y nos dijo que usted había sacado la entrevista con los petroleros. Le contesté: efectivamente, yo le pase los datos a Pereyra.

- ¿Tiene la grabación? -preguntó Alonso.

- No, porque no estuve en la entrevista. A mí me pasaron los datos.

- ¿Quién le pasó los datos?

- ¿Ustedes ya deben tener la nota de Notimex?

- ¿Notimex la tiene?

- Ellos me pasaron los datos.

- ¿Quién es el reportero de Notimex?

- Fernando Sánchez

- Gracias, muy amable.

Con todos los reporteros de la fuente obrera ocurrió algo semejante. La Oficina de Comunicación Social de la Presidencia logró que el discurso de La Quina no se publicara en los periódicos nacionales. La información sobre la reunión de los petroleros fue minimizada". (30)

2.6 RECURSOS DESTINADOS A LAS OFICINAS DE PRENSA Y LA CALIDAD DEL TRABAJO DE SUS RECURSOS HUMANOS

Ninguna de las personas entrevistadas indicó con precisión el monto de los recursos económicos destinados a las oficinas de prensa. Existe total hermetismo en este sentido. En sus respectivas jurisdicciones los jefes de prensa se abstuvieron de responder a este cuestionamiento. Hubo quien afirmó que los departamentos de comunicación social son el lugar idóneo para desviar fondos y crear operaciones fantasmas, bajo el concepto "gastos de representación" se pueden gastar sumas indescriptibles.

La normatividad no permite que las oficinas de comunicación social realicen gastos de prensa porque en teoría el presupuesto de cualquier institución debe ser utilizado para la dotación de servicios a la comunidad y no para crear imagen. Pero esto, repito, es la teoría porque en la práctica ocurre exactamente todo lo contrario.

Lo cierto es que mensualmente se gastan miles y miles de nuevos pesos en "favores" y gratificaciones para los representantes de los medios de comunicación y esto no es algo

nuevo, son ya aproximadamente 45 años de una relación insana entre prensa y gobierno mexicanos.

Desde los años 30 bajo la presidencia de Lázaro Cárdenas aparecieron las primeras concesiones del gobierno para los editores de los medios informativos. Sin embargo, es en la administración de Miguel Alemán cuando nació la complicidad.

Así cuando el presidente Cárdenas viajaba a algún estado de la República los reporteros que lo acompañaban en sus giras ya fuera en tren o a caballo, sólo pagaban sus alimentos. El transporte y el hospedaje corría por cuenta de la Presidencia de la República.

Fue entonces cuando la casta de los jefes de prensa se adhirió al poder y se consolidó con la llegada de Manuel Avila Camacho a la presidencia. Años después durante el sexenio de Miguel Alemán, la práctica de pagar el transporte y hospedaje a los reporteros se hizo extensiva a los alimentos y bebidas de los periodistas, a quienes también se les ofreció una cantidad en efectivo a manera de "viáticos".

Más recientemente durante las administraciones de Luis Echeverría y José López Portillo, el gobierno federal empleó no sólo las oficinas de prensa para apuntalar la imagen de los mandatarios, sino que empleó el presupuesto de instituciones,

como la "caja chica" de la Presidencia de la República para desviar los fondos hacia los medios de comunicación.

Son contadas las dependencias del Ejecutivo que no manejan las llamadas "listas", en las que se anotan los nombres de los periodistas "favorecidos" por el "chayo". No obstante es práctica común entre los jefes de prensa inflar esos listados con beneficiarios a quienes nunca llegan las "atenciones" porque no las aceptan o porque no se las ofrecen. Es el propio jefe de prensa el encargado de manejar el presupuesto a su antojo. El manejo del dinero destinado a los medios de comunicación a los periodistas ha beneficiado principalmente a los jefes de prensa.

Sin embargo, justo es aclarar que no todos los editores, columnistas, articulistas, caricaturistas y reporteros entran al juego.

Pretexto de su nacimiento, crecimiento, desarrollo y casi institucionalización, ha sido los bajos salarios. La mayoría de los editores ha visto en el "chayo" una buena forma para no pagar salarios adecuados, debido a que en ciertos casos se da un acuerdo no escrito con el reportero, al que sólo le bastará su credencial para tener manos libres.

"Detrás de las labores de información que cumplen como

canales de difusión del gobierno, las oficinas de prensa, bajo rubros como "partidas especiales", "partidas confidenciales", "atenciones a periodistas", "gastos imprevistos" o "publicidad" corrompen y mediatizan a instituciones periodísticas y reporteros". (31)

En una ocasión Miguel de la Madrid reconoció que las llamadas áreas de relaciones públicas de las dependencias gubernamentales deben de mejorar sus controles presupuestales para evitar prácticas como esas que corrompen la libertad de expresión y de imprenta. Los medios deben remunerar adecuadamente a los periodistas profesionales, la credencial de periodista no debe ser patente para atacar o halagar arbitrariamente a funcionarios públicos, así como la función pública no debe ser patente para la publicidad personal pagada de quien la desempeña. En el cumplimiento de esos deberes está la clave contra el embute.

Y es que a veces se abusa. La gente común no puede entender cómo es que se gasta tanto y tanto dinero en ¿qué?.

Otro hecho:

Cubrían la campaña de Salinas de Gortari más de 60 reporteros. Los encargados de prensa del PRI nacional y de los gobiernos de los estados por donde pasaba la comitiva

los clasificaban en tres niveles, según la importancia del medio que representaban, según su propio renombre en el medio periodístico y según su relación personal con los jefes de prensa.

En Nuevo León, punto de inicio de la campaña, el gobierno de José Treviño Martínez repartió 400 nuevos pesos a los reporteros de primer nivel, 200 a los de segundo y 100 a los de tercero.

En Tamaulipas, el gobierno de Américo Villarreal dio 300, 200 y 100 dólares a cada reportero.

En Michoacán, el gobernador Luis Martínez Villicaña hizo entregas semejantes a las de Nuevo León.

En Oaxaca, sorpresa del gobierno de Heladio Ramírez, 500, 300 y 150 nuevos pesos para cada uno de los niveles.

En Morelos, al principio, el gobierno de Lauro Ortega se abstuvo. Hubo presiones de los reporteros y, al fin, recibieron 500 nuevos pesos por cabeza.

Aparte de los embutes, los reporteros en campaña cobraban cantidades adicionales, tan importantes como lo era su medio de información, bajo el concepto de comisiones de publicidad. Algunos periódicos cobraban entonces hasta seis mil nuevos pesos por cada plana de publicación política. Y el PRI estaba

gastando alrededor de 360 mil nuevos pesos mensuales en propaganda pagada en los diarios.

Y a continuación lo que opinaban los candidatos de la oposición sobre la cobertura periodística de la campaña emprendida por la presidencia.

Cuauhtémoc Cárdenas dijo que mientras que de los candidatos de la oposición, sale en la prensa, una nota al día cuando bien les va, del candidato oficial salen varias planas. Entonces es de suponerse que todo lo que excede a una nota es pagado al periódico, pagado al que hace la nota o pagado de algún modo. Esto significa un enorme dispendio que se está haciendo, finalmente con fondos públicos.

