

00466

6  
21

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**  
**Coordinación del Posgrado de Ciencias de la Comunicación**

**LA LEGITIMACIÓN SOCIAL DE LA OPINIÓN PERIODÍSTICA**  
**(El caso de México)**

**TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRÍA EN**  
**CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Presenta**

**ROSA MARÍA VALLES RUIZ**

**Directora de Tesis: Dra. Silvia Molina y Vedia**  
**Ciudad Universitaria**

**1997**

**TESIS CON**  
**FALLA DE C...**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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 esta 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.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

### INTRODUCCIÓN

#### **CAPÍTULO 1.- La Legitimación Social: un antiguo dilema**

- 1.1 La Legitimidad: Más Allá del Derecho.
- 1.2 Legitimación y Legitimidad.
- 1.3 Legitimidad Tradicional: Por los Caminos de Dios
- 1.4 El Carisma: la atracción del encanto personal.
  - 1.4.1 Honor, Clase Social y Status
  - 1.4.2 *Status* y Prestigio Social
- 1.5 La Legalidad: la vía del Derecho
- 1.6 Crisis de Legitimidad en el Capitalismo y Medios de Comunicación.

#### **CAPÍTULO 2.- Opinión Pública y Poder Social**

- 2.1 Aproximación Histórica. De la *doxa* griega y la *opinion publique* de Rousseau a la *opinión ratiocinante* de Habermas.
- 2.2 La Opinión Pública: en el Cielo, en la Tierra y en todo Lugar
- 2.3 El Poder: Tentación Omnipresente
- 2.4 Público y Masa: Encuentros Cercanos
- 2.5 La Formación de la Opinión pública

2.5.1 Liderazgo y Racionalización: un binomio discutible

2.5.2 ¿Hay Opinión No Racional?

2.5.3 Los mediadores en la Opinión Pública

### **CAPÍTULO 3.- LA OPINIÓN PERIODÍSTICA EN MÉXICO. PARTICULARIDADES.**

3.1 La Prensa. Un Espejo Singular

3.1.1 Periodismo: ¿Vocación o Frustración?

3.1.2 Opinión Pública y Opinión Periodística

3.1.3 Los Géneros Periodísticos

3.1.3.1 Ideología, Editorial y Opinión

3.1.3.2 Caricatura. Opinión entre líneas

3.1.3.3 Articulistas: Pensamiento crítico

3.1.3.4 Columna y Columnistas

3.2 La Fama: ¿Opinión Periodística Legítima?

3.3 Viraje en el contenido de la opinión periodística

### **CAPÍTULO 4.- LA LEGITIMACIÓN SOCIAL DE LA OPINIÓN PERIODÍSTICA**

4.1 Tras las Huellas de la Legitimación Periodística (Entrevistas con Premios Nacionales de Periodismo e Información)

4.2 Ética y Legitimación

4.3 La Conquista de la Legitimación

4.4 La Legitimidad Personal

#### 4.5 Autoridad Moral y Legitimación

4.5.1 La *Canija* Realidad me Desmentiría: Romero

4.5.2 "Pueden opinar todos así sean inmorales": Ezcurdia

CONCLUSIONES

ANEXO (Preguntas y respuestas textuales de los periodistas entrevistados)

BIBLIOGRAFÍA

HEMEROGRAFÍA

## INTRODUCCIÓN

¿Qué hacer como tesis para la Maestría en Comunicación? me preguntaba mientras detenía mi mirada en aquella joven profesora de apariencia menudita y exuberante y envidiable cabellera, quien con lenguaje llano develaba y revelaba uno y mil espacios de reflexión e insistía en darle un sitio justo a los estudios de Comunicación.

Cecilia Rodríguez alentaba, motivaba, repetía conceptos, recordaba teorías y -sin escatimar tiempo ni consejos- se daba a la difícil tarea de lograr que el grupo de aspirantes a maestros, *armara* un proyecto de investigación. Las septembrinas tardes de 1993 enmarcaron los sueños -nuestros sueños- del aquel grupo del Posgrado de Comunicación. Ahí se habló de corrientes teóricas, de paradigmas en uso y en desuso, de niveles de investigación, del menguado lugar que ocupa la Comunicación dentro de las Ciencias Sociales.

Emergieron, por el ancho mundo de la investigación, temas de todos los calibres: las nuevas tecnologías de información y su impacto en la prensa (Consolación Salas), Los cambios jurídicos en la Ley Federal de Comunicaciones en el sexenio 1988-1994 (Adriana Berrueco), El proceso editorial en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Propuesta para su optimización (Salvador García), etc.

En medio de la discusión de proyectos, surgió mi tema: Premios Nacionales de Periodismo. Fue la guía para mí. Enseguida lo comenté a Cecilia, a la vez que arrumbé el proyecto inicial de *Prensa y Circulación* y comencé a trabajar en el dorado proyecto que -ya delimitado- daría *santo y seña* de quienes han obtenido el susodicho galardón en el área de comentario. Iniciaba

la construcción de mi propio sueño en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

Terminaron las clases con Cecilia y pedí asesoría al Maestro Julio del Río, quien aceptó generosamente dirigir el trabajo. Bajo su dirección -y a lo largo de un seminario- quedó listo el cuestionario que se aplicaría a los Premios Nacionales de Periodismo en artículo de fondo. Sin embargo, el sueño se desmoronó. Para noviembre de 1995, tras medio año de solicitar entrevistas con los Premios de Periodismo, me percaté -dolorosamente- que la mayoría no estaba dispuesta a participar en lo que yo consideraba mi *brillante* investigación.

¿Qué hacer? me pregunté nuevamente como dos años atrás. El maestro Del Río me ofreció la opción sugiriéndome: haga entrevistas con los Premios en artículo de fondo buscando la delimitación de un concepto teórico. *trabe* teoría y práctica. Habló él primero y yo posteriormente con la doctora Silvia Molina, a quien tras presentarle el nuevo proyecto: La legitimación social de la opinión periodística, aceptó dirigir la tesis.

Entre el rápido venir de los días, pláticas en pasillos, en su cubículo, en la cafetería de la Facultad, quedó -finalmente- estructurado el trabajo. Se trataría -se trata- de una investigación con un acercamiento interdisciplinario, en el que la Sociología, el Derecho y la Comunicación se *darían la mano* para explicar un tema.

La Sociología -a través del modelo estructural-funcionalista de Parsons- proporcionaría -proporcionó- el marco teórico para desarrollar el concepto de Legitimación; el Derecho -con el valioso apoyo teórico del Max Weber- explicaría y daría el marco legal a la legitimación de la sociedad y de las estructuras sociales, en tanto que la Comunicación nos daría luz -nos dió- sobre el paso de la opinión pública por este mundo para -posteriormente- a través de

la entrevista -como género y como técnica de investigación- indagar, esduriñar, atisbar en la legitimación social de la opinión periodística desde el punto de vista de opinadores profesionales.

Finalmente, se planteó -se plantea- confrontar lo expuestoteóricamente - la legitimación específicamente- con la opinión periodística y reflexionar sobre las opiniones de los entrevistados.

Esta es la historia. Así surgió este trabajo, el cual inicia con una presentación de la importancia de la legitimidad en las sociedades, explica brevemente -en un contexto estructural-funcionalista- el concepto de sociedad, Estado, legitimación, legitimidad y con la ayuda del viejo y entrañable Weber, los tipos de legitimidad. Posteriormente se vincula la opinión pública con la opinión periodística y después la legitimación social con la opinión periodística.

Advierto lo advertido por la doctora Susana González Reyna, en la revisión de esta investigación: en los dos primeros capítulos del trabajo se registra el uso de un lenguaje distinto del de los dos últimos. Ello se debe a la naturaleza de los conceptos de indole teórica. Mi manejo del lenguaje periodístico se registra con mayor fluidez en los dos últimos capítulos, no así en los primeros aun cuando insistí en expresar de manera clara, accesible y atractiva todo el trabajo.

Esta es la investigación:

Desde la época de los griegos entonces hasta los días actuales, desde el ilustre Platón hasta el contemporáneo Habermas, la legitimidad y la legitimación del poder han sido conceptos enjundiosos, polémicos, capaces de provocar numerosas reflexiones hasta el grado de conquistar un sitio propio de estudio entre politólogos, juristas y otros expertos de las Ciencias Sociales.

No hay consenso, sin embargo, en el sentido exacto del término. Las diferentes etapas históricas, las características de las sociedades y numerosos

factores más han hecho que ambos conceptos sean considerados de acepción distinta según la época\*.

Legitimidad y legitimación se confunden, se les trata como conceptos similares. Empero, las sociedades buscan, rebuscan y encuentran su propia legitimidad, entendida -de manera general- como la justificación de su existencia, del lugar exacto que ocupan en el escenario de la convivencia social.

En similar caso se encuentra la opinión pública. Es evidente que desempeña un papel de influencia -eficaz a veces- en el rumbo de los grandes conjuntos humanos, en la orientación de las decisiones políticas, en la determinación -incluso- de políticas públicas.

¿Pero alguien puede decir con puntualidad el significado exacto del término *opinión pública*? Ocurre como con legitimación y otros conceptos difíciles de asir, escurridizos, complejos, pero cuyo uso en la cotidianidad impulsa a desempolvar ideas, hurgar archivos, reflexionar en voz alta y atisbar en esa realidad, tan a la vista, pero -como en estos casos- tan resbaladiza.

Dentro de la opinión pública, la opinión periodística, la expresada a través de los medios de comunicación desempeña un importante papel. ¿Cuáles son las bases de la legitimación de ésta? ¿Existen? ¿Se trata de una sola legitimación la de la opinión periodística? ¿O son diversas? ¿Tiene alguna relación la *legalidad* con la opinión periodística?

---

\* En el inicio del capítulo 10 del ensayo *Análisis Teórico del Partido Revolucionario Institucional. Jerarquías y Mandos en los Partidos Políticos* (México, Costa-Amic, Editor, 1968, p. 90). Mario Ezcurdía escribe el siguiente texto que ilustra los cambios que el concepto de legitimidad ha tenido de acuerdo a diferentes etapas históricas.

"Frente a su caverna, el *Cromagnon* blande un madero: el aire vibra y silba a los giros de la estaca: es un jefe: entre más sólido el garrote y más ágil su manejo, es más legítimo el poder que ejerce. Varios milenios después, algunos hombres trabajan en el muro de un acantilado: sus instrumentos lúden poco a poco la roca para trazar una figura imponente, la de un jefe que tiene en sus manos al sol; lo representan como a un dios que dirige el firmamento y cuanto más se deifiquen su figura mayor será la legitimidad de su poder."

¿Con base en qué fundamentos expresan la opinión periodística los llamados *líderes de opinión*? ¿O los considerados como tales? ¿La libertad de expresión es el sustento de la legitimación social de la opinión periodística? ¿También la autoridad moral? ¿Cuál es la relación entre ética y legitimación social de la opinión periodística?

Esta investigación, presentada desde un enfoque teórico estructural-funcionalista, entiende la estructura como una red de relaciones entre los sujetos involucrados en un proceso de interacción social, que en este caso se concreta en la búsqueda de las bases de la legitimación social de la opinión periodística, a través de entrevistas con cuatro periodistas cuyo denominador común es que todos han obtenido el Premio Nacional de Periodismo en el área de comentario (artículo de fondo).

Las categorías sociales que se manejan en este trabajo -legitimación social, opinión pública, opinión periodística y legitimación social de la opinión periodística- son presentadas por capítulos y, de acuerdo al enfoque estructural-funcionalista, como partes independientes entre sí, aunque integrantes de un todo interrelacionado, cuyos elementos forman una estructura donde cada uno de ellos se afecta si alguno deja de funcionar.

Los cuatro capítulos de que consta la investigación se ajustan al método que estableció Talcott Parsons\* en el cual se distinguen dos niveles: el *descriptivo* en el cual se repasan conceptos y se describen características de las diferentes categorías y el *analítico* en el cual se interpretan los datos y se presentan relaciones y consideraciones al respecto.

---

\* Para Talcott Parsons, el concepto de acción es el punto de partida de su enfoque. La *acción* es entendida en un sentido muy amplio e incluye toda conducta humana, colectiva o individual, consciente o inconsciente. Esta acción está ubicada en cuatro planos: biológico, síquico, social y cultural. Este trabajo se sitúa en el plano social, vinculado estrechamente al cultural. En ambos planes se registran las interacciones entre los actores sociales individuales y los grupos sociales sobre bases normativas dadas.

En el primer capítulo *-La Legitimación Social: un antiguo dilema-* la reflexión se centra en los conceptos de los diferentes teóricos sobre legitimación y legitimidad, las diferencias entre ambos términos y la ubicación del trabajo en un contexto estructuralista, pasando por los conceptos de sociedad y Estado.

El propósito de este capítulo es destacar la importancia de la legitimidad en toda sociedad y la relación de la misma con la opinión pública. En el capítulo segundo, *Opinión Pública y Poder Social* se traza una pincelada sobre el origen, evolución y desarrollo del concepto *opinión*, iniciando por los griegos hasta la época contemporánea. El objetivo de este capítulo es reflexionar sobre este tema y vincularlo con la legitimación social de la opinión periodística.