Por su parte, Heberto Castillo indicó que la prensa es una fuerza real y por lo tanto, un periódico tiene derecho a decir este es mi candidato, según las preferencias que tenga y que puedan ser lícitas. Pero no lo hacen porque dicen que pierden objetividad. Entonces quienes tienen candidato y es de la oposición dicen: pierdo objetividad. Pero cuando se trata del PRI consideran que no pierden nada y se avientan completamente. Así hacen el papel de un aliado formidable y que es el de un partido sin registro que tiene una presencia diaria, con muchas plumas, muchísimas fotografías, muchas caricaturas, en favor de un solo candidato y, en este sentido

se observa ya en muchos periódicos cómo han tomado a su candidato y cómo ejercen su militancia política como partidos.

Finalmente el ya extinto Manuel Clouthier afirmó que el bloqueo de los medios electrónicos para la campaña de la oposición es parte del fraude electoral y no contra el pueblo, porque es a éste a quien se le está quitando la oportunidad de estar informado sobre lo que piensan, hacen y dicen los candidatos. Es la negación de sus derechos humanos, porque debe haber igualdad de oportunidades para que el pueblo escoja y no se vea influido sólo por uno de los contendientes.

"En abril Carlos Salinas de Gortari realizó la etapa de su campaña correspondiente a Chihuahua. Un equipo interdisciplinario de la UNAM realizó un estudio sobre el costo de la gira del candidato, en la cual el PRI y el gobierno pusieron en juego todos sus recursos. Sólo en la publicación de un inserto, "Memorias de campaña", publicado en ocho diarios de la entidad, gastaron 160 millones de pesos. En tiempo contratado en 17 radiodifusoras y seis canales de televisión se erogaron mil 615 millones de pesos. Los embutes, decía el estudio, no pudieron ser cuantificados". (32)

Esta fuerte suma de dinero se erogó hace siete años.
¿Cuánto dinero gastará el gobierno en la campaña del candidato
del PRI a la presidencia, Ernesto Zedillo Ponce de León?
¿Acaso podrá siquiera contabilizarse?

CITAS BIBLIOGRAFICAS Y NOTAS

- (1) Entrevista con Gregorio Martínez Barreda, subdirector de Prensa de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
- (2) Córdova, Arnaldo, La Formación del Poder Político en México Ediciones Era, México 1977, Pág. 54
- (3) Borrás, Leopoldo, Historia del Periodismo Mexicano, UNAM, Dirección General de Información, México 1983, Pág. 35
- (4) Ibidem, Pág. 36
- (5) Cosío Villegas, Daniel, Historia General de México, El Colegio de México, 3a. Edición, México 1981, Pág. 1277
- (6) Aponte, David, "El embute, signo y efecto de una relación viciada", La Jornada, 26 de enero de 1992, Pág. 1
- (7) Borrás, L. Op. Cit., Pág. 55
- (8) Los Presidentes de México, El Nacional, 1a. Edición, México 1989, Pág. 55
- (9) Ochoa, Moisés, Reseña Histórica del Periodismo Mexicano, Editorial Porrúa, México 1968, Pág. 145
- (10) Los Presidentes de México, Op. Cit., Pág. 59

- (11) Leñero, Vicente, Los Periodistas, Joaquín Mortíz, Nueva Narrativa Hispánica, México 1983, Pág. 9
- (12) Rodríguez Castañeda, Rafael Prensa Vendida, Editorial Grijalbo, 2a. Edición, México 1993, Págs. 181 y 182
- (13) Ibidem, Pág. 228
- (14) Ibidem, Pág. 231
- (15) Borrás L., Op. Cit., Pág. 102
- (16) Ibidem, Pags. 107 y 108
- (17) Rodríguez C.R., Op. Cit., Págs. 303 y 304
- (18) Ibidem, Págs. 307 Y 309
- (19) Balderas, Roberto, "El Poder de Informar o Informar con el Poder", Enfogue, Editorial Revistas Técnicas Mexicanas, México, Julio de 1992, Pág. 17
- (20) "Medios-Estado: Postura Moderna" La Jornada, 15 de septiembre de 1992, Pags. 1 y 48
- (21) "Sufragarán los medios de información sus gastos en giras presidenciales" El Día, 15 de septiembre de 1992, Pág. 3
- (22) López, Octavio, "Comunicación Social una Respuesta a Tiempo", El Nacional, 26 de diciembre de 1992, Pág. 5

- (23) Rodríguez, C.R., Op. Cit., Pág. 364
- (24) Ibidem, Págs. 367 y 369
- (25) Ibidem, Pág. 298
- (26) Beltrán del Río, Pascal, "Salinas condeno rudamente a Cuauhtémoc y a los priístas los regañó y hasta se burló de ellos", Proceso, 23 de agosto de 1993, Págs. 6 a 13
- (27) Ortega Pizarro, Fernando, "Las interpretaciones: amago e intimidación", Proceso, 23 de agosto de 1993, Pág. 8
- (28) Rodríguez, C.R. Op. Cit., Pág. 242
- (29) Ibidem, Pág. 286
- (30) Ibidem, (Pág. 290)
- (31) Aponte, David, "El embute, signo y efecto de una relación viciada", La Jornada, 26 de enero de 1993, Pág. 10
- (32) Rodríguez, C.R., Op. Cit., Pág. 142

**III CASO ESPECIFICO: OFICINA DE PRENSA
DEL DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL**

3.1 COMO SE TRABAJA EN LAS OFICINAS DE PRENSA DE LAS 16 DELEGACIONES POLITICAS DEPENDIENTES DE LA CENTRAL DEL DDF

La manipulación y el control gubernamental son los principales problemas de la prensa mexicana.

Carlos Monsiváis.

La Oficina de Prensa del Departamento del Distrito Federal, fue creada en 1949 cuando Fernando Casas Alemán era regente capitalino. Esta oficina nació con el propósito de estrechar vínculos entre los medios de comunicación masiva y la institución. Las de cada delegación aparecieron en la década de los 70 y su impulso obedeció al crecimiento poblacional de la capital del país.

En la fuente del DDF se encuentran acreditados 76 reporteros de diferentes medios de comunicación a quienes se les envía información de casi todas las actividades que realiza el jefe del gobierno capitalino y de las obras y servicios que lleva a cabo la dependencia. El material

también se manda a la agencia informativa Notimex y a estaciones de radio y televisión.

En el periodo presidencial de López Portillo se denominó a esta oficina Dirección General de Difusión y Relaciones Públicas. Actualmente se encuentra conformada por cuatro áreas:

- Dirección de Información
- Dirección de Relaciones Públicas
- Dirección de Difusión
- Dirección de Administración

Como se ilustra en el organigrama (página 165) a cada una de las mencionadas direcciones corresponde una subdirección.

La plantilla de colaboradores en la "oficina matriz" está integrada de 163 elementos quienes laboran únicamente en las tres primeras direcciones, porque de alguna manera la dirección de administración es independiente. El número de empleados es sin duda excesivo, pero según el subdirector de Apoyo y Medios Electrónicos, Jesús Pool todos y cada uno de los trabajadores son necesarios, aunque no indispensables, aclaró.

Respecto a las unidades de Comunicación Social de las 16 delegaciones políticas del Distrito Federal, quizá resulte

innecesario describir en detalle la plantilla de colaboradores y en virtud de que se realiza el mismo trabajo en cada una de ellas, sólo se mencionará a los funcionarios que encabezan la nómina para destacar las diferencias que existen.

La delegación Alvaro Obregón cuenta con un coordinador de Comunicación Social al igual que Azcapotzalco; en la Benito Juárez se le denomina subdirector de Comunicación Social; en Coyoacán hay también coordinador de comunicación; en Cuajimalpa se le llama, jefe de la Unidad de Comunicación Social; mientras que en la delegación Cuauhtémoc hay un coordinador y un subdirector de comunicación social; en la Gustavo A. Madero e Iztacalco existen también coordinadores; en Tláhuac, subdirector de comunicación social; en Tlalpan director de Comunicación Social y en la Venustiano Carranza hay también un coordinador de Comunicación Social.

Como se podrá observar únicamente la delegación Cuauhtémoc posee un coordinador y un subdirector. El salario de cada uno de ellos depende de la jerarquía que el mismo nombre les da. De este modo un coordinador es el que obtiene mayores ingresos, en segundo término se encuentra el director, posteriormente el subdirector y el que menos percepciones tiene es el jefe de unidad.

Todas las oficinas de prensa están integradas casi por el mismo número de personal y las actividades que realizan son muy similares.

Los objetivos de la Dirección General de Difusión y Relaciones Públicas son fundamentalmente ofrecer a la opinión pública la información veraz y oportuna de las actividades del regente de manera objetiva, así como crear una imagen favorable del jefe del DDF y de los 16 delegados políticos.

La normatividad indica que los representantes en cada delegación deberían ser nombrados por el titular del área de comunicación del DDF, sin embargo esa concesión la tiene el delegado de cada jurisdicción, lo cual genera un grave problema porque el responsable de cada unidad está entonces para servir a su delegado -que fue quien lo contrató- y no para servir a la institución.

La Dirección de Información se dedica a difundir todo lo relacionado con el programa de actividades del DDF. Sin embargo algunos jefes de prensa reconocieron que por encima del regente está su propio delegado porque es él quien les paga y por lo tanto es a él a quien deben proteger.

Existe una descoordinación total entre los 16 jefes de prensa porque no existe una directriz firme que indique

pautas de conducta. En teoría cada delegación debe enviar sus boletines al departamento central para que sean revisados y autorizados antes de que sean manejados en los diferentes medios de comunicación. Pero al no recibir siquiera un llamado de atención de la máxima autoridad, cada uno actúa de manera autónoma de acuerdo a sus intereses particulares, porque aunque la normatividad lo impide, las costumbres se hacen leyes, y por ende cada quien hace lo que mejor le parece.

Tampoco existe un adecuado control de la información, ello a consecuencia de que se suprimió la comida mensual a la que acudían los jefes de cada departamento de prensa y donde se les informaba de las acciones emprendidas por la dependencia.

En esa reunión se desarrollaba una sesión de preguntas y respuestas, se analizaban los problemas existentes a fin de adoptar la postura más idónea para sus posibles soluciones. Por supuesto que de ahí se derivaban conclusiones y consecuentemente recomendaciones, sugerencias y hasta órdenes.

Uno de los subdirectores recuerda que este tipo de eventos eran muy positivos porque en ellos se marcaban directrices a seguir sobre determinado tema, tiempo o

problema. "En esa época se trabajaba con mayor seguridad porque sabíamos cuando callar o hablar, o de qué manera manejar la información, sabíamos también qué decir cuando los reporteros inquirían sobre un asunto específico".

"Cuando nos enfrentábamos a tiempos difíciles la labor de los jefes de prensa era negar a los comunicadores todo tipo de entrevistas con delegados o con el regente para evitar declaraciones fuera de contexto".

En este caso hacían uso del privilegio indiscutible que les asiste de no informar sobre cuestiones que según su propio criterio puedan dañar la imagen del funcionario que los tiene a su servicio.

Aunque muchos dijeron que con las nuevas relaciones prensa-gobierno el famoso "chayo" tiende a desaparecer, los jefes de prensa no dejaron de aceptar que ahora existe otro tipo de "favores" para que los reporteros se muestren condescendientes.

Hablemos de reporteros

Dentro de cada institución existen grupos de poder conformados por los propios reporteros encargados de cubrir la fuente. Ellos tienen el control absoluto de la información

de ahí que en ocasiones solamente dos o tres medios publiquen ciertas notas. Cuando estos grupos son muy fuertes y la intervención del jefe de prensa no basta para controlarlos entonces se recurre a la máxima autoridad del medio de comunicación al que representan para pedir la sustitución de el o los reporteros que estén causando problemas.

DIRECCION DE INFORMACION

La Dirección de Difusión y Relaciones Públicas del Departamento del Distrito Federal, encuentra su máxima expresión en la Dirección de Información conformada por un extenso cuerpo de reporteros, fotógrafos y personal administrativo, subdirectores y jefes de unidad.

En un espacio muy amplio que ocupa el 50% del cuarto nivel del edificio del departamento central son atendidos los asuntos concernientes a información y difusión, es decir a todo lo que tenga relación con la prensa.

Al fondo del pasillo se encuentra una gran oficina montada a todo lujo que pertenece al director general de Difusión y Relaciones Públicas. Al lado, otra de menores

extensiones pero igual elegancia, corresponde al jefe de información. Hay además cubículos de mediano tamaño que son ocupados por los jefes de unidad y un espacio más amplio dividido en pequeños cubículos para los reporteros. Y una decena de escritorios correspondientes a cada una de las secretarías.

Un muro blanco divide al departamento de fotografía mismo que cuenta con un sofisticado laboratorio para revelado e impresión de material gráfico.

La sala de prensa, que es el espacio donde se atiende a los reporteros de los diferentes medios de comunicación, cuenta con 14 escritorios cada uno con su respectiva máquina de escribir. Hay seis cabinas telefónicas individuales para uso exclusivo de los reporteros acreditados en la fuente. Tiene además dos aparatos de fax, cafetera, fotocopiadora, refrigerador -siempre lleno de bebidas- y un pequeño salón de juntas rodeado de amplios y cómodos sillones.

En este sitio los reporteros encargados de la fuente se apostan desde temprana hora para estar pendientes de las actividades del regente y, como se podrá deducir, no tienen ningún problema en enviar la información a sus respectivos medios.

FUNCIONES DE LA DIRECCION DE INFORMACION

- Elabora boletines de información para los medios de comunicación masivos y selectivos.