En el capítulo tercero *-La Opinión Periodística en México. Particularidades-* se abre un espacio para *tender un puente* entre la opinión pública y la opinión periodística y dentro de ésta a las características de presentación de los llamados "Géneros Periodísticos de Opinión" así como conceptos sobre el papel de la prensa en México, el periodismo, la relación de éste con el poder político, el papel que desempeña la amistad en la actividad de los opinadores, etc.

En este rubro se incluyen las opiniones de los periodistas mexicanos que fueron entrevistados, quienes poseen una sólida trayectoria profesional en el medio.

Esta parte del trabajo tiene la finalidad de aproximar el concepto de legitimación social la opinión de opinadores profesionales, tomando en cuenta no sólo las interpretaciones teóricas sino el punto de vista de quienes ejercen la opinión en México. Esta interrelación teoría-práctica tiene el objetivo de confrontar los indicadores que proporciona la investigación teórica con la realidad que viven quienes expresan la opinión periodística.

En el cuarto y último capítulo se arriba al objeto central de estudio de este trabajo. Se rastrean las huellas de la legitimación social de la opinión periodística con base en la información proporcionada por los periodistas consultados, se reflexiona sobre las respuestas de los mismos, se confronta lo expresado por ellos con la posición teórica, se interpretan los datos obtenidos y se toma en cuenta la experiencia personal.

Para concluir con la tesis, se presenta un rubro de conclusiones sobre lo que pueden ser las bases de la legitimación social de la opinión periodística.

El trabajo consta de un apartado de Anexos, en el cual se inscribe el cuestionario aplicado a los periodistas y sus respuestas textuales.

## CAPÍTULO I.- LA LEGITIMACIÓN SOCIAL: UN ANTIGUO DILEMA

### 1.1 La Legitimidad: Más Allá del Derecho

Plantear la búsqueda de las bases de la legitimación social de la opinión periodística desde un enfoque estructural-funcionalista implica repasar conceptos básicos como Sociedad, Estado y Legitimación, con el objetivo de ubicar en un contexto teórico la acción social de quienes expresan su opinión a través de la prensa.

¿Por qué Sociedad, Estado y Legitimación en una primera instancia? Porque es en esa *totalidad*, bajo una directriz de Estado y un concepto de *legitimación*, como componente de un sistema de valores, en el cual se desenvuelve la acción de los integrantes de una sociedad, en este caso quienes exponen la opinión periodística.

Parsons explica que la *sociedad global* es una estructura lo suficientemente completa en sí misma como para que sus miembros encuentren la satisfacción de todas las necesidades individuales.<sup>1</sup> El criterio de *autosuficiencia*\* es la característica que plantea Parsons para entender la sociedad, a diferencia de los autores que consideran a la sociedad sólo como unidad compuesta por individuos humanos concretos.

El Estado se concibe como una entidad social insertada en un plano rector en la estructura social, entendida ésta como la totalidad, el *todo social* en el que se desenvuelve la existencia de los individuos o agentes sociales y que,

<sup>1</sup> Parsons en Jean-Claude Lagan. *Elementos para el análisis de los sistemas sociales*. México:FCE, 1995, p. 57

\* Parsons concibe la *autosuficiencia* de una sociedad como una función de *combinación equilibrada* de sus controles sobre sus relaciones con cinco ambientes (realidad última, sistemas culturales, sistemas de la personalidad, organismos conductuales y ambiente físico y orgánico) y de su propio estado de integración interna. (Ver de Talcott Parsons. *La Sociedad*. México: Trillas, 1976, pp. 15-23).

mediante la *integración*, entendida como un conjunto de interacciones, permite a las partes estar en condiciones de pertenecer a una totalidad concreta.

Como todas las asociaciones o entidades políticas que históricamente lo han precedido, el Estado, de acuerdo a Weber<sup>2</sup>, es una relación de dominación\* de hombres sobre hombres, "que se sostiene por medio de la violencia legítima, es decir, la considerada como tal". Acredita su derecho a ejercer la dominación por medio de la legitimidad, asentando, así, los pilares de su razón de ser.

El Estado es también una estructura constituida por un sistema de instituciones que ofrece un *marco legitimante*<sup>3</sup>. Para que los gobernados acaten la autoridad superior del Estado debe existir una legitimidad, una justificación de por qué lo hacen.

La idea de legitimidad evoca la de un orden determinado que se reconoce y acepta, y ese reconocimiento y aceptación no pueden ser sencillamente presupuestos; requieren verificación, además de una explicación que trascienda el ámbito jurídico, ingrese al ámbito de la comunicación y permee la estructura social. De la misma manera que se habla de la existencia de un Estado legítimo -como órgano rector de la sociedad- se explica que la acción social de los individuos -en este caso la opinión periodística- tenga una base de legitimación.

En este trabajo se ingresa al ámbito jurídico porque es precisamente la disciplina del Derecho la que explica, da sentido y orientación al marco *legitimante* en el que se enmarca -o debe enmarcarse- toda sociedad.

<sup>2</sup> Max Weber, *El Político y el Científico*. México: CINAR, 1994, p. 9

\* Para Weber, la *dominación* es un caso especial del poder, con características tales que es "en muchísimos casos", lo único que permite convertir una acción comunitaria amorfa en una asociación racional. En el régimen de gran propiedad, por una parte, y en la explotación industrial capitalista, por otra, la existencia de la dominación ha desempeñado un papel decisivo. (Ver de Weber, "Sociología de la Dominación" en *Economía y Sociedad*, México: FCE, 1984, pp 695 y ss.

<sup>3</sup> J. M. Briceno Guerrero "La legitimidad del poder" en Luis Gerardo Gabaldón, et. al. *Legitimidad y Sociedad*. Venezuela: Alfadil, 1989, p. 19

Siguiendo a Parsons, la comunicación podría ubicarse en un ámbito de *interpenetración* como elemento capaz de permear a la sociedad entera y sin el cual, es difícil concebir que la autosuficiencia de una sociedad sea posible.

¿Qué es la legitimidad? ¿un fenómeno de posible constatación empírica o una idea que preside el reconocimiento y la aceptación de un determinado orden de cosas? ¿Es la legitimidad una noción de carácter *objetivo*, atribuible en función de ciertas propiedades de la relación entre uno o más sujetos, constantes e invariables, o una noción de carácter *subjetivo*, enlazada a una aceptación efectiva por parte de un individuo o grupo de individuos?"<sup>4</sup> ¿Por qué es necesario pensar en una Sociedad *legítima*, un Estado *legítimo* y una opinión periodística *legítima*? ¿Cuál es el nexo o relación entre unos y otros?

*Aceptación, reconocimiento y validez social* son tres conceptos que ayudan a comprender las relaciones entre Sociedad y legitimación, Estado y legitimación y Legitimación de la opinión periodística. El conjunto social exige tanto del todo social como de su órgano rector y de quienes expresan la opinión periodística, una legitimidad inobjetable. Los conjuntos humanos desea desarrollar su acción en un marco legitimante con instituciones legítimas.

## 1.2 Legitimación y Legitimidad

"Si se admite que la legitimidad es un fenómeno susceptible de verificación empírica, surge de inmediato la cuestión de la mediación de ese fenómeno, *la de la vía a través de la cual se obtiene la legitimidad. La legitimación aparecería como lo inmediatamente observable, mientras la legitimidad sería el producto de una legitimación exitosa.*"<sup>5</sup>

<sup>4</sup> *Ibidem*. Cursivas de la autora.

<sup>5</sup> Luis Gerardo Gabaldón. *op. cit.* p. 13 y ss. (Cursivas de la autora).

En la parte empírica de esta investigación, se tratará precisamente de determinar la vía a través de la cual la opinión periodística obtiene su legitimidad.

Luis Gerardo Gabaldón<sup>6</sup> construye un marco teórico sobre las nociones afines a la legitimidad, entre las que destaca que la legitimidad supone *congruencia* entre la pretensión de legitimidad y el criterio para seleccionar las disposiciones que se presentan a los gobernados; *convicción*, no resignación de los gobernados y el uso del *lenguaje* para apuntalar su valía.

Gabaldón cita a Jürgen Habermas<sup>7</sup>, quien sostiene que la crisis de legitimidad del capitalismo avanzado tiene su raíz en la incapacidad del sistema para regular o, por lo menos, paliar las desigualdades sociales, posición que es también válida para explicar el deterioro de legitimidad en los sistemas con capitalismo periférico, dependiente y tardío, como el caso de México.

Se puede inferir que existe una diferencia sutil entre los conceptos de legitimación y legitimidad. La primera implica un campo de acción más vasto, en tanto que la segunda es el producto de la primera. La primera constituiría el bosque bien cuidado; la segunda, cada uno de los árboles integrantes del bosque.

En consecuencia, legitimación es el proceso por medio del cual se obtiene la legitimidad. En el caso de *legitimación social*, se puede concebir como la aceptación que obtiene un Estado en un *espacio social* determinado.

<sup>6</sup> Gabaldón establece seis tipos de nociones afines a la legitimidad. Los otros tres son:

1) *Legitimidad y relación humana* están íntimamente vinculados. Sólo es posible hablar de la primera en un escenario construido por y para seres humanos.

2) *Legitimidad y subordinación* se explican uno a otro. Subordinación no es lo mismo que *autoridad* puesto que ésta se refiere únicamente a las condiciones para que las decisiones de un individuo sean seguidas.

3) La legitimidad está asociada al reconocimiento de la facultad de *disposición* y no al contenido específico de las disposiciones. "Puede haber obediencia y sometimiento aunque se dude de la conveniencia, oportunidad o pertinencia de una disposición singular, si bien es presumible que en la medida en que reiteradamente el contenido de dichos comandos sea juzgado".

<sup>7</sup> Habermas citado por Gabaldón, *op. cit.* p. 15

Ahora bien, ¿En todo orden social se registra la legitimación y la legitimidad? ¿Son necesarias una y otra? ¿Por qué y para qué?

Si se consideran ambas como el reconocimiento de los gobernados hacia los gobernantes, de la aceptación de políticas públicas, de la convicción de adoptar determinadas medidas, es preciso reconocer la necesidad -en toda sociedad- no sólo la existencia de ambos principios *sino de su carácter rector*.

La sociedad humana está permeada por el conflicto y las contradicciones, y la existencia de un *orden legitimo* dentro de un *contexto legitimante* es imprescindible.

La distribución de la riqueza, el acceso al poder, las formas de representación social, las ideologías dominantes, la lucha constante del ser humano por alcanzar *status*, fama, riqueza, prestigio, etc. señalan como necesidad imprescindible una sociedad legítima en la cual el acceso a esos satisfactores se registre dentro de un contexto legitimante, regido por un Estado de Derecho. Este Estado, a su vez, debe contar con una legitimidad social, una aceptación que explique su jerarquía e influencia sobre individuos y grupos sociales.

### 1.3 Por los Caminos de Dios

Max Weber<sup>8</sup> señala tres tipos de justificaciones para fundamentar la legitimidad de una dominación social, a saber: la *legitimidad tradicional*, el *carisma* y la *legalidad*.

La primera tiene su fundamento en la costumbre, consagrada por tradiciones y costumbres de los hombres y remozada de cuando en cuando a través del tiempo.

---

<sup>8</sup>Max Weber, *El Político y el Científico*. México: CINAR, 1994. p. 9

Este tipo de legitimidad es el que ejercían los patriarcas y los príncipes antiguos. También corresponden a esta legitimidad la ejercida por las monarquías europeas. ¿Por qué ejercen el poder? Por orden del cielo, "por la gracia de Dios" como se remachaba en España bajo el mandato de Francisco Franco.

Fue Weber el primero en reconocer esta forma de legitimidad a la explicación de la dominación social. La definición weberiana persiste hasta nuestros días. Explica nítidamente la ubicación social de los monarcas europeos, las líneas sucesorias de reinos y principados y la aceptación de los gobernados de las virtudes reales o no de quienes fungen como gobernantes legítimos.

Los gobernantes -comenta al respecto J.M. Briceño Guerrero- conocen con precisión su camino "porque Dios, al escogerlos, les revela sus designios desde el torbellino de la conciencia iluminada y, en la actividad cotidiana, les indica por visiones y sueños cuál camino tomar en cada encrucijada...". "Está escrito que, si el Señor no construye la casa, en vano se afanan los edificadores".<sup>9</sup>

Briceño destaca dos características del gobernante con este tipo de legitimidad: la *justicia inequívoca* y la *infalibilidad*. En el primer caso, ésta procede de una autoridad *sobrehumana* que usa esquemas, sistemas y criterios discursivamente comprensibles, "sin orillas para la disidencia o el disentir".<sup>10</sup> En el segundo caso, la *infalibilidad* de la autoridad sobrehumana se explica precisamente porque lo sobrehumano, en este contexto, se identifica con lo divino concebido en su más alto grado, como invencible, eterno y exacto.

<sup>9</sup> J. M. Briceño Guerrero. "La legitimidad del poder" en Luis Gerardo Gabaldón, et. al. *Legitimidad y Sociedad*. Venezuela: Alfaridil, 1989. p. 17

<sup>10</sup> *Ibidem*

Otros autores como John Neville Figgis<sup>11</sup>, señalan como elementos básicos del Derecho divino las nociones del *Derecho Irrevocable y la Obediencia Pasiva*.