- Mantiene contacto con los representantes de los medios de comunicación para lograr oportunidad y un enfoque adecuado en la publicación de la información generada por la institución.

- Coordina funciones para hacer extensivos los programas de trabajo a las 16 delegaciones políticas.

- Proporciona el material periodístico de consulta que requieren los funcionarios de la dependencia.

- Coordina las entrevistas que los funcionarios del DDF sostienen con los representantes de los medios de comunicación.

- Interviene en la preparación de campañas en favor de la población capitalina.

- Formula el directorio de reporteros que cubren la información periodística de la institución, así como de los directores y jefes de redacción e información de los principales diarios y revistas de la capital.

- Elabora los artículos y reportajes para el órgano interno de información. (Esta actividad se realiza sólo en cuatro delegaciones).

- Aporta el material gráfico que sirve de apoyo a la información periodística.

- Participa en las giras de trabajo que realiza el regente a fin de elaborar el boletín informativo para distribuirlo a la gran prensa.

- Organiza conferencias de prensa con los funcionarios de la institución y los reporteros de la fuente.

- Coordina las giras de trabajo de los reporteros a las actividades que realiza el jefe del gobierno capitalino.

Todas las unidades de comunicación social del Departamento del Distrito Federal deben contar con una persona de guardia en el turno vespertino, para atender los asuntos imprevistos.

DIRECCION DE RELACIONES PUBLICAS

Se encarga primordialmente de la atención al público en general y atiende también a los voceros de los medios de comunicación. Satisface los requerimientos específicos de todos los sectores de dentro y fuera de la institución así como de particulares que solicitan una infinidad de servicios.

Su objetivo central es fortalecer los vínculos y coadyuvar al proceso de retroalimentación entre la institución y la sociedad para configurar mejor la imagen del regente.

Entre sus actividades destaca la de coordinar acciones para organizar óptimamente los actos públicos o privados del regente.

- Ordena la preparación de los alimentos que se consumen en las reuniones públicas o privadas.

- Coordina las acciones de las edecanes destinadas a cada evento.

- Se encarga de contratar los servicios de mantelería, vajillas, sillas, mesas y meseros para la realización de los eventos y asimismo supervisa que sean devueltos con

oportunidad.

- Organiza comidas y conferencias de prensa con los reporteros de la fuente y consigue locales para efectuar celebraciones especiales como las fiestas de fin de año y los informes anuales de labores tanto del regente como de los delegados políticos.

DIRECCION DE DIFUSION

Es su responsabilidad todo lo concerniente a las campañas de publicidad destinadas a la opinión pública, así como el manejo de la publicidad que se inserta en los medios impresos de comunicación y en la radio y la televisión.

También es de su competencia la realización de folletos, posters, y avisos, así como la elaboración de periódicos murales y tableros de información.

El personal de la Dirección de Difusión se encuentra en contacto directo con los responsables del área de publicidad de los medios de comunicación para cuando se requiere la inserción de desplegados de prensa, notas pagadas, avisos y spots de radio.

Los desplegados de prensa se utilizan para informar sobre seminarios, ferias, exposiciones, avisos de corte de energía y agua, cartas abiertas a la opinión pública, etc.

Cabe destacar que la plana en un diario de poca circulación tiene un costo neto de 28 mil nuevos pesos y en uno de gran prestigio cuesta hasta 45 mil nuevos pesos.

Toda la publicidad que se inserta en los matutinos se

paga con recursos propios de la institución.

Los spots de radio son elementos que refuerzan en todo momento el servicio o actividades que la institución desea dar a conocer al auditorio.

En este rubro conviene abrir un parentésis para señalar que uno de los factores de mayor relevancia para el ejercicio real de la libertad de expresión en México, es la política con la que el sector público maneja sus gastos de publicidad.

De acuerdo a Renward García Medrano "la publicidad es para la gran mayoría de los medios de difusión, el factor fundamental de viabilidad financiera. Para algunos es factor de la prosperidad de los negocios paralelos de sus dueños.

En nuestro medio el sector público es, con mucho, el principal anunciante y el que, por sus características, puede actuar y ha actuado de manera uniforme en este terreno.

De esta suerte, el manejo que el sector público dé a sus gastos de publicidad determina el grado en que cualquier medio, singularmente los impresos, puede subsistir e incluso proporcionar fuertes utilidades a sus propietarios.

La publicidad es pues un instrumento de manipulación y debido a la irregularidad legal y moral, un instrumento de corrupción. Manejada en estos términos, la publicidad del sec

tor público es una copiosa sangría de recursos públicos y una fuente de inmoralidad.

El mismo Renward García señala que cuando se intentó racionalizar los gastos publicitarios a través de la llamada Central de Comunicaciones creada en tiempos del presidente Echeverría, la reacción de los intereses creados, tanto en los medios como en el interior del sector público, fue de tal manera masiva y violenta, que fracasó el intento. A ello se sumó la desconfianza de algunos sectores que veían en el proyecto un auténtico peligro para la libertad de expresión.

Ha habido por supuesto acciones unificadas de todo el sector público en esta materia pero no para llevar adelante alguna línea de política global, sino para ejercer un castigo masivo, mortal, sobre publicaciones que no han sido gratas al jefe del Estado.

Se sabe, que la política consistía en manejar la publicidad oficial únicamente en los medios que tienen una mayor circulación relativa y que en función de ellos se ha elaborado una lista de diarios y revistas a las que está permitido enviar inserciones. Pero también se envía publicidad por amiguismo, porque de la mayoría de las publicaciones un porcentaje del monto de la publicidad es

destinado al reportero que cubre la fuente.

Los medios que no están vinculados a ningún grupo económico ni cuentan con el favor gubernamental están llamados a su pronta desaparición.

Esto, significa para la sociedad civil, el cierre de canales lícitos y limpios de expresión y opinión, y para numerosos periodistas que no pueden comprar una tribuna, la condena al silencio. Por ende en este país solamente podrán subsistir como periodistas, aquellos que colaboren en medios que son negocios prósperos y eficientes que son, por la publicidad que manejan, propiedad del Estado, que cuentan con respaldo de algún poderoso grupo financiero o que están sostenidos por algún partido político o sindicato". (1)

DIRECCION ADMINISTRATIVA

La administración según Brech, "es un proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear y regular en forma eficiente las operaciones de una empresa para lograr un propósito dado.

G.P. Terry la define como el empleo de la autoridad para organizar, dirigir y controlar a subordinados responsables con el fin de que todos los servicios sean debidamente coordinados en el logro del fin de las empresas.

Peterson y Plowman afirman que es una técnica por medio de la cual se determinan, clasifican y realizan los propósitos y objetivos de un grupo humano particular.

En general administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar. Es un proceso de actividad en la que intervienen la previsión, planeación, organización, integración, dirección y control de las actividades de un organismo; que se efectúa para satisfacer los objetivos del mismo mediante el uso racional de sus recursos". (2)

El área administrativa resulta un apoyo imprescindible para el buen funcionamiento de las oficinas de prensa del DDF.

Toda vez que en las entidades públicas el manejo de recursos se efectúa a través de un presupuesto anual, el que ejercerá el departamento central en 1994 será de 16 mil 380 millones de nuevos pesos.

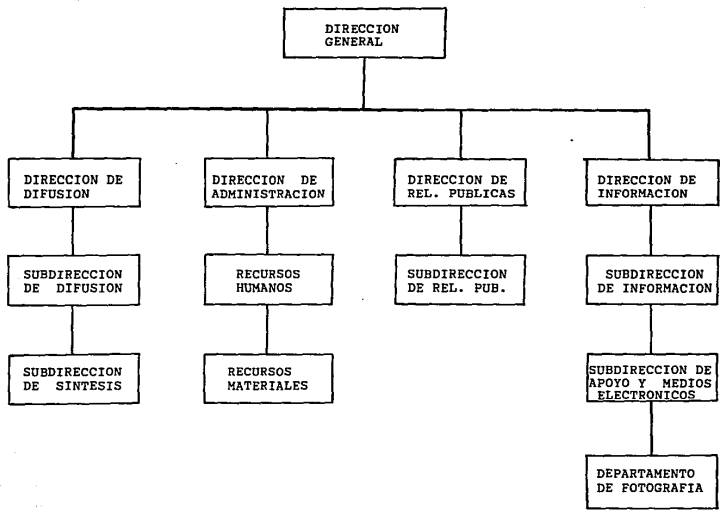
Por medio del departamento administrativo -del cual se derivan el departamento de recursos humanos y recursos materiales- la Dirección General de Difusión y Relaciones Públicas presentó sus requerimientos de recursos humanos, materiales y financieros.

La función de la Dirección de Administración, es pues, dotar a cada oficina de todo el material necesario para el óptimo desempeño de sus funciones.

Por su parte recursos humanos se encarga de reclutar al personal que labora en cada área. En la Dirección de Difusión y Relaciones Públicas trabajan 163 elementos, entre ellos, mandos superiores, mandos medios, jefes de unidad, reporteros fotográficos, diseñadores, choferes, mensajeros, secretarias y ayudantes.

El departamento de recursos materiales proporciona todo el equipo necesario para apoyar a las áreas operativas con recursos tales como: grabadoras, videocaseteras, cámaras fotográficas y de video, así como rollos de película,

automóviles, gasolina, máquinas de escribir y papelería en general.



165

3.3 SINTESIS INFORMATIVA

El objetivo principal de este departamento es mantener debidamente informados a los funcionarios del Departamento del Distrito Federal así como a los de las 16 delegaciones políticas. Para lograrlo se hace una recopilación de la información periodística que se publica diariamente en los medios de comunicación más importantes de la ciudad. Aunque se analizan varios aspectos se pone especial atención al material que trata los asuntos relacionados con la capital del país.

La información que aparece en la gran prensa sobre el DDF se clasifica y analiza para presentarla debidamente organizada a las autoridades de la institución con el propósito de que estén bien informados y normen criterios acerca de la información que les incumbe.

Para elaborar la síntesis, se realiza un trabajo completo de análisis y se trabaja en varios turnos para revisar todo el material periodístico del día. El trabajo se compone de:

- Síntesis matutina

- Síntesis de mediodía o "meridiana"
- Síntesis vespertina
- Síntesis de primeras planas
- Síntesis de editoriales
- Síntesis de artículos
- Síntesis de revistas
- Cartones y caricaturas

Los periódicos analizados para elaborar la síntesis informativa son:

Excélsior, El Universal, La Jornada, Unomásuno, El Financiero, El Nacional, El Sol de México, Novedades, El Día, El Heraldó, La Prensa, Ovaciones y Diario de México.

Últimas Noticias es analizada para la edición meridiana. Los periódicos vespertinos que complementan la labor de análisis son:

Últimas Noticias y Ovaciones.

Semanalmente se revisan también las revistas Proceso, Impacto y Siempre.

El material está constituido por diez secciones en las que se clasifica la información de las actividades en que participan los funcionarios de la institución. Se incluyen además otros índices de información trascendental: información

presidencial, sector económico, así como artículos, editoriales y columnas políticas y financieras.

El legajo se subdivide en: Jefe del DDF, Secretaría General de Gobierno, DDF, Contaminación y Ecología, Secretaría General de Desarrollo Social, Secretaría General de Protección y Vialidad, Secretaría General de Obras, Columnas Políticas y Artículos, Columnas Citadinas, Cartones y Caricaturas. Con esta clasificación se facilita la búsqueda de la información que es del interés de un subdelegado o un núcleo de personas en particular.

La síntesis se les hace llegar también a los principales funcionarios de cada delegación, quienes hacen lo propio con el fin de establecer un proceso de retroalimentación. De esta manera, las delegaciones que dependen del DDF, participan como emisoras y receptoras de la comunicación. De ahí que el análisis de la información adquiere gran importancia para proporcionar elementos de juicio a los niveles superiores y medios de la institución.

El apartado que corresponde al jefe del DDF, se conforma de notas de prensa sobre las actividades en las que participó el regente. Se incluyen comentarios a título personal, institucional y periodístico como notas informativas, columnas

artículos y editoriales.

Respecto a la información presidencial, se clasifican las notas relacionadas con las acciones cotidianas del primer mandatario y las de su esposa.

Artículos.- Entran en la síntesis informativa con el propósito de proporcionar a los directivos, los comentarios de las "plumas más cotizadas", dando preferencia a los asuntos de carácter ciudadano.

Editoriales.- El apartado correspondiente a este género, además de determinar la tendencia de cada periódico, permite participar, en forma crítica en la expresión de los hechos que ocupan un lugar destacado en el proceso cotidiano de la información.

Columnas.- La inclusión de este género periodístico tiene como objetivo presentar una información completa del diario acontecer. Se incluyen las columnas políticas y ciudadanas que aparecen en todos los diarios capitalinos.

Primeras planas.- Se elabora una síntesis de toda la información que aparece en la primera página de cada diario. Las notas principales se transcriben en su totalidad y se hace un resumen de las secundarias.

Revistas.- El análisis de las revistas ya mencionadas,

complementa el universo informativo de la síntesis. El tratamiento que se da a este tipo de análisis es el mismo que se da a los periódicos. La única diferencia radica en que se ejecuta solamente una vez por semana.

Cabe señalar que las personas encargadas de elaborar la síntesis matutina deben cumplir un horario de trabajo muy estricto: de 4:00 a 12:00 horas, porque antes de las ocho de la mañana el material debe estar sobre el escritorio de cada uno de los funcionarios delegacionales.

3.4 ANALISIS DE LAS PUBLICACIONES INTERNAS Y BOLETINES DE PRENSA

La Dirección General de Difusión y Relaciones Públicas del Departamento del Distrito Federal, no cuenta con un órgano interno de información propio, sin embargo distribuye entre empleados y público en general, los periódicos que se editan en cuatro delegaciones, mismas que utilizan este medio para lograr un mayor acercamiento entre los trabajadores y los funcionarios de la dependencia.