Briceño Guerrero elabora un texto en el cual destaca los rasgos característicos de este tipo de legitimidad. He aquí un fragmento:

Los gobernados prestan con entusiasmo su colaboración, es decir, actúan auténticamente, desde sí mismos, sin compulsión externa, en virtud de una armonía entre lo sagrado y digno del individuo con lo sagrado y digno del sentido supraindividual de la existencia; por ende, al obedecer de todo corazón las decisiones emanadas del poder, se obedecen a sí mismos, coincidiendo la orden superior con el impulso espontáneo y profundo de cada uno.

Si esplende la legitimidad en el poder, su autoridad irradia majestad, honor, belleza en límpida y pulcra respetabilidad con la alegría sosegada de lo sano y firme. Además, no necesita ubicar permanentemente su centro de decisión y comando en un solo individuo o en una familia sola; cualquier hombre puede ser oriente para ese sol y desde cada nueva ubicación, según sople la voluntad de Dios, se articulará en armonía musical la conducta individual y colectiva siguiendo patrones de coherencia sucesiva y diversa, sin conflicto y sin envidia.

Pero si no hay Dios porque nunca lo hubo o porque ha muerto; o si existe pero no gobierna los asuntos humanos porque ha abandonado a los hombres, entregándolos a la abominable libertad de actuar en ignorancia bajo la precisión incesante de la necesidad y el deseo; en suma, si Dios está ausente, entonces ningún poder es legítimo porque no puede ser justo, ni puede contar con el asentimiento de todos los gobernados ya que ninguna concepción humana de la justicia es obligante para todos los hombres, enferma como está de

<sup>11</sup>John Neville Figgis, *El Derecho Divino de los Reyes*, México: FCE, 1970. Cuarta Edición. (Versión en español de Edmundo O'Gorman), p. 13

relatividad perspectiva, y ningún asentimiento es permanente, enfermo como está de vejez por falta de raíces en lo eterno.

En ausencia de Dios ningún poder humano es legítimo, excepto el del sabio, el del hombre divinizado por la ciencia; *pero en este caso se trata de una legitimidad secundaria.*<sup>12</sup>

Se advierte en la anterior explicación el apego del autor a una concepción que sea capaz de trascender "lo humano" y debido a esto, ser considerada por los seres humanos como perfecta y digna de ser seguida. Aun cuando admite que el poder de los científicos es legítimo, (*el del hombre divinizado por la ciencia*) califica a esta legitimidad como "secundaria".

En suma, es la posición de Briceño Guerrero una muestra elocuente de los argumentos esgrimidos para explicar la legitimidad tradicional.

El ejemplo más notable de lo que para Weber es esta forma de legitimidad y para Briceño constituye la *legitimidad primaria*, se manifiesta en el reconocimiento de la autoridad legítima de las iglesias sobre los fieles. La ingeniosa frase que Cervantes pone en boca de don Quijote en el capítulo IX de la segunda parte del *Quijote*, expone esta realidad.

Cuando don Quijote y Sancho entran de noche en el Toboso, en busca del inexistente palacio de Dulcinea, y dan con el edificio de la iglesia, lugar fácil de identificar en el pueblo, don Quijote comenta a Sancho: "Con la Iglesia hemos topado Sancho", frase que se ha interpretado como la inconveniencia de intervenir en los asuntos de la Iglesia o de sus ministros, porque -sin duda- se saldrá perdiendo.

La organización de la Iglesia Católica -como una de las que conjuntan más adeptos- y la base de su legitimidad, son explicadas por San Roberto

<sup>12</sup> J.M. Briceño Guerrero. *op. cit.* p.18

Belarmino, quien asienta que la misión de la Iglesia es realizar en el tiempo y el espacio, es decir, en la historia, la misión confiada por Cristo a sus apóstoles, ateniéndose a las estructuras esenciales queridas por el Redentor: primado de Pedro (y de sus sucesores, los obispos de Roma), organización jerárquica (por medio de los obispos, sucesores de los apóstoles) de las comunidades cristianas y dispensación de la gracia redentora por el ministerio de los sacerdotes y por medio de los sacramentos.

Las mayores críticas que ha recibido la teoría del derecho divino residen en que la legitimidad atribuida al poder regio desafía "toda posibilidad de análisis o defensa racional".<sup>13</sup> Aceptar la autoridad divina es cuestión de milagro, de reconocimiento de un acto de fe y no de la razón. "El oficio de rey es, como dijo Jacobo I, 'un misterio', que ni filósofos ni juristas pueden investigar... los reyes son imágenes vivas de Dios sobre la Tierra".<sup>14</sup>

El estado de la monarquía es la cosa suprema que existe sobre la faz de la tierra, porque los reyes no sólo son lugartenientes de Dios sobre la tierra y se sientan sobre el trono de Dios, sino que aun el Propio Dios les llama Dioses.

El rey es como un padre en relación con sus hijos, o como la cabeza con respecto al cuerpo. Sin él no puede haber sociedad civil, ya que el pueblo es una mera 'multitud acéfala' incapaz de crear el derecho, que deriva del monarca como de su pueblo instituido por Dios. La única alternativa es, pues, la de someterse al rey o aceptar la anarquía absoluta.<sup>15</sup>

#### 1.4 El carisma: la atracción del encanto personal

<sup>13</sup> George H. Sabine. *Historia de la Teoría Política*. México: Fondo de Cultura Económica, 1968 (Cuarta Edición), p. 293

<sup>14</sup> *Ibidem*.

<sup>15</sup> *Ibidem*. pp 294-295

Inscrita su acción en la actividad cotidiana de las sociedades, las iglesias de todo tipo se atienen -también- al tipo de legitimidad que Weber denomina "autoridad de la gracia" o *carisma*.

Los ejemplos de *carisma* abundan, sobre todo en la época contemporánea. El concepto *carisma* se resiste a la definición; sin embargo, es evidente su estrecha relación con el ángulo psicológico de los seres humanos, con la veneración hacia un personaje cuyas cualidades provocan conductas capaces de alcanzar el triunfo apoteósico, la tragedia y también la muerte.

Se encuentran ejemplos de *carismáticos* en todos los escenarios: políticos, económicos, religiosos, etc. He aquí algunas muestras de las que más han impactado a la sociedad en épocas recientes.

El "Cristo encarnado" que se autonabraba Charles Manson, convenció a sus seguidores -en 1969- de asesinar, en el sur de California a un grupo de personas, de manera sádica y cruel. Manson adujo que él "sólo era un espejo que reflejaba las fantasías oscuras de la sociedad".<sup>16</sup>

Manson en el 69, Jim Jones una década después y Adolfo Hitler en la primera mitad de este siglo -cuyas acciones desencadenaron tragedias lamentadas en todo el orbe- son ejemplos carismáticos de la forma de ejercer influencia que llega a rebasar la lógica y el sentido común.

En la definición de *carisma* destacan los rasgos característicos de un personaje, las cualidades de un dirigente político o un caudillo.

Según Weber, el concepto se aplica a aquellos dirigentes naturales dotados de atributos *específicos* del cuerpo y del espíritu "juizados por algunos como sobrenaturales e inaccesibles a todo el mundo"<sup>17</sup>.

<sup>16</sup> Charles Lindholm. *Carisma (análisis del fenómeno carismático y su relación con la conducta humana y los cambios sociales)*. Barcelona, España: Gedisa, 1992, p. 17

<sup>17</sup> Max Weber. *op. cit.* p. 74

La existencia de estos personajes transcurre entre la leyenda y la fantasía popular que magnifican la atracción del carismático. Un caso de destacado lo protagonizó, en México, el llamado *Niño Fidencio*<sup>\*</sup>, en la década de los veinte.

La estructura carismática -a diferencia del tipo de organización burocrática de cargos- prescinde de todo tipo o método regulado de nombramiento y destitución. Desconoce una 'carrera', 'promoción', 'sueldo' determinados, o una educación ordenada y técnica del depositario del carisma o de sus asistentes. Desconoce también -observa Weber- todo control o reclamo, toda jurisdicción funcional exclusiva; también rechaza instituciones permanentes como nuestras 'reparticiones' burocráticas, independientes de las personas y del carisma personal.

El carisma vive en este mundo, pero no de este mundo. A menudo, el carisma desprecia deliberadamente la tenencia de dinero y de ingresos pecuniarios *per se*, como hizo San Francisco y otros como él: claro que ésta no es la regla. Incluso un pirata extraordinario puede ejercer un poder carismático, en el sentido valorativamente neutro con que usamos aquí la expresión. Los héroes políticos carismáticos intentan lograr un botín y, especialmente, oro. Pero, y esto es lo esencial, el carisma siempre desprecia como algo oprobioso todo beneficio pecuniario metódico y racional. En general, el carisma deja a un lado todo procedimiento económico racional<sup>18</sup>

---

\* En el Diccionario Porrúa (Historia, biografía y geografía de México. Cuarta edición corregida y aumentada. 1976, primer tomo, p. 1469) se asienta textualmente que el llamado *Niño Fidencio* (1905?-1945?) se llamaba Fidencio S. Constantino y se dedicó a ejercer sus tareas de curandero en una Hacienda del municipio de Mina, Nuevo León, llamada "El Espinazo". En torno a su casa se formó una verdadera población con millares de enfermos que acudieron de toda la República y del sur de Estados Unidos, en particular de Texas. En 1927 y 1928 llegó a su mayor popularidad.

<sup>18</sup> *Ibidem*, p. 76

Por otra parte, es preciso demostrar continuamente el carisma, ya que la lógica de su legitimidad está involucrada con un magnetismo personal inherente.

Quando esa persona entra en una habitación, las cabezas se vuelven, y quienes carecen de ese atributo mágico tratan de estar cerca de quien lo posee; quieren agradar a esa persona, atraer su atención, tocarla. El corazón de los presentes se acelera cuando esa persona magnética se aproxima. Esta capacidad es pues una cualidad admirada y envidiada; y se imagina, quizá con razón, que conduce al éxito en el amor y el trabajo.<sup>19</sup>

Un ejemplo de legitimidad carismática, registrado en nuestra historia reciente, es la figura de los generales revolucionarios. Con base en sus características personales de valentía, habilidad e inteligencia -y sin lugar a dudas, destreza militar- forjaron una autoridad legítima que les permitió obtener de sus seguidores una incondicionalidad casi absoluta.

Existen casos extraordinarios. Uno de éstos el del general Álvaro Obregón, quien con sólo estudios de primaria se encumbró hasta la Presidencia de la República, no sin antes consolidarse como militar diestro en la estrategia.

Como personaje desconcertante, dueño de un gran desenfado pero también de una gran complejidad, Vicente Blasco Ibáñez<sup>20</sup> retrata así al famoso *Manco de Celaya*:

El personaje comenzaba a revelarse. Obregón es un hombre que trata siempre de sorprender a su interlocutor; ahora con explosiones de orgullo, ahora con golpes de inesperada humildad. Para él la cosa de más interés es resultar desconcertante, decir algo que los que lo escuchan no estén esperando oír.

<sup>19</sup> Charles Lindholm, op. cit. p. 20

<sup>20</sup> Vicente Blasco Ibáñez, *México en Cien Reportajes (1891-1990)*. México: Productora e Importadora de Papel, S.A., 1990. pp 92-93

**FALTA PAGINA**

No. 23

Se observa, también, un discurso *radical*, en el sentido de plantear siempre situaciones a favor o en contra, blanco y negro. No admite este tipo de discurso las medianías ni los grises o las medias tintas.

Este trabajo no se adentrará en la relación entre lenguaje y carisma. Empero, para ilustrar lo mencionado, presentará fragmentos primero del *Manifiesto a la Nación* del general Emiliano Zapata, dado a conocer el 20 de octubre de 1913 y enseguida de declaraciones de David Koresh, realizadas en 1993, días antes de llevar a sus seguidores a la muerte en Monte Carmelo, Waco, Texas.

He aquí el discurso de Zapata:

La victoria se acerca, la lucha toca a su fin. Se libran ya los últimos combates y en estos instantes solemnes, de pie y respetuosamente descubiertos ante la Nación, aguardamos la hora decisiva, el momento preciso en que los pueblos se hundan o se salvan, según el uso que hacen de la soberanía conquistada, esa soberanía por tanto tiempo arrebatada a nuestro pueblo, y la que con el triunfo de la Revolución volverá ilesa, tal como se ha conservado y la hemos defendido aquí, en las montañas que han sido su solio y nuestro baluarte. Volverá dignificada y fortalecida para nunca más ser mancillada por la impostura ni encadenada por la tiranía.

Llamad a vuestras conciencias; meditad un momento sin odio, sin pasiones, sin prejuicios, y esta verdad, luminosa como el sol, surgirá inevitablemente ante vosotros: *la revolución es lo único que puede salvar a la República.*

Ayudad, pues, a la Revolución. Traed vuestro contingente, grande o pequeño, no importa cómo; pero traedlo. Cumplid con vuestro deber y seréis dignos; defended vuestro derecho y seréis fuertes, y sacrificaos si fuera necesario, que después la Patria se alzarán satisfecha sobre su

pedestal inmovible y dejará caer sobre vuestra tumba "un puñado de rosas".<sup>21</sup>

Koresh, quien se atrincheró en Waco, Texas, en un refugio durante 51 días rodeado de sus fieles, ofreció a éstos el *Reino en la Tierra* y amenazó a los *descreídos con empujar los cielos, descargar su furia y liquidarlos sin piedad.*

¿Quieren que me ría de sus tormentos pendientes? Mi mano hizo el cielo y la tierra. Mi mano también los acabará. Sus destinos son más de lo que ustedes pueden soportar. Muestran misericordia y bondad y recibirán misericordia y bondad. Tienen una oportunidad para aprender Mi Salvación. No se encontrarán a sí mismos luchando contra Mí. Por favor escuchen y aprendan de la bondad del cordero. Porque se perderán.