En virtud de que en el DDF no existe ningún tipo de publicación, hablaremos exclusivamente de los que se imprimen en las "sucursales".

"Tenochtitlan", "Santa María Comunica", "Amanecer" y "El Constituyente", son las publicaciones que se editan en las delegaciones Azcapotzalco, Cuauhtémoc, Magdalena Contreras y Venustiano Carranza, respectivamente.

La impresión se lleva a cabo en empresas particulares con recursos de la propia institución y con los provenientes de la venta de publicidad. El de la delegación Cuauhtémoc es el único que se publica quincenalmente. Su tiraje es de 10 mil

ejemplares, de los cuales 5 mil se distribuyen a los puestos de periódico para venderlos en un nuevo peso, sin embargo la venta es mínima, consecuentemente se devuelve casi la totalidad de los ejemplares.

Los otros tres tienen una periodicidad mensual y se distribuyen gratuitamente. Una parte del tiraje se envía al departamento central, otra se entrega a los establecimientos que pagaron un espacio para anunciarse y el resto del material se reparte a las diferentes subdelegaciones para el uso del auditorio y la comunidad trabajadora.

Para elaborar el periódico los reporteros y fotógrafos proporcionan el material periodístico que será publicado en cada número.

Las notas y reportajes informativos se refieren a las actividades internas de la delegación que edita el periódico. Destacan las acciones del titular, así como eventos deportivos, reseñas de lugares turísticos de la jurisdicción y crónicas de alguna celebración de la misma localidad. En ocasiones resaltan también los resúmenes de los acontecimientos más sobresalientes del mes, e incluso algunas de las actividades del presidente de la República.

El 50% de la información contenida en las publicaciones

de referencia corresponde al ámbito institucional. Contiene una página de quejas dirigida al delegado, otra más de consejos y tres de ellos incluyen además una de pasatiempos. El otro 50% contiene la información relacionada a la problemática de la demarcación.

BOLETINES DE PRENSA

De la importancia de un evento dado depende la elaboración de un boletín de prensa. El número de boletines emitidos por la dependencia en 1993, parece indicar que en el Departamento del Distrito Federal todas las actividades del regente son de gran trascendencia, pues en doce meses se hicieron un promedio de cuatro boletines por día.

En 1993, la Dirección de Información emitió mil 631 boletines de prensa y más de 10 mil fotografías de las cuales seleccionaron las mejores para ser enviadas con toda oportunidad a los distintos medios de comunicación.

El 70% de este material fue publicado en los periódicos del Distrito Federal y transmitido por varias estaciones de radio y canales de televisión.

El formato de los boletines es muy simple, se trata de una hoja membretada con el logotipo del DDF. Contiene únicamente el número de la información y la fecha.

A continuación transcribiremos dos de ellos para proporcionar una idea general de la forma como se maneja dicha información.

Información del DDF (núm. 1585)

Con el propósito de promover las diez plazas comerciales que recientemente fueron inauguradas en la delegación Venustiano Carranza y que representaron una inversión de 90 millones de nuevos pesos, la Unidad de Promoción Voluntaria de la jurisdicción, encabezada por la señora María de la Paz Ham de Salazar, efectúa acciones de difusión.

Asimismo el voluntariado de la demarcación realiza recorridos por los nuevos centros de abasto, donde se reubicaron a dos mil 174 ambulantes del perímetro "A" del Centro Histórico de la Ciudad de México.

Tras conocer la gran variedad de artículos que ofrecen los comerciantes, las esposas de los servidores públicos de la delegación adquirieron algunas mercancías.

Las plazas y corredores comerciales que fueron visitados

son: Manzanares, Hierbas, General Anaya, San Ciprián, Celia Torres Chavarría, Naranjeros, Metro Merced, Metro Candelaria, Del Canal y San Lázaro Tapo.

Acompañó a la señora Ham de Salazar y a las damas del voluntariado en Venustiano Carranza, el presidente del Consejo de Vendedores Ambulantes, Locatarios y Tianguistas y no Asalariados del Distrito Federal, David Zaragoza Jiménez.

Este boletín pasó desapercibido para los reporteros que cubren la fuente del DDF, ello porque no hacía ninguna mención del regente capitalino. La información se publicó sólo en un periódico porque se trataba de un acto irrelevante que no hacía ninguna aportación.

El propósito, dice la nota, era promover las plazas comerciales, pero obviamente ese objetivo no se logrará simplemente con que "las esposas de los servidores adquieran algunas mercancías". Es necesario realizar una profunda campaña de publicidad para que la ciudadanía adquiera conciencia de lo que realmente significa el restablecimiento del comercio ambulante y la apertura de estas plazas.

Un boletín fechado el mismo día y que sí ocupó mayor espacio en los diarios citadinos es el que se titulaba:

Programa Adicional en la entrega de calcomanías de control vehicular.

Este boletín era más amplio y específico: La Dirección General de Autotransporte Urbano (DGAU) del Departamento del Distrito Federal ha entregado 38 mil 886 calcomanías de control vehicular en los primeros 21 días de ponerse en marcha el programa adicional en la materia -paralelo al reparto normal vía correo- a través de 20 módulos de atención al público.

Mediante este sistema, también se han realizado 234 trámites de modificación de domicilio, mil 632 de cambio de propietario y 422 notificaciones de altas.

La DGAU dio a conocer que estos módulos de atención ciudadana laboran de las 9:00 a 15:00 horas y de las 17:00 a las 20:00, de lunes a viernes, mientras que en sábados y domingos, lo hacen de las 9:00 a las 15:00 horas, hasta el próximo día 17, fecha en la que concluirá esta etapa extraordinaria de entrega de engomados.

La distribución de las calcomanías en los 20 módulos se realizará de acuerdo a los números y letras de las matrículas indicó la dependencia y agregó que la información para localizar dichos centros de atención se puede obtener en todas las

oficinas de la Tesorería del DDF y de la propia DGAU o bien, llamando a Locatel, al número: 658-11-11.

Por otra parte, la dependencia del gobierno capitalino informó que la mayoría de los engomados que faltan de distribuir no han sido entregados a causa de que los dueños de las unidades correspondientes no han realizado trámites de cambio de propietario o de domicilio, o no han efectuado el pago correspondiente de 1993 de tenencia y control vehicular.

Otro motivo por el cual no se han entregado los documentos mencionados es que algunas calcomanías se deterioraron en el proceso de reparto por lo cual tuvieron que ser impresas nuevamente.

En otro orden de ideas, la DGAU señaló que a través del Servicio Postal Mexicano se han distribuido a la fecha, un millón 379 mil 855 calcomanías.

Asimismo, en forma directa la Tesorería del DDF repartió 117 mil 787, lo que representa un total de un millón 495 mil 642 engomados entregados en los domicilios de los propietarios de las unidades.