Les ofrezco mi sabiduría. Les ofrezco mis secretos sellados. ¿Cómo se atreven a rechazar mis invitaciones de misericordia? ¿Contra quién están peleando ustedes? La ley es mía, la verdad es mía. Yo soy su Dios y ustedes se inclinarán bajo mis pies. Yo soy su vida y su muerte. Yo soy el espíritu de los profetas y el autor de sus testimonios...<sup>22</sup>

#### 1.4.1 Honor, Clase Social y Status

Al adentrarse en la complejidad del fenómeno carismático, Max Weber señala que es *característico* de toda *estructura específica de poder*, y por tanto de toda formación política, *el deseo de prestigio*, el cual es difundido por los intelectuales quienes son las personas con acceso a ciertos valores de tipo

<sup>21</sup> Emiliano Zapata. "Manifiesto a la Nación" en Gildardo Magaña, op. cit. pp. 268-273

<sup>22</sup> Leopoldo Zea. "Koresh y Estados Unidos". Periódico El Día, 27 de mayo de 1993, p. 5

cultural y que, por eso, "se autoadjudican la conducción de una comunidad cultural".<sup>23</sup>

Es el caso de quienes expresan la opinión periodística. Aún cuando el término *intelectuales* es muy amplio, es válida la posición weberiana en el sentido de que estos líderes de opinión se *autoadjudican* un cierto tipo de representación social y que el objetivo es obtener prestigio o poder o ambos.

Al poder, Weber lo define como la posibilidad de que una persona o varias realicen su propia voluntad en una acción en común, incluso contra el criterio de otros participantes en el mismo escenario social.

Cabe reflexionar sobre las siguientes consideraciones que este autor establece respecto del poder y sus vínculos con otras formas de influencia como la económica.

Por supuesto que el poder "económicamente determinado" no se identifica con el "poder" como tal. Por el contrario, el poder económico puede surgir como consecuencia del poder ya existente por otros motivos. La lucha del hombre por el poder no siempre tiene como meta el enriquecimiento económico. El poder puede ser valorado "por sí mismo". A menudo es el "honor social" implicado en la posesión de poder lo que motiva su búsqueda. Pero no todo poder otorga honor social...

De hecho, como ha ocurrido con frecuencia, es el honor social, o el prestigio, el que puede constituir el fundamento del poder político o económico.<sup>24</sup>

#### 1.4.2 *Status* y Prestigio Social

Weber diferencia lo que es la *clase social* y el *status* ya que la primera está determinada exclusivamente por factores económicos en tanto que el

<sup>23</sup> Max Weber. *Estructuras de Poder*. Buenos Aires. Argentina: Pléyade. 1982. p. 10

<sup>24</sup> *Ibidem*. p. 45

segundo alude a un criterio personal de la estimación social del *honor*, sea positiva o negativa.

Este "honor" puede encarnarse en cualquier atributo compartido por un conjunto de individuos y, por supuesto, estar unido a una situación de clase: las diferencias de clases se enlazan de diversas maneras con las diferencias de status. Si bien la propiedad como tal no es siempre reconocida como un factor de status, sin embargo, a la larga resulta serlo y con significativa regularidad, como se observa en sociedades como las nuestras.

### 1.5 La Legalidad: la vía del Derecho

Una tercera forma de legitimidad social es la *legalidad*, considerada como la creencia en la validez de preceptos legales. Es decir, el principio que contempla que los actos de una sociedad deben estar regidos por leyes, por ordenamientos de carácter general.

El origen del concepto de *Legalidad* es registrado en las enciclopedias<sup>25</sup> en España en 1215. Esta categoría social se encuentra nuevamente en 1247 en la Compilación de Huesca, también en España. Inicialmente la *legalidad* era un concepto mediante el cual se pretendía asegurar al individuo que sólo podría ser detenido, procesado y juzgado conforme a las leyes existentes y los jueces competentes. Desde entonces hasta nuestros días es válido el principio penal de *nullum crimen, nulla pena sine lege*. (Ningún crimen ninguna pena sin ley).

Weber aporta el concepto de *legitimidad legal*, el cual tiene como sustento varias ideas, vinculadas entre sí:

---

<sup>25</sup> Enciclopedia Larousse. México. España: Planeta. Tomo 6. 1984. Segunda Edición. p. 5713

1.- Que todo derecho, "pactado" u "otorgado", puede ser estatuido de modo racional -racional con arreglo a fines o racional con arreglo a valores (o ambas cosas\* )-, con el objetivo de ser respetado, "por lo menos", por los miembros de la asociación; y también regularmente por aquellas personas que dentro del ámbito de poder de la asociación realicen acciones sociales o realicen relaciones sociales "declaradas importantes" por la asociación.<sup>26</sup>

2.- Que todo derecho, según su esencia es un cosmos de *reglas* abstractas, por lo general estatuidas intencionalmente; que la judicatura implica la aplicación de esas reglas al caso concreto; y que la administración supone el cuidado racional de los intereses previstos por las ordenaciones de la asociación, dentro de los límites de las normas jurídicas y según principios señalables que tienen la aprobación o por lo menos carecen de la desaprobación de las ordenaciones de la asociación.<sup>27</sup>

Weber recalca que la acción social se puede orientar en la representación de un orden legítimo y que la probabilidad de que esto ocurra de hecho, se le llama "validez" del orden en cuestión. Sin embargo, hace ver que la legitimidad de un orden debe llamarse **Convención o Derecho** y ambas son aceptadas.

*Convención* debe llamarse a la "costumbre" que, dentro de un círculo de hombres, se considera como válida y que está garantizada por la reprobación de la conducta discordante. En contraposición al Derecho falta el cuadro de personas

---

\* Weber considera la acción social *racional* con "arreglo a fines" o "con arreglo a valores" cuando, en el caso de la primera se oriente la acción por el fin, medios y consecuencias implicadas en ellas y para lo cual se *sopese* racionalmente los medios con los fines, los fines con las consecuencias implicadas y los diferentes fines posibles entre sí: en todo caso, pues, quien no actúe ni afectivamente ni con arreglo a la tradición. En el segundo caso, "con arreglo a valores", cuando se actúa con la creencia consciente en el valor -ético, estético, religioso o de cualquier otra forma como se le interprete -propio y absoluto de una determinada conducta-, sin relación alguna con el resultado, o sea puramente en méritos de ese valor. Weber establece también como tipos de *acción social* : la *afectiva* o *emotiva*, determinada por afectos y estados sentimentales actuales y la *tradicional*, determinada por una costumbre arraigada. (Véase de este autor *Economía y Sociedad*, pp 20, 21 y ss.)

<sup>26</sup> Max Weber. *Economía y Sociedad*. México: FCE. 1944. p. 173

<sup>27</sup> *Ibidem*. p. 174

especialmente dedicado a imponer su cumplimiento...Una falta contra la convención se sanciona con frecuencia con mucha más fuerza que la que pudiera alcanzar cualquier forma de coacción jurídica, por medio de las consecuencias eficaces y sensibles del boicot declarado por los demás miembros del propio estamento...Lo decisivo en estos casos es que el *individuo* es el que emplea los medios represivos (a menudo drásticos) y en *méritos* precisamente de la reprobación convencional, pero no un *cuerpo de personas* encargado de esa función... Para nosotros lo decisivo en el concepto del "derecho" es la existencia de un cuadro coactivo...<sup>28</sup>

3.- En cuanto a la *legitimidad legal*, el fundamento radica en que el *soberano legal típico*, la "persona puesta a la cabeza", en tanto que ordena y manda, obedece, por su parte, al orden impersonal por el que orienta sus disposiciones.<sup>29</sup>

Weber recalca que la *legitimidad legal* es una forma usual de creencia en la legalidad, en la obediencia a preceptos jurídicos positivos estatuidos según el procedimiento normal y formalmente correctos. "Es regla general que la adhesión a un orden esté determinada, además de por situaciones de intereses de toda especie, por una mezcla de vinculación a la tradición y a las ideas de legitimidad. En muchos casos, el sujeto cuya conducta muestra esa adhesión no es, naturalmente, consciente en modo alguno de si se trata de una costumbre, de una convención o de un derecho. La sociología tiene entonces que descubrir la clase típica de la validez en cuestión".<sup>30</sup>

Por su parte, Norberto Bobbio y Nicola Matteucci<sup>31</sup> afirman que para caracterizar el poder legal, Max Weber recurre a la contraposición entre poder regido por las leyes y poder personal: mientras en el caso del poder tradicional

<sup>28</sup> Max Weber. "El orden legítimo" en *Economía y Sociedad*. México: FCE, 1944, pp 27 y ss.

\* Así le denomina Weber al funcionario que detenta el poder con base en el Derecho.

<sup>29</sup> Max Weber. *Economía y Sociedad*. México: FCE, 1944, p. 174

<sup>30</sup> Max Weber. *op. cit.* pp 30-31

<sup>31</sup> Weber citado por Norberto Bobbio y Nicola Matteucci en *Diccionario de Política*, México: Siglo XXI, 1982, pp 891 y 892

se obedece a la persona del señor y en el caso del poder carismático se obedece a la persona del jefe, en el caso del poder legal, el ciudadano obedece al ordenamiento impersonal estatuido legalmente y a los individuos puestos al frente del mismo en virtud de la legalidad formal de las prescripciones y en el ámbito de las mismas.

Estos autores consideran que donde gobiernan las leyes "ahí está el reino de la justicia; donde gobiernan los hombres, ahí está el reino del arbitrio".

Jurídica y políticamente, la legalidad extendió su ámbito a las sociedades democráticas, con el objetivo de sujetar las acciones sociales a un marco legal en el que ordenamientos y preceptos sean de validez general.

El principio de legalidad ha sufrido serios embates, sobre todo con el ascenso al poder del autoritarismo que ha sustituido la legalidad por el criterio de que "para que un hecho sea castigado es suficiente que se repunte criminal, aunque la ley no lo incluya expresamente en la lista de delitos, basándose en su 'peligrosidad', coincidiendo así con el positivismo, para cuya determinación bastaba la valoración de la personalidad antropológica y síquica del delincuente por un prudente arbitrio judicial".<sup>32</sup>

Actualmente, el principio de legalidad está incluido en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Autores como Juan Manuel Delgado Ocando<sup>33</sup> explican que el derecho es válido en la medida en que es ejercido por la autoridad competente según el procedimiento prescrito para establecerlo.

<sup>32</sup> Enciclopedia Larousse. op. cit. p. 5713

<sup>33</sup> Juan Manuel Delgado Ocando. "La legitimidad como eficacia transformadora y su nivel psicosocial de mediación" en Luis Gerardo Gabaldón, *Legitimidad y Sociedad*, Venezuela: Alfadil, 1989. p. 23

\* Delgado Ocando aporta variantes a la legitimidad legal, a saber: *legitimidad por consenso*, *legitimidad y principio de la mayoría* (la unanimidad se sustituye por la mayoría que además puede ser absoluta, relativa o calificada).

Implementar el derecho' -precisa- es el ejercicio de una doble competencia, "la personal y la procedimental" Si la legalidad se entiende como despliegue de esa doble competencia, produce legitimidad. Es a través de ese desarrollo de competencias como el Derecho toma cuerpo como sistema, es decir, se estructura en un conjunto coherente.

La legitimidad se vincula con la estructura del Estado, con lo que Briceño llama una forma *terciaria* de legitimación: la que el poder se da a sí mismo mediante la legitimación.

El poder se desempeña en diversos ámbitos: político, económico, periodístico, etc. Poder, en un sentido amplio está allí donde están los recursos personales, económicos, morales, ideológicos "y opera a través de la *persuasión* tanto como lo hace a través de la *amenaza*, despliega sus recursos tanto como los retiene".<sup>34</sup>

Bobbio<sup>35</sup> subraya que el hombre no es sólo el sujeto sino también *el objeto del poder* y que como fenómeno social, el poder es una relación entre hombres. En este sentido, conviene asentar lo que Bobbio califica como *relación triádica*, entendida ésta como la persona o el grupo que retiene el poder, la persona o el grupo al que están sometidos y la *esfera* de actividades en la cual el poder se desenvuelve. En este caso el propio concepto de *esfera de poder* no podría incluir sólo el medio periodístico, sino el político y el social, por las características propias del desarrollo del trabajo de la opinión periodística, cuya *esfera o espacio* sería el denominado *público*.

En este trabajo el poder se concibe como la capacidad de influir -en diferentes sentidos- de determinados grupos o individuos en sectores -reducidos o no- de la sociedad.