Por otros diversos medios, particularmente por trámite de alta de vehículo, los contribuyentes recibieron 313 mil 722 calcomanías más. La DGAU ha repartido 25 mil 985 en sus

oficinas y mil 207 mediante las revistas públicas para el transporte concesionado de pasajeros.

Las cifras mencionadas comprenden automotores de servicio particular, carga mercantil, ómnibus particular, taxis, carga general, camiones materialistas, ómnibus urbano y vehículos de servicio a diplomáticos.

Finalmente, la Dirección General de Autotransporte Urbano explicó que el proceso para tramitar la calcomanía de control vehicular consiste en presentar el original y copia de los siguientes documentos:

- Comprobante de pago de tenencia y derechos correspondientes a 1993.
- Tarjeta de circulación.
- Identificación oficial con fotografía y comprobante de domicilio.

Si la persona que acuda a los módulos de atención ciudadana no es la propietaria del vehículo tiene que mostrar una credencial vigente, junto con la de su representado.

Además, si el contribuyente no ha cubierto los pagos de tenencia y derechos o bien no ha realizado el trámite de cambio de propietario o de domicilio, debe presentar original y copia de la factura del vehículo.

Todos los trámites se pueden realizar en cada uno de los 20 módulos mencionados, donde aparte del personal de control vehicular está presente el de servicio de cajeros de Tesorería para que de una manera ágil se atienda al usuario.

Ahí mismo se puede hacer el cálculo de pago de tenencia, cubriendo el importe de 40 nuevos pesos 65 centavos por derechos de control vehicular, si no se ha efectuado.

En caso de cambio de propietario se pagará el uno por ciento sobre el valor de la unidad como impuesto local y 33 nuevos pesos por concepto de trámite.

Este material tuvo más éxito que el anterior, porque indudablemente se trata de una información completa que beneficia a gran parte de los capitalinos. Con sus variantes, se publicó en todos los periódicos. Algunos reporteros tuvieron la precaución de "darle la vuelta", pero otros en cambio lo publicaron tal cual, en uno solamente se dieron a conocer unas cuantas líneas, se resumió lo más importante. Dos diarios más lo publicaron íntegro.

Pues bien, este es el panorama que guarda la información oficial proveniente de las oficinas de prensa. La interpretación de criterios que, respecto de labores y programas de una dependencia, deben aplicarse para su difusión y como un medio

para alcanzar o mantener el prestigio de los titulares, es primordial para fundamentar las acciones de una oficina de prensa, comunicación social, relaciones públicas o difusión.

De ahí que el personal de esas oficinas deba estar capacitado en las áreas de recopilación de información, su jerarquización, redacción o producción de materiales para prensa, radio y televisión; distribución oportuna y bien dosificada de esos materiales y, finalmente monitoreo, seguimiento de la respuesta de los medios y análisis de lo que se haya publicado o difundido.

Por todo lo anterior el personal a cuyo cargo queden tales funciones debe ser reclutado entre periodistas -reporteros, redactores, jefes de redacción y de información- o bien entre egresados de escuelas de periodismo.

Dado que la oportunidad en la entrega de resultados diarios, es básico en una oficina de prensa, se requiere que la selección de notas periodísticas sea hecha entre cuatro y seis de la mañana, para que a las 7:00 horas o antes, ese análisis sea entregado al titular de la dependencia de que se trate.

Esto demanda contar con personas bien calificadas, dispuestas a colaborar en las primeras horas de la madrugada,

y que además estén ampliamente enteradas de lo que debe ser incluido en cada reporte, de lo que se excluye y capaces de incorporar a una síntesis lo que desde luego contribuye a que norme su criterio el titular de la dependencia, para la toma de decisiones que muchas veces afecta a amplios sectores de la población, incluyendo acciones comerciales, industriales, sociales y aún de conflictos bélicos.

El personal -aunque no siempre sucede- debe estar bien pagado y estimulado con frecuencia, para que se pueda obtener de su actividad, el resultado esperado y evitar el ausentismo y la rotación de personal, que son frecuentes dadas las exigencias de esa labor y las condiciones en que se debe trabajar.

Esos empleados deben responsabilizarse de las siguientes áreas:

- 1.- Recopilación de información
- 2.- Redacción de notas para la prensa nacional e internacional.
- 3.- Producción de materiales para radio y televisión.
- 4.- Distribución de materiales.
- 5.- Control de lo publicado o difundido.
- 6.- Análisis y jerarquización de lo publicado y elabora-

ción de una síntesis diaria de información.

7.- Distribución y entrega de esa síntesis.

Desde luego la línea editorial debe ser establecida previo cambio de impresiones del titular de la dependencia y el responsable de comunicación social. Además de lo anterior, en una oficina de prensa existe personal encargado de proporcionar a los representantes de los medios de comunicación, equipo y materiales que faciliten su labor y permitan ganar la buena voluntad de esos elementos.

Los cambios que se están realizando en materia comunicativa son para beneficiar a toda la comunidad que quiere afirmaciones veraces. Por lo que es necesario revisar la reglamentación de la libertad de expresión para que no exista anarquía o falta de ética profesional o moral en los responsables de emitir comentarios al público en general.

CITAS BIBLIOGRAFICAS Y NOTAS

- (1) Comunicación Social 2, del Foro de Consulta Popular de Comunicación Social, México 1983, Pág. 225

- (2) Hernández Colín, Agustín, Apuntes de las Asignaturas de Trabajo Social, UNAM, Escuela Nacional de Trabajo Social, México 1987, Pág. 13

CONCLUSIONES

La administración del presidente Carlos Salinas, nos dejó logros y cambios. En el terreno económico se negoció la deuda externa y se retomó la senda del crecimiento económico, se pasó del déficit al superávit fiscal y se moderó la inflación, se culminó el proceso de apertura comercial y se negoció un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá.

En el terreno de la comunicación social intentó establecer una nueva política en las relaciones de la prensa con el Estado. Los medios de comunicación masiva están enfrentando nuevos retos para aceptar que el país está cambiando, que existen modificaciones en sus relaciones con la sociedad y con el poder gubernamental. Pero la carencia de un objetivo definido de comunicación social y los añejos vicios de entendimiento entre sociedad y gobierno pueden poner en riesgo la estabilidad política del país.

En la actualidad el ciudadano está hambriento de información creíble -aunque se trate de información oficial- y busca esa credibilidad para que vaya acorde con los nuevos

tiempos. Se está instrumentando una nueva política de comunicación social más imparcial, para formar una conciencia social que permita reaccionar ante los problemas que se presentan.

Los medios masivos de comunicación necesitan transformarse para conseguir consensos que nos permitan seguir transitando por la estabilidad política de la sociedad, para defender las raíces históricas y culturales que formaron nuestra nación. México necesita medios de comunicación que vayan al parejo con las sociedades informativas de los mexicanos.

En la medida en que los medios de comunicación sean más independientes podrán cumplir mejor su función de informar con mayor profesionalismo, veracidad y objetividad, porque factores políticos y sociales han influido fuertemente para que no cumplan cabalmente con esa responsabilidad.