<sup>34</sup> Bárbara Goodwin. *El uso de las ideas políticas* (Traducción de Enrique Lynch). Barcelona, España: Península, 1988, p. 10

<sup>35</sup> Bobbio. *op. cit.* p. 1217

El poder político influye en el periodístico y viceversa. La interinfluencia puede ser penetrante y profunda. En un marco legitimante, el concepto de legitimación es necesario para ambos, puesto que uno y otro requieren de la aceptación de la sociedad para cumplir sus funciones.

¿Qué características debe tener esa legitimación? Por otra parte, ubicados en el extremo opuesto, ¿es posible hablar de una *crisis de legitimidad*? Jürgen Habermas<sup>36</sup> afirma que sí y que dicha crisis se manifiesta por un *déficit de racionalidad* tomando en cuenta que debe existir un vínculo estrecho entre legitimidad y racionalidad.

### **1.6 Crisis de Legitimidad en el Capitalismo Tardío y Medios de Comunicación**

La legitimidad -considera Habermas<sup>37</sup>- consiste en el reconocimiento de los ciudadanos hacia un orden establecido, la segunda a la toma de decisiones de la administración pública. Una y otra se complementan.

Se produce un *déficit de racionalidad* cuando el aparato del Estado, en determinadas condiciones, no puede aportar al sistema económico suficientes rendimientos positivos de autogobierno; se produce, en cambio, un *déficit de legitimidad* cuando no pueden producirse o conservarse en la medida requerida, estructuras normativas pertinentes para la legitimación, con medios administrativos.

Tal déficit lleva a una crisis de legitimación -y legitimidad consecuentemente- abordada con minuciosidad por Habermas, quien lo

<sup>36</sup> Jürgen Habermas. *Crisis de Legitimidad en el Capitalismo Tardío*. Buenos Aires. Argentina: Amorrortu, 1990, p. 37

<sup>37</sup> Jürgen Habermas citado por Juan Manuel Delgado Ocampo, "La legitimidad como eficiencia transformadora y su nivel psicosocial de mediación" en Luis Gerardo Gabaldón et. al. *Legitimidad y Sociedad*. Venezuela: Alfadil, 1989, p. 35

enuncia así: en el sistema capitalista avanzado la autonomía crece exponencialmente (la autonomía comprende la idea de apropiación de la naturaleza exterior) lo que crea nuevas pretensiones de legitimidad que el sistema sociocultural no puede satisfacer en virtud de su propia lógica de desarrollo.

Cuando esto ocurre, la *integración social*<sup>38</sup> cae en peligro y, de este modo, puede producirse una crisis. Esto presupone que el principio de organización impide al sistema sociocultural adaptarse a las nuevas demandas provenientes del incremento de la autonomía del sistema; es decir, en última instancia, de imperativos de dirección.

En cuanto a las estructuras de los medios de comunicación, es obvio que en un país desarrollado se distinguen claramente de las de un país subdesarrollado. Existen rasgos notables que muestran las características en uno y otros. En el ámbito de la comunicación, la carencia o insuficiencia de infraestructura comunicativa se ha convertido, de hecho, en una puerta abierta a la influencia de los países desarrollados.<sup>39</sup>

Las acusadas diferencias en el consumo comunicativo muestran -asimismo- las diferencias en el desarrollo de uno y otro países. "No es infrecuente que una sociedad con altos índices de analfabetismo, sin tiempo ni hábito de lectura, sin recursos económicos para el consumo de periódicos, termine dominada por un sistema de comunicación autoritario o dirigido por una potencia exterior, ni que los medios de comunicación en estos países tengan como objetivo hacer llegar la información a los *notables* de la

---

<sup>38</sup> Término utilizado por Habermas para expresar la existencia, en una sociedad determinada, de legitimidad y racionalidad. Véase de este autor *Crisis de Legitimidad en el Capitalismo Tardío*, p. 37. Para Talcott Parsons, la *integración* corresponde a la función específica del subsistema social, al cual le otorga *supremacía* precisamente por ejercer esta función.

<sup>39</sup> Miguel de Moragas, "Estructura y función de los Medios de Comunicación Social" en *Geografía de la Sociedad Humana. Una Perspectiva Planetaria*, Barcelona, España: Planeta, 1981. Tomo 2, p. 182

población, con frecuente abandono tanto de las poblaciones marginales como de las áreas más apartadas."<sup>40</sup>

En un contexto similar al descrito anteriormente, en un *marco legitimante*<sup>41</sup> estructural-funcionalista se ubica el funcionamiento del Estado en el Capitalismo tardío, el fenómeno de la legitimidad y la acción de los medios. Dentro de éstos la tarea periodística y, de manera destacada, la opinión periodística.

Se ha esbozado en este capítulo el concepto de legitimidad y legitimación en una sociedad capitalista con el objetivo de ubicar dentro de este contexto la acción de los medios, específicamente de la opinión pública expresada a través de la opinión periodística.

---

<sup>40</sup> *Ibidem.*

<sup>41</sup> Concepto manejado por J. M. Briceño Guerrero. "La legitimidad del poder" en Luis Gerardo Gabaldón, *op. cit.* p. 19

**CAPÍTULO 2.- OPINIÓN PÚBLICA  
Y PODER SOCIAL**

*Si la opinión pública le sucede lo que al diablo; debe existir,  
puesto que pronunciamos su nombre. Padiolerau*

## CAPÍTULO 2.- OPINIÓN PÚBLICA Y PODER SOCIAL.

### 2.1 Aproximación Histórica. De la *doxa* griega y la *opinion publique* de Rousseau a la *opinión raciocinante* de Habermas.

En una sociedad legítima -con base en la llamada *legitimidad legal*- la opinión pública desempeña, dentro de un sistema de valores aceptado, un papel de influencia indiscutible, que incluso puede llegar a ser de poder. Se puede afirmar que no toda la opinión pública es poderosa, pero para que sea considerada *pública*, debe tener la característica de influyente. De lo contrario, se está hablando solamente de *opinión*.

Dentro de la opinión pública desempeña la opinión periodística un papel preponderante. Para hablar de la segunda, es preciso ubicar el sentido de la primera. Este es el porqué de este capítulo. Sin pretender una investigación profunda al respecto, se presentará un esbozo histórico, un pincelazo que muestre las características fundamentales de la llamada *opinión pública*.

No hubo consenso en la Antigüedad ni lo existe en la época contemporánea sobre el significado exacto de la llamada *opinión*. Sí, en cambio, de su importancia, alcances e implicaciones y de la influencia de la misma -en diversos grados- en diferentes tipos de sociedades.

Los griegos polemizaron sobre las características específicas de lo que ellos denominaron *doxa* (opinión) y *doxai* (opiniones). Para Platón, no podía hablarse de otra opinión que no fuera la de los hombres cultos. Incluso estableció una distinción entre "lo sensible" (donde se incluye la opinión) y "lo racional" (el saber científico). Así, la opinión constituía un conocimiento imperfecto, basado en la apariencia y el lenguaje, en oposición a la ciencia (*epistémè*), la cual se basaba en el razonamiento.

Para apuntalar su posición, Platón explicaba. "En efecto, con respecto a aquéllos que ven la multitud de las cosas bellas, pero que no distinguen lo bello de su esencia y no pueden seguir a los que quieren ponerlas en condiciones de percibir; que ven la multitud de cosas justas pero no la justicia misma, y así sucesivamente, diremos que todos sus juicios son *opiniones* y no *conocimientos*, indiscutiblemente. Por lo contrario, aquellos que contemplan la esencia inmutable de las cosas, éstos tienen conocimientos y no opiniones".<sup>42</sup>

La doxa platónica marcó así un punto de distinción entre la opinión con la ciencia ya que los griegos oponían *doxa* (opinión) a *aletheia* (verdad) y a *epistemé* (ciencia).

Centraron la polémica en el *rango o categoría social* que debía atribuírsele a la llamada opinión. Isócrates consideró que la naturaleza del hombre no le permitía comprometerse sino opinando; Aristóteles, en cambio, otorgó a la opinión un mayor nivel. Consideró que la doxa no era una apariencia ni un conocimiento a medias, sino un conocimiento "probable", con lo que le atribuyó "un poder armonizador, una capacidad de discernimiento y un valor vinculatorio".<sup>43</sup>

Aristóteles y Georgias destacaron el valor de la persuasión dentro del discurso opinativo, inmerso en la Retórica. En Roma, la opinión pública se supuso acompañada de fama, prestigio y autoridad moral. *Fama, fama popularis, rumores y opinio* fueron términos que se usaron en latín. Séneca, en el siglo I de nuestra Era, emplea ya *opinión*. En sus "Cartas Morales a Lucilio" escribe: "Si ad naturam vives nunquam eris pauper; si ad opinionem, nunquam eris dives"<sup>44</sup>.

<sup>42</sup> Platón citado por Raúl Rivadencira Prada. *La Opinión Pública*. México: Trillas, 1976, p. 59

<sup>43</sup> *Ibidem*. p. 12

<sup>44</sup> "Si vives al dictado de la naturaleza nunca serás pobre, pero si vives al dictado de la *opinión*, nunca serás rico". Séneca citado por José Luis Dander. *El periodista en el espacio público*. Barcelona, España: Bosch, Casa Editorial, S.A. 1992, p. 225

Estos términos derivaron al final del Imperio Romano en *vox populi*, concepto que desde su origen fue vinculado al *tacitus consensus populi*, *consensus populi*, *consensus humanum o populo acclamante et faciente*. Tales expresiones son utilizadas por Juan de París, dominico que vivió en el siglo XIV y a quien se atribuye el concepto de *consentimiento popular*, en el sentido de que tal *permiso* puede adquirir la fuerza de un órgano capaz de quitar al Papa su jurisdicción en las cosas naturales o terrenas.

Con Kant se vinculó la opinión pública con el *espacio social* y el concepto avanzó en el sentido de considerar a la antigua doxa griega como muestra de lo que está a la vista de todos en oposición a lo oculto y secreto. En este sentido Augusto Comte postuló que la opinión pública "es la única garantía de la normalidad".<sup>45</sup>

Es a Jean Jacques Rousseau a quien se atribuye haber otorgado a la opinión pública una dimensión social más completa. "La opinión, reina del mundo, no está sujeta al poder de los reyes; ellos son sus primeros esclavos"<sup>46</sup>, sentenció Rousseau, autor del concepto *opinión pública* formado ya por dos vocablos. Empero, hay quienes ubican como autor del concepto, en 1767, a Sebastián Mercier de la Rivière, representante del pensamiento fisiócrata. Al parecer, la diferencia se encuentra en que de la Rivière se refería sólo a la opinión elaborada por el público ilustrado en tanto que Rousseau le confirió un sentido más amplio.

En su *Teoría del Estado*, Herman Heller<sup>47</sup> considera que la doctrina de la opinión pública surge en el siglo XVIII "y de modo particular, con aquella

<sup>45</sup> Juan Beneyto, op. cit. p. 13

<sup>46</sup> Rousseau citado por Wright Mills. *La Elite del Poder*. México: FCE (undécima impresión), 1993, p. 278

<sup>47</sup> Herman Heller. *Teoría del Estado*. México: FCE. 1974, p. 124 y ss.

escuela de pensamiento político y económico que, agrupada primero en torno a Quesnay y luego a Turgot y Mirabeau, conocemos con el nombre de fisiócratas. Necker, el banquero de Luis XVI y padre de Madame de Stäel, en este mismo sentido mencionaba ya a la opinión pública como uno de los factores del clima previo a la Revolución Francesa".

El origen, evolución y desarrollo de la opinión pública ha sido abordado por distintos autores: desde los considerados clásicos -Platón, Aristóteles, Georgias, etc.- hasta connotados juristas -Heller- y estudiosos de otros ámbitos de las Ciencias Sociales (juristas, economistas, comunicólogos, etc.) El tema - por su importancia- ha sido tratado lo mismo en las aulas que en los grandes encuentros internacionales. Sobre opinión se encuentran desde apuntes informales hasta verdaderos Tratados.

Algunos estudiosos del tema han abordado el problema de la opinión pública refiriéndose a su origen o lo han ubicado desde una perspectiva histórica. Francisco J. Bobillo<sup>48</sup> se refiere "por lo menos" a dos teorizaciones, una liberal y otra posliberal. Ubica como representante de la primera a Guizot y de la segunda a Bluntschli y a Jürgen Habermas.

Según este autor, antes del Liberalismo no cabe hablar de opinión pública por las siguientes razones:

1) En una sociedad de gremios y corporaciones, no cabe hablar de interés general. Sólo hasta que se destruye este orden y aparece un nuevo tipo de sociedad, es posible mencionar *el interés general*.

---

<sup>48</sup> Francisco J. Bobillo. "La Opinión Pública" en *Revista de Estudios Políticos*. Número 58. Madrid. España: Centro de Estudios Constitucionales. Octubre-Diciembre 1987. p. 46

**FALTA PAGINA**

**No.**

41

Raúl Rivadeneira Prada<sup>51</sup> pone el énfasis en la comprensión histórica, recalcando que la opinión pública es una en la Francia del siglo XVIII y otra distinta en el siglo XX. "Lo que se pretende comprender por opinión pública en los Estados Unidos de Norteamérica, hoy, difiere de la realidad, en México, señalada con las mismas palabras".

Este autor considera necesarios dos aspectos para comprender el fenómeno de la opinión pública: el enfoque histórico y el sistémico. Por medio de este último la opinión pública es siempre descriptible y comprensible como función de un conjunto de factores interrelacionados.

Explica a la opinión pública como un *sistema abierto*, es decir, como aquel que intercambia energía e información con su medio. Se afronta de este modo -explica Rivadeneira-<sup>52</sup> el problema de delimitar dicho sistema en su medio.

Puesto de otro modo: la opinión pública equivale a un sistema abierto (en el sentido de la teoría de los sistemas generales) que envuelve su jerarquía de componentes -subsistemas- y que forma parte de supersistemas más amplios.

En concreto, no hay opinión pública sin seres humanos, grupos y organizaciones sociales; la opinión pública tiene que ver con factores políticos, por ejemplo, la organización y distribución del poder; los procesos de decisión política. La opinión pública no se puede separar de las instituciones y productos de medio, vale decir, de editoriales, radiodifusoras y estaciones de televisión, por un lado y de programas que divulgan, por otro. Pero la opinión pública tampoco es imaginable sin la comunicación total, es decir, la comunicación personal, directa y recíproca...

---

<sup>51</sup> Raúl Rivadeneira Prada. *La Opinión Pública: análisis, estructura y métodos para su estudio*. México: Trillas, 1976. p.5

<sup>52</sup> *Ibidem*. p.6

Otros autores han optado por presentar las características principales de la opinión pública y , de esta manera, identificar cuando se está ante un caso de opinión pública, o de *opiniones públicas* porque también hay que tomar en cuenta que la complejidad del fenómeno rebasa el uso del singular.

Estructuralmente, como se ha ubicado el contexto de este trabajo, la opinión pública forma parte de una estructura intermedia ubicada entre la Sociedad y el Estado. Ambos la usan. La primera para presionar ante el Estado a través de sus demandas y el segundo para legitimar su propia existencia. Lo anterior se explica gráficamente en el rubro de Anexos.

## 2.2 La Opinión Pública: en el Cielo, en la Tierra y en todo Lugar

Al revisar las siguientes opiniones, la reflexión se centrará en la *posición* estructural que ocupan, como instrumento posible de verificación o como idea que presupone un punto de vista o perspectiva.

a) la opinión pública es el *parecer o apreciación* sobre un asunto que concierne a la comunidad. Para Kimball Young, una opinión "es una creencia bastante fuerte o más intensa que una mera noción o impresión, pero menos fuerte que un conocimiento positivo basado sobre pruebas completas o adecuadas... una opinión no es, sin duda, algo tan cierto como una convicción, que se relaciona más estrechamente con el sentimiento".<sup>53</sup>

b) los temas que atañen a la opinión pública son *polémicos*. Usando el juego de palabras de William Albig: la opinión es la expresión de un tema controvertido... y hay muchas opiniones sobre el controvertido concepto de opinión pública.<sup>54</sup>

<sup>53</sup> Kimball Young, *La Opinión Pública y la Propaganda*. México: Paidós, 1987, pp 10-11

<sup>54</sup> William Albig citado por Juan Beneyto. op. cit. p.18

c) los temas de la opinión pública sólo pueden ser discutidos en un ámbito de *libertad*. Este enfoque considera el sentido de la democracia, tomando en cuenta que la libertad se considera un elemento básico de la misma.

d) el sujeto activo de la opinión es el grupo y no el individuo. En este punto habría que hacer la aclaración de que los líderes de opinión -en el ámbito periodístico- son, la mayoría de las veces, sujetos individuales que usan una tribuna por su prestigio, fama y autoridad moral pero que hablan con la representación -ficticia o real- de sectores de la opinión pública.

e) la opinión pública se forma en la base social del país, es decir, es la opinión de los gobernados no de los gobernantes, aunque ambas pueden coincidir. Existe una opinión pública cuando las personas *que no gobiernan un país* reclaman el derecho de exponer libre y públicamente sus opiniones políticas, y el derecho a que dichas opiniones influyan o determinan los métodos, los miembros y los actos de su gobierno<sup>55</sup>.

Es preciso agregar que ciertos temas de opinión pública, en países con la estructura social de México, son puestos (y expuestos) ante la sociedad desde diversas instancias del poder, lo cual contradice que la opinión pública se forme, o inicie-por lo menos- *sólo* en la base social de un país y se exprese a través de quienes no gobiernan una nación.

f) Estructuralmente, como ya se señaló y expresó gráficamente (sección de Anexos), la opinión pública está ubicada en un punto intermedio entre la sociedad y el Estado. Las dos instancias reconocen la valía y el desempeño de la misma y la utilizan de acuerdo a sus objetivos. Para la sociedad es una *punta de lanza* capaz de lograr modificaciones ante el Estado y en su entorno mismo. Para el Estado, no es posible soslayar la existencia de la opinión pública, sino atenderla, negociarla o manejarla, según el caso.

<sup>55</sup> Hans Speier citado por Wright Mills. *op. cit.* p. 287. Cursivas de la autora.

g) La notoriedad o fama pública puede desembocar en opinión pública. Los puntos de vista de los actores sociales destacados son propicios para conformar una opinión pública. Esto no constituye ninguna novedad. Desde la época del Imperio romano, se hablaba ya de la *fama*, *fama popularis* y otros términos relacionados con la opinión.

h) la opinión pública sobre cuestiones relevantes se expresa no sólo a través de los representantes populares (diputados y senadores) que integran el Poder Legislativo, sino mediante la discusión en los medios masivos de información (prensa, radio, televisión) y en publicaciones editadas por grupos, asociaciones o particulares.

i) la opinión pública no siempre es *espontánea* ya que puede estar permeada por la acción de partidos políticos, grupos políticos dentro o fuera del poder e incluso por los propios medios de comunicación. Böckelmann precisa que las instituciones que controlan el proceso de formación de la opinión pública no son organismos derivados de la convivencia y de la comprensión interpersonal. "La prensa y los partidos son instituciones formadas por grupos políticamente intencionados, no al revés".<sup>56</sup>

Böckelmann califica a la prensa de oposición como medio "de expresión y presión" de una opinión pública adulta. Cita a Wirth<sup>57</sup> quien en 1832 refiriéndose al apoyo del **Journal des Volkes (Diario del Pueblo)** al "deber alemán", explicaba: "Dado que la opinión pública constituye la mayor de las fuerzas existentes, los periódicos en su calidad de órganos de aquélla, son, a su vez, la materialización relativa de un poder. Pero este poder con frecuencia está en manos de particulares, y cabe la posibilidad de que llegue a ser peligroso

<sup>56</sup> F. Böckelmann. *Formación y Funciones Sociales de la Opinión Pública*. Barcelona, España: Gustavo Gili, S.A., 1983, p. 13

<sup>57</sup> *Ibidem*. p. 14

para el bien del pueblo, puesto que puede utilizarse en el servicio de los intereses particulares, anteponiendo el egoísmo privado al bien colectivo..."

j) para adquirir el rango de opinión pública, ésta debe ser *eficaz* o sea, tener una influencia real sobre el poder. Esta característica es -quizá- la de mayor trascendencia en las sociedades democráticas.

k) la opinión pública es *cambiante*; es decir, se configura y desconfigura con rapidez.

En el Diccionario de la Lengua Española se asienta que *opinión pública* es el "sentir o estimación en que coincide la generalidad de las personas acerca de asuntos determinados"<sup>58</sup>, definición que Raúl Rivadeneira Prada califica de "confusa y ambigua" ya que se refiere a un "sentir" lo cual limita los alcances del fenómeno a un acto síquico colectivo; habla de "estimación" con lo cual se pueden significar varias cosas; señala que "coincide la generalidad de las personas" y el consenso puede ser aceptado pero establecer que la opinión es el sentir de "la generalidad" propicia confusión "ya que al referirse a la mayoría de los integrantes de un grupo social, desconoce la opinión de minorías respetables y también constitutivas de opinión pública".<sup>59</sup>

Esta última observación de Rivadeneira es importante para este trabajo ya que precisamente la opinión periodística es una opinión minoritaria cuya acción puede tener efectos multiplicadores pero que constituye, esencialmente, una expresión de élite.

Una aclaración conveniente es la diferencia entre *opinión* y *actitud*. La primera -de manera general- se expresa verbal y simbólicamente; la segunda, expresa una tendencia a actuar.

<sup>58</sup> Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, edición 1971, citado por Raúl Rivadeneira Prada, op. cit. p. 57

<sup>59</sup> Raúl Rivadeneira Prada, op. cit. p.57

Volviendo a las generalidades del tema, debe reconocerse -en todo caso- que la opinión pública es una de las *inesquivables*<sup>60</sup> instancias sociales del mundo moderno y que la función de opinar es función social por excelencia.

Jürgen Habermas<sup>61</sup>, académico e investigador de la comunicación/de prestigio internacional, considera que la expresión *opinión pública* designa al sector de la población que, por medio de la educación y la información, está en condiciones de formarse una *opinión fundada*. Esta consideración de Habermas se relaciona con la opinión periodística ya que ésta es ejercida por un sector de la población que ha tenido acceso tanto a la educación como a la información. Precisa Habermas que la opinión pública o *público ratiocinante* es a la vez el conjunto de nuevos electores que se forma en la disputa argumental alrededor de un asunto y no acriticamente, en el apoyo o rechazo a personas. /

Tras presentar las reflexiones de diversos estudiosos de la opinión pública, se puede afirmar que estamos ante el fenómeno de la opinión pública cuando se expresa -de diferentes formas- un parecer vinculado con asuntos de la comunidad, con temas polémicos, se registra su origen entre los gobernados aunque es posible que surja de distintas esferas del poder, manifiesta puntos de vista de un sector de la sociedad informado y educado que tiene acceso a tribunas en los medios de comunicación y demuestra -asimismo- una influencia real sobre el poder político, la cual puede transformarse en poder, según el caso específico de que se trate. Este aspecto se tratará enseguida.

---

<sup>60</sup> Calificativo que le otorga Juan Beneyto al fenómeno de la opinión pública en la época contemporánea. *Op. cit.* p.17

<sup>61</sup> Jürgen Habermas citado por Cuauhtémoc Amézcuca Dromundo. *Democracia, Información y Medios de Comunicación*. México, 1996. Tesina UNAM. P. 11

### 2.3 El Poder: Tentación Omnipresente

Es evidente que la opinión pública está relacionada directamente con la influencia social y ésta última con la toma de decisiones en las diversas sociedades. No se opina por *hobby*. Se expresa la opinión para que ésta sea tomada en cuenta y, de ser posible, para que marque derroteros o conductas. Resulta, entonces, que la *opinión vinculada* se constituye, en palabras de Santayana, en una "cosa real y a menudo, en un poder dominante"<sup>62</sup>

Para Talcott Parsons la influencia es un medio simbólico generalizado de interacción social que circula entre las unidades sociales en el contexto de la persuasión, lo que la distingue de otros medios simbólicos generalizados como el poder o el dinero.<sup>63</sup>

La posición de una subcolectividad o un individuo en el sistema de estratificación se mide por su nivel de *prestigio* o capacidad para ejercer *influencia*. Concebimos la influencia como un medio simbólico generalizado de intercambio societario, en la misma categoría general que el dinero o el poder; consiste en la capacidad de dar origen a las decisiones deseadas por parte de otras unidades sociales, sin ofrecerles directamente un *quid pro quo* apropiado como incentivo, o amenazándolas con consecuencias desagradables.

Sin embargo, la influencia debe funcionar por medio de la persuasión para que el sujeto se convenza de que tomar la decisión que le sugiere quien ejerce la influencia significa actuar en interés del sistema colectivo del que ambos son solidarios.

Redondea Lorenzo Gomis<sup>64</sup> la idea de Parsons al opinar que la influencia opera *exclusivamente* sobre las intenciones de quien es objeto de persuasión.

<sup>62</sup> J. Santayana citado por Juan Beneyto, *op. cit.* p. 21

<sup>63</sup> Talcott Parsons. *El Sistema de las Sociedades Modernas*. México: Trillas (segunda reimpresión), 1987. p.

24

<sup>64</sup> Lorenzo Gomis. *El Medio Medio. La Función Política de la Prensa*. Barcelona, España: Mitre, 1987, p.

47

Como medio de persuasión la influencia no se apoya tanto en la aceptación de un argumento como en el prestigio o reputación de la fuente de la que procede.

"Naturalmente, la influencia es convertible en poder en ciertas circunstancias", deduce este autor.

Se puede afirmar, en consecuencia, que la opinión pública tiene entre sus objetivos influir en el rumbo de las decisiones que afectan a grandes sectores y que dicha opinión puede llegar a calificarse como *influyente* e incluso como *opinión poderosa*, de lo que se deduce que *cierta opinión pública* puede transformarse en *cierto tipo de poder*. Ejemplo: la agresión sufrida por un reportero de Televisa (16 de abril de 1997) denunciada por Jacobo Zabludovsky, y la opinión externada por éste acerca del acontecimiento, provocó -a la vista del público televidente que sigue el noticiario **24 Horas**, el cese de varios funcionarios del ayuntamiento de Guadalajara, Jalisco. Es una muestra de poder que rebasa el ámbito de la influencia. Es decir, alcanzar un nivel de poder es un grado elevado de influencia de la opinión pública.