Desde hace varias décadas los medios de comunicación han sido intimidados, primero con el papel de PIPSA, después con el retiro de los subsidios en caso de no acatar órdenes, después con llamadas de atención a las dependencias públicas.

Si al Estado le interesa preservar la paz social, lo primero que tiene que hacer, es permitir que el periodista sea autónomo y no mediatizarlo con llamadas telefónicas para "sugerir o recomendar" tal o cual cosa. Tiene que permitir que

el comunicador informe a la sociedad con veracidad sobre los acontecimientos diarios, sin ocultar ni agregar información en pro de una persona o causa.

La corrupción que se manifiesta en los distintos medios de comunicación a través de las oficinas de prensa es el fruto que ahora recoge el Estado de la semilla que un día sembró. Sin embargo ahora podría esperar una nueva cosecha facilitando el camino para que los medios de comunicación adquirieran su independencia.

Se debe cortar por lo sano para que las oficinas de prensa, no subsidien o sobornen a periodistas en general. Y es que para algunos resulta muy fácil golpear con una mano y cobrar con la otra. El gobierno no tiene porque seguir sosteniendo a servidores públicos que sólo sirven para crear imágenes favorables de funcionarios en detrimento de los intereses de la población.

En la mayoría de las ocasiones la información oficial resulta ser minimizada, abultada o demagógica dependiendo de la delicadeza del asunto. Pero también existen contradicciones entre los funcionarios que hablan acerca de un tema específico creando así confusión en la opinión pública, lo que contribuye aún más a incrementar la incredulidad en la información

gubernamental.

Es indispensable impulsar la coordinación informativa de las dependencias del sector público, para evitar confusiones y contradicciones. La falta de una política general de trabajo en las oficinas de prensa provoca desorden y descoordinación.

En este desorden general cada titular o funcionario de determinado lugar procura utilizar en favor de sí mismo a las oficinas de prensa como un instrumento eficaz para autoalabarse aunque este hecho implique restar seriedad a la información que proporcionan. Para lograr el objetivo final de una imagen inmaculada se valen del poder real que obtienen a través de las buenas relaciones que establecen con los representantes de los medios de comunicación. Los obsequios, gratificaciones y favores que las oficinas de prensa dispensan a reporteros y funcionarios del más alto nivel no son gratuitos, se otorgan a cambio de un trato preferencial.

Respecto a la oficina de prensa del DDF, la falta de comunicación entre los jefes de prensa de las 16 delegaciones políticas y el director de información del departamento central, propicia la existencia de vacíos informativos respecto a las funciones y responsabilidades específicas de cada uno de los funcionarios. El análisis de esta oficina permite concluir que esta dependencia refleja las deficiencias heredadas de un deformado sistema de comunicación social.

En cumplimiento de su programa de trabajo la oficina de prensa del DDF, se limitó a reproducir fielmente las informaciones y declaraciones tanto del regente como de los funcionarios del gobierno capitalino. La información dirigida a la opinión pública hizo énfasis en el logro de una imagen institucional de colaboración y apoyo a las políticas y lineamientos del presidente de la República.

Este comportamiento nos permite confirmar la hipótesis general de esta tesis:

Desde su aparición las oficinas de prensa se han constituido como voceros oficiales de las actividades y campañas políticas del gobierno de la República. Funcionan como un compromiso político y son un instrumento de control sobre la información.

¿Es su existencia necesaria? Es cierto que las oficinas de prensa agilizan la entrega de materiales a los medios de comunicación, pero también lo es que el trabajo reporteril ha quedado en el olvido.

Que México tenga un canal de información objetiva y eficiente es compromiso de la actual administración. Compromiso que debe ser cumplido, para lograr una sociedad bien informada, de lo contrario contribuiremos a su desintegración porque no habrá entendimiento.

BIBLIOGRAFIA

1. Borrás, Leopoldo, Historia del Periodismo Mexicano, UNAM, Dirección General de Información, México 1983.
2. Buendía, Manuel, Ejercicio Periodístico, Ediciones Océano, 1a. Edición, México 1984.
3. Comunicación Social 2, del Foro de Consulta Popular de Comunicación Social, México 1983.
4. Córdova, Arnaldo, La Formación del Poder Político en México, Ediciones Era, México 1977.
5. Cosío Villegas, Daniel, Historia General de México, El Colegio de México, 3a. Edición, México 1981.
6. Cosío Villegas, Daniel, El Sistema Político Mexicano, Editorial Joaquín Mortíz, México 1973.
7. Granados Chapa, Miguel Angel, Examen de la Comunicación en México, Ediciones El Caballito, 2a. Edición, México 1981.
8. Hernández Colín, Agustín, Apuntes de las Asignaturas de Trabajo Social, UNAM, Escuela Nacional de Trabajo Social, México 1987.

9. Krauze, Enrique, General Misionero Lázaro Cárdenas, Editorial, Fondo de Cultura Económica, México 1987.
10. Lázaro Cárdenas Obras y Apuntes, UNAM, Nueva Biblioteca Mexicana, México 1972.
11. Leñero Vicente, Los Periodistas, Editorial Joaquín Mortfz Nueva Narrativa Hispánica, México 1983.
12. Nuestra Constitución Historia de la Libertad y Soberanía del Pueblo Mexicano, Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana, México 1990.
13. Ochoa, Moisés, Reseña Histórica del Periodismo Mexicano, Editorial Porrúa, México 1968.
14. Los Presidentes de México, El Nacional, 1a. Edición, México 1981.
15. Rodríguez Castañeda, Rafael, Prensa Vendida, Editorial Grijalbo, 2a. Edición, México 1993.
16. Suárez, Luis, Cárdenas Retrato Inédito, Editorial Grijalbo, México 1987.
17. Taufic, Camilo, Periodismo y Lucha de Clases, Editorial Nueva Imagen, México 1989.
18. Teissier, Julio Ernesto, La Sucesión, Editorial Diana, 2a. Edición, México 1981.

HEMEROGRAFIA

1. Aponte, David, "El embute signo y efecto de una relación viciada", en La Jornada, México, 26 de enero de 1992.
2. Balderas, Roberto, "El poder de informar o informar con el poder", en Enfoque, México, Julio de 1992.
3. Beltrán del Río, Pascal, "Salinas condenó rudamente a Cuauhtémoc y a los priístas los regañó y hasta se burló de ellos", en Proceso, México, 23 de agosto de 1993.
4. Kraus, Arnaldo, "Desinformación, desculturización y obediencia", en La Jornada, México, 2 de diciembre de 1992.
5. López, Octavio, "Comunicación social una respuesta a tiempo", en El Nacional, México, 26 de diciembre de 1992.
6. "Medios-Estado: Postura Moderna", en La Jornada, México, 15 de septiembre de 1992.

7. Ortega Pizarro, Fernando, "Las interpretaciones: amago e intimidación", en Proceso, México, 23 de agosto de 1993.

8. "Sufragarán los medios de información sus gastos en giras presidenciales" en El Día, 15 de septiembre de 1992.