#### 2.4 Público y Masa: Encuentros Cercanos

Wright Mills aborda el problema de la opinión pública en relación a dos factores: el *público* y la *masa*. Para él, las opiniones formadas en el público pueden ser discutidas y organizadas de manera eficaz, en tanto que en la masa no se dan estas condiciones. Deduce:

Es fácil distinguir al *público* y a la *masa* por sus medios de comunicación dominantes; en una comunidad de públicos la discusión es el medio de comunicación que prevalece, y los medios de masa, si existen, sólo contribuyen a ampliarla y animarla, uniendo a un público *primario* con las discusiones de otro. En una sociedad de masas, el tipo de comunicación dominante es el medio oficial, y los públicos se convierten en simples *mercados de medios de comunicación*:

todos los que se hallan expuestos al contenido de determinado medio de comunicación destinado a las masas.<sup>65</sup>

Respecto del alcance de la opinión, este autor agrega que en la sociedad de masas son pocas las personas que expresan opiniones que las que las reciben, que éstas últimas no pueden contestar por no contar con los canales adecuados, a menos que cuenten con la *benevolencia* de los dueños de los medios.

Mills recalca la transformación del *público* por la *masa*. El primero, opina, "ha llegado a tener un significado fantasma, que revela de un modo dramático su eclipse". "Lo que *el público defiende*, es a menudo una vaguedad de sistemas (llamada amplitud de miras), una falta de participación en los asuntos públicos (conocida como sensatez) y un desinterés profesional (llamado tolerancia)"<sup>66</sup>.

Esta consideración de Mills puede ser aplicada a países con las características del nuestro aun cuando él estudió la sociedad norteamericana.

Jürgen Habermas agrega un aspecto más respecto del alcance de la opinión. Según él, la opinión pública ha dejado de ser un factor de crítica y de control para convertirse, además, "en una fuerza de demostración y de aclamación"<sup>67</sup>, opinión válida en sociedades como la mexicana sobre todo en el ámbito periodístico.

## 2.5 La Formación de la Opinión Pública

Se puede hablar de la opinión como un *proceso* aunque también se puede hablar del *estado* de la opinión como una manera de sondear la opinión en un tiempo y sobre un tema determinados.

<sup>65</sup> Wright Mills. *La Elite del Poder*. México: FCE (undécima reimpresión), 1993, p. 283

<sup>66</sup> *Ibidem*.

<sup>67</sup> Jürgen Habermas citado por Juan Beneyto. *op. cit.* p. 42

Considerado como proceso se puede observar la interacción e influencia mutua entre el medio como mediador, los mediadores como agentes ejecutores de la opinión y el público.

En este proceso, según Kimball Young<sup>68</sup> se distinguen las siguientes etapas:

1).- Uno o varios temas -con cariz polémico- son propuestos por individuos, asociaciones o grupos. Por ejemplo, el alcance de un programa educativo, de un plan económico, etc. Ahora bien, no sólo la propuesta -en el sentido que Young la presenta- es el inicio de la formación de la opinión pública; debe considerarse a la noticia misma como un acontecimiento o suceso que surge ante la luz pública, de origen nativo o de otras latitudes, como la punta de la enmarañada madeja de la opinión pública. Ejemplo: la muerte de François Mitterrand trae ante la opinión pública el tema de los gobiernos socialistas, del líder francés durante sus dos gestiones al frente de la República Francesa, de la *cohabitación* con dirigentes de distintas ideologías, del resurgimiento de la izquierda, etc.

En el ámbito mexicano, el terremoto de 1985 desencadenó un poderoso proceso de opinión pública que se expresó en diversas acciones políticas tanto de la base social como de los dirigentes gubernamentales. De entonces a la fecha existen -y se han consolidado- numerosos grupos de ciudadanos que dieron base a la creación de las llamadas organizaciones no gubernamentales (ONG) que hasta la fecha suman centenares. Han surgido -asimismo- diversidad de organismos gubernamentales de apoyo a la comunidad, de emergencia ante sismos, programas escolares de prevención de sismos, las alarmas antisísmicas, etc.

---

<sup>68</sup> Kimball Young citado por Lorenzo Gomis, *op. cit.*, pp. 106-108

2).- Las preguntas marcan el inicio del proceso. Lo siguiente, según Young, es *tantear* el terreno. ¿Cuál es la importancia del problema? ¿Cuál la mejor manera de enfocarlo? ¿Tiene solución? En suma, el tema se desliza a la conversación de distintos grupos sociales. Se expone en coloquios, conferencias, en artículos, cartas y editoriales en la prensa. Se solicita opinión a los expertos. Se buscan los cabos que atan la madeja.

3).- Surgen de diferentes sectores posiciones sobre el tema. El clima se acalora. Se proponen soluciones. Se plantean apoyos de unos y rechazos de otros a las mismas. *"Los aspectos puramente racionales de la cuestión sufren el embate de las relaciones instintivas, de los estereotipos, lemas, eslóganes e incitaciones de carácter emotivo. Los elementos irracionales de la cuestión cobran cada vez más importancia"*.<sup>69</sup>

4) El proceso de formación de la opinión pública ha llegado a tal grado que la hora de tomar decisiones ha arribado. Puede entrar en esta etapa la realización de un sondeo de opinión para ofrecer un esquema numérico de las opiniones. Si es posible decidir mediante el voto, se organizan comicios. "La mayoría decide y se supone que la minoría acepta el resultado, aunque sea con la esperanza de modificar la situación en una ocasión ulterior. En realidad, el problema ha encontrado una solución a través de la participación intelectual y efectiva de un número crecido de personas".<sup>70</sup>

Esta etapa marcada por Young es discutible en países como México, donde pese a la fuerza de algunos movimientos de opinión, las decisiones se toman por grupos elitistas cercanos al poder político o integrantes del poder

<sup>69</sup> *Ibidem*. Cursivas de la autora. Esta parte señalada por Kimball Young pone especial énfasis en señalar la supuesta *racionalidad* con la que se discuten ciertos temas de opinión pública y la intervención de la emotividad de las personas o grupos que intervienen.

<sup>70</sup> *Ibidem*.

mismo. Un ejemplo ilustrativo sería el movimiento de opinión pública contra el aumento del Impuesto al Valor Agregado de 10 a 15% por ciento.

5) La decisión adoptada se pone en práctica. Según Lorenzo Gomis<sup>71</sup> esta etapa ya no forma parte del proceso de formación de la opinión.

Otros autores -Luis González Seara y Jean-Christian Fauvet<sup>72</sup>- presentan el proceso mencionado de otra manera. El primero sigue las ideas de Ph. Davison y coincide con Young en que un tema de opinión tiene su génesis en un "grupo primario" en tanto que Fauvet observa que la primera condición es que se produzca un hecho, un acontecimiento. La noticia "es como un *flash* que proyecta una luz viva sobre una cuestión o un problema que no había despertado mayor interés", considera Gomis<sup>73</sup>, quien recuerda el escándalo del caso Dreyfus cuando Emilio Zolá escribió en el periódico *L'Aurore* su famoso "Yo acuso", con lo que el tema alcanzó dimensiones de opinión pública internacional.

Un ejemplo de opinión pública internacional fue la insurrección de indígenas en Chiapas. San Cristóbal de las Casas se transformó, en la primera semana de enero de 1994, en punto de encuentro de la prensa internacional. Filósofos de talla internacional como Noam Chomsky, literatos como Gabriel García Márquez, Octavio Paz, Carlos Fuentes alertaron sobre las graves consecuencias de una respuesta violenta al conflicto.<sup>74</sup>

Este acontecimiento desencadenó -a nivel mundial- numerosas discusiones sobre temas como la situación de los indígenas, el uso de la

<sup>71</sup> *Ibidem.*

<sup>72</sup> Luis González Seara y Jean-Christian Fauvet citados por Lorenzo Gomis, *op. cit.* pp 108-109. El primero presenta el esquema dado publicado por Ph. Davison en 1958 en *Public Opinion Quarterly*. Gomis destaca que el trabajo de Fauvet presentado en 1966 en la *Semana Social de Niza*, es de "especial interés" porque tiene muy en cuenta el factor periodístico de la noticia.

<sup>73</sup> Lorenzo Gomis, *op. cit.* p. 110

<sup>74</sup> Periódico *La Jornada*. 3, 8, 10 y 12 de enero de 1994. Primera Plana.

violencia, la venta de armamento, el papel de la Iglesia Católica en el conflicto, etc.

Siguiendo el proceso de formación de la opinión pública, Davison, seguido por González Seara<sup>75</sup> coloca en segundo lugar el surgimiento del hecho y destaca que paralelamente a esto, surge el fenómeno del liderazgo. Es entonces cuando el líder, por sus características de carisma e influencia personal en un grupo tiende a simplificar las ideas surgidas inicialmente y a presentar las cuestiones de forma accesible a un mayor número de personas.

Fauvet considera como segunda condición del proceso de formación la existencia de que el hecho se produzca en un clima *propicio*. Gomis<sup>76</sup> presenta un ejemplo de Fauvet de un hecho que en otras circunstancias hubiera provocado un amplio movimiento de opinión y que pasó prácticamente desapercibido.

Fauvet pone como ejemplo la muerte, quemados vivos, de tres niños norteafricanos en un suburbio -un "*bidonville*"- de Nanterre. Se daban en ese caso cuatro elementos generalmente decisivos: niños, chabolas, fuego y muerte. ¿Por qué la prensa, la radio, la televisión reaccionaron con timidez? ¿Por qué los partidos políticos y las asociaciones familiares permanecieron prácticamente silenciosos?

Habrá quien dirá, apunta Fauvet, que los niños eran norteafricanos, y otros que el alcalde de Nanterre era comunista y por eso la izquierda no quiso explotar el hecho. Y aun otros observarán que al día siguiente un hecho nuevo borraba el anterior y monopolizaba la atención del público. En efecto, las siete columnas de *France Soir* anunciaban que una madre que había tomado productos que favorecen la fertilidad acababa de dar a luz a siete hijos. Los septillizos hicieron olvidar a los tres niños muertos. Cualquiera que fuese la razón decisiva, el clima no era propicio.

<sup>75</sup> Davison citado por Lorenzo Gomis. *op. cit.* p. 108

<sup>76</sup> Lorenzo Gomis. *op. cit.* p. 110

### 2.5.1 Liderazgo y Racionalización: un binomio discutible

Davison pone en el liderazgo el énfasis en el proceso de la formación de la opinión pública y menciona que el líder *racionaliza* las ideas surgidas en la comunicación interpersonal. Este fenómeno se repite y se van produciendo expectativas. "Las opiniones producen modificaciones en los comportamientos y así se refuerzan las expectativas. Puede decirse que se ha formado ya la opinión pública".<sup>77</sup>

Davison da como hecho que el líder es *racional* y capaz de racionalizar ideas. Pero el problema de la racionalidad es complejo como lo señalan Robert E. Lane y David O. Sears<sup>78</sup> quienes plantean tres interrogantes básicas: ¿qué es un ciudadano racional? ¿en qué circunstancias son más racionales los hombres? ¿qué hombres, en estas circunstancias son más racionales que los demás?

En respuesta a la primera pregunta, consideran que un hombre racional es aquel capaz de ver las cuestiones como realmente son y no como él quisiera que fueran, capaz -también- de retener esta información sin distorsionarla. Un hombre racional debe ser capaz de distinguir entre el valor de un argumento y la aceptabilidad de su fuente. Debe ser capaz de deducción lógica, para lo cual es necesario que sus pensamientos estén unos en contacto con los otros y no en compartimentos separados. Debe contrastar las ideas con la experiencia y descubrir las incongruencias para ser capaz de apreciar la plausibilidad de la información que recibe.

Retomando el proceso de la formación de la opinión pública, Davison señala como última etapa la *constancia* de la dirección que ha tomado la opinión pública. Enseguida el fenómeno se disuelve ya sea porque el problema

<sup>77</sup> González Scam siguiendo el esquema de Ph. Davison. Citado por Lorenzo Gomis. op. cit. p. 109

<sup>78</sup> Robert E. Lane y David O. Sears citados por Lorenzo Gomis. op. cit. pp 114-115

ha desaparecido o porque se ha tomado una decisión en uno u otro sentido. En todo caso, la atención se desplaza hacia otros ámbitos.

Para Fauvet, la tercera condición para que se forme la opinión pública es que el acontecimiento, hecho o noticia, *diga algo*. Es evidente que el mismo hecho puede significar distintas cosas para diversas personas o grupos pero la condición es que sea *significativo*. (En la sección de Anexos se presenta una gráfica sobre el proceso de la formación de la opinión pública).

Para que la opinión "tome cuerpo" -señala Fauvet- es preciso que el hecho responda a alguna necesidad humana, "ampliamente sentida, bien sea consciente o inconscientemente, bien de forma reconocida, bien de forma silenciada".<sup>79</sup>

La difusión del hecho o acontecimiento a través de los medios de comunicación masiva multiplica lo que hasta ahora sólo se había registrado en individuos, grupos, organismos, etc.

El último paso para cerrar el proceso de la opinión es que el fenómeno culmine "con la verdadera reacción del público".<sup>80</sup>

### 2.6.2. ¿Hay opinión no racional?

La pregunta anterior plantea un hecho real en el cual se desenvuelve la opinión, puesto que ésta, como lo considera la doctora Silvia Molina<sup>81</sup>, "no sólo toma en cuenta lo racional sino lo emotivo, lo circunstancial (la oportunidad); es decir, puede ser aleatoria.

Dentro de esa aleatoriedad pueden explicarse las relaciones de simpatía entre las personas que provocan una opinión favorable entre las mismas y que

<sup>79</sup> Lorenzo Gomis. op. cit. p.111

<sup>80</sup> *Ibidem*. p. 112

<sup>81</sup> Conversación con la doctora Silvia Molina y Védia. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Abril de 1996.

pueden llegar incluso a justificar determinadas acciones o actitudes -no siempre racionales- en un contexto determinado.

### 2.6.3 Los Mediadores en el Proceso de la Opinión Pública

En el proceso de configuración de la opinión pública expresada en la prensa se puede hablar de dos tipos de mediadores: el periódico en general y los *líderes de opinión* en particular, es decir, los periodistas -o políticos o colaboradores- que ejercen influencia en el diario a través de artículos y columnas.

¿Cuáles son las particularidades de este tipo de mediación? ¿De la opinión periodística? Para Walter Lippmann\* y Kimball Young, la *interacción social* y la *identificación personal* desempeñan un papel importante en cuanto a la relación del periódico con el lector.

Young afirma: "El periódico estará libre de toda crítica por parte nuestra si da un informe satisfactorio de lo que queremos saber" en tanto que Lippmann pregunta: ¿Hay mejor crítico, para el hombre sentado a la mesa del desayuno, que la versión del periódico que concuerde con su propia opinión?<sup>82</sup>

¿Existen características especiales en los llamados líderes de opinión? No hay consenso al respecto. Lorenzo Gomis señala que no son "necesariamente" los individuos socialmente destacados o los más adinerados. Ni siquiera son los dirigentes cívicos de la comunidad. Por el contrario, se les encuentra en todos los grupos ocupacionales.<sup>83</sup>

El papel de los líderes de opinión en el proceso de la comunicación es estudiado posteriormente a la vigencia de la llamada teoría hipodérmica -

\* Walter Lippmann (1910, 1974) fue un periodista norteamericano que destacó además por sus ensayos políticos. Obtuvo dos Premios Pulitzer, la Medalla de la Libertad y tres premios del *Overseas Press Club*. Sus artículos fueron publicados por *New Republic*, el *World* y el *Herald Tribune*, de Nueva York.

<sup>82</sup> Walter Lippmann y Kimball Young citados por Lorenzo Gomis. *op. cit.* p.78

<sup>83</sup> Lorenzo Gomis. *op. cit.* p. 91

*bullet theory*- consistente ésta en que "cada miembro del público es personal y directamente "atacado" por el mensaje", según señala Wright<sup>84</sup>. Mauro Wolf recalca que la teoría hipodérmica -cuya época dorada se registra en los años treinta- mantenía una conexión *directa* entre exposición a los mensajes y comportamientos considerando que si una persona era alcanzada por la propaganda podía ser "controlada, manipulada, inducida a actuar".<sup>85</sup>

La corriente empírico-experimental, denominada también "de la persuasión" en el ámbito de la comunicación, relega -aunque no olvida- a la de la "aguja hipodérmica". En los años cuarenta se pone en tela de duda el modelo estímulo-respuesta y se plantea el estudio de la complejidad de los elementos que entran en juego en la relación emisor, mensaje y destinatario. Arriba entonces el estudio de la persuasión en el que desempeñan un papel *sui-géneris* los *mediadores*, considerados por algunos estudiosos como líderes de opinión-que captan la información, la interpretan y posteriormente transmiten su opinión al resto de la sociedad.

En sociedades como la nuestra son los líderes de opinión -o los considerados como tales- que usan los medios periodísticos los que mayor influencia y protagonismo alcanzan. Ocurre así que el diálogo público de toda comunidad desarrollada es alimentado, interpretado y reorganizado por la definición de "lo público" (lo que tiene notoriedad) y por la distribución de papeles de participación en el "espacio público" que el quehacer periodístico instaura.<sup>86</sup>

<sup>84</sup> Wright citado por Mauro Wolf. *La Investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. México: Paidós, 1994. p. 22

<sup>85</sup> Mauro Wolf, op. cit. p. 29

\* José Luis Dader afirma que el concepto *espacio público* debe considerarse como el *campo* o *espacio* en el que se desarrollan los fenómenos de opinión pública. Señala que el concepto ha sido *redescubierto* por autores como Hannah Arendt (esfera pública), Jürgen Habermas (espacio público), Sennett (vida pública) y Luhmann (estructura temática de la intersubjetividad). Así, *espacio público* no es lo mismo que *espacio social* o *espacio privado*.

<sup>86</sup> José Luis Dader. *El Periodista en el Espacio Público*. Barcelona, España: Bosch, 1992. p.151

Es entonces la opinión periodística -no sólo la de los periodistas sino también la de otros actores sociales que se expresa en tribunas periodísticas- la que conforma la parte medular de la opinión pública.

De esta manera, el periodista se convierte -como asienta José Luis Dader<sup>87</sup>- en un *aduanero* que mediante su selección temática establece qué temas, problemas, personas o instituciones van a ser expuestas a la luz pública, convirtiéndose así en motivo de comunicación pública y resorte de las diferentes manifestaciones de las corrientes de opinión.

Periodistas mexicanos entrevistados sobre las características de formación académica y profesionales de los líderes de opinión externaron que debe aclararse si por *líderes de opinión* se entiende al periodista o al político. Raúl Trejo Delarbre<sup>88</sup> opinó que en el caso del periodista no es indispensable haber pasado por la Universidad "y muchísimos casos lo demuestran". Sin embargo, advierte "no estorba la Universidad pues da un bagaje cultural que es muy importante y cada vez más indispensable. Yo creo que en el futuro inmediato y ya lo estamos viendo no habrá periodistas capaces de desempeñarse con éxito si no pasaron por la Universidad, si no tienen esa idea del mundo y de la cultura que debiera darnos siempre la Universidad, sobre todo la Universidad pública".

---

<sup>87</sup> *Ibidem*.

<sup>88</sup> Raúl Trejo Delarbre. (D.F., 1953) es licenciado en Periodismo y maestro en Estudios Latinoamericanos por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) de la UNAM. Es investigador titular en el Instituto de Investigaciones Sociales de esa Universidad, donde ha sido profesor en la FCPyS y en la Facultad de Economía. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) y autor de numerosos libros entre ellos *La prensa marginal*, *Este puño sí se ve*, *Insurgencia y movimiento obrero en México*, etc. Es director del *Semanario Etcétera*. Ha recibido varias distinciones como el Premio Nacional de Periodismo (1994) en artículo de fondo, actualmente publica la columna *Sociedad y Poder* en el diario *Crónica*. Trejo Delarbre fue entrevistado específicamente para la presente investigación. (Ciudad de México, 12 de enero de 1996).

A su vez, Javier Romero<sup>89</sup> señaló que el concepto *líder de opinión* debe ir *entre comillas* "porque en la práctica, concretamente la mexicana, por lo general (tal liderazgo) es de alcance fugaz, aleatorio, si no engañoso o eco de otro "liderazgo" tras bambalinas (la famosa "línea" recogida en tal o cual Secretaría y, también, en otros círculos de influencia social, económica y política)."

El opinante, recalcó Romero, "debe sujetarse a lo que su capacidad de análisis le permita en conciencia".

En cuanto a las características académicas, profesionales y éticas de un líder de opinión, Romero considera que la *aptitud* de opinar no corresponde *siempre* a grados académicos o profesionales, "aunque lo ideal sería que la preparación imbuyera en los espíritus el tercer elemento de la proposición, la ética, en los términos antes delineados y *sine que non*".

Por su parte, Miguel Angel Granados Chapa<sup>90</sup> descartó rotundamente la existencia de "líderes de opinión".

Creo que es una noción falsa, creo que no hay "líderes de opinión" porque la opinión no es un ejército, una corriente a cuya cabeza marche nadie. Creo que hay personas que tienen *voz pública*, que sus mensajes pueden ser bien recibidos en ciertos segmentos de la sociedad pero no hay una posición de liderazgo de nadie y menos para la formación de la opinión. ¿Qué si me considero un líder de opinión? No, no, de ninguna manera. Y menos en el sector en el que yo pretendo ser escuchado, que es un sector con pretensiones democráticas, en donde los líderes tienen más una connotación de caudillismo

<sup>89</sup> Javier Romero Gutiérrez es articulista del periódico *Excelsior* y de las revistas *Nexus* y *Revista de Revistas*. Obtuvo en 1979 el Premio Nacional de Periodismo en el área de artículo de fondo. La autora lo entrevistó específicamente para esta investigación. (Ciudad de México, 26 de Marzo de 1996).

<sup>90</sup> Miguel Angel Granados Chapa (Hidalgo, 1941) es licenciado en Periodismo y en Derecho por la UNAM. Exdirector de *La Jornada*. Premio Nacional de Periodismo (1981) en Artículo de Fondo. Autor de una docena de libros, entre ellos *La Banca Nuestra de cada día; Nava si Zapata no*. Autor de la columna *Plaza Pública*, la cual publica actualmente en el periódico *-Reforma* y otrora en *La Jornada* y *El Financiero*. Opiniones proporcionadas específicamente para esta investigación. (Ciudad de México, 22 de mayo de 1996).

que no es apropiado. No, yo aspiro a ser una contribución, entre muchas otras, al entendimiento de los problemas públicos.

A pesar de las opiniones de Granados Chapa, se advierte una falsa modestia, por constituir este periodista una de las opiniones más autorizadas lo que le otorga cierto liderazgo aunque él no lo admita.

Por otra parte, es probable que los periodistas que opinan y tienen influencia estén conscientes de que lo que tocan "como nuevo *Rey Midas* lo pueden convertir no en oro sino en *público*"<sup>91</sup> pero no tengan la claridad en cuanto a los elementos que constituyen la legitimación social de su trabajo, objeto de estudio de este trabajo, al que se arribará en el Capítulo cuarto, tras describir en el tercero las particularidades de la opinión periodística en México.

---

<sup>91</sup> José Luis Dader. *op. cit.* p. 152

## CAPÍTULO 3.- La Opinión Periodística en México. Particularidades.

### 3.1 La Prensa: Un Espejo Singular

En este capítulo se ubicará el papel que desempeña la prensa en un país con las características de México. Se presentarán conceptos teóricos y opiniones de periodistas sobre prensa, periodismo, noticia y opinión, con el objetivo de ubicar estos temas y vincularlos con la legitimación social y la opinión pública, temas tratados en los dos capítulos anteriores.

El papel que desempeña la prensa escrita en las estructuras sociales de países con las características de México es determinada por la estructura del sistema en general. Dentro del tejido social, la prensa -entendiendo por este concepto el periodismo en general, expresado a través de los periódicos, radio o televisión- ocupa el lugar de una superestructura capaz de modificar a la propia estructura que la ha generado; es decir, la prensa constituye un reflejo de la sociedad que la creó y este reflejo puede actuar -y lo hace en ocasiones- como catalizador de modificaciones o cambios.

La prensa desempeña este último papel cuando actúa como factor de presión. Las características de operatividad de la prensa, la configuración de su propia estructura, su capacidad de divulgación de distintos tipos de información y opiniones, el efecto multiplicador de las mismas, su característica de *amplificación* permite que se pueda considerar como agente activador de reformas o incluso de cambios.

Sólo para efectos analíticos se estudia la prensa como estructura en sí misma ya que "las unidades del sistema se diferencian y se reconocen *por su posición en la estructura*, por la manera en que se combinan unas con otras"<sup>92</sup>

<sup>92</sup> Florence Toussaint. *Crítica de la Comunicación de Masas*. México: Trillas, 1991, p. 50

El equilibrio y estabilidad del sistema, de acuerdo al planteamiento estructural-funcionalista, se realiza a través de las relaciones funcionales que los individuos y los subsistemas activan en su conjunto.<sup>93</sup>

Al actuar como reflejo o catalizador, sea el caso, la estructura de la prensa transmite a la estructura social -el sistema político- las demandas del ambiente social, con lo que "realimenta" al sistema político ofreciendo la información que necesita para influir en su estructura general y en modificar la situación ambiental.<sup>94</sup>

### 3.1.1 El Periodismo: ¿Vocación o Frustración?

Periodistas mexicanos entrevistados específicamente para este trabajo presentaron sus conceptos sobre el periodismo y su papel en la estructura social. Raúl Trejo Delarbre<sup>95</sup> citó al escritor peruano Mario Vargas Llosa de quien aprecia su obra literaria "no la política", quien en su obra *Conversación en la Catedral*, a través de un personaje dice: el periodismo no es una vocación sino una frustración. Esta frase -advierte- "es alevosa". "El periodismo es un desafío, compromiso, servicio, negocio, un gusto; depende de cómo se ejerce, dónde y para qué".

Por su parte, Miguel Angel Granados Chapa<sup>96</sup> define al periodismo como "varias cosas a la vez". Expresa:

Es una técnica social para reunir, registrar y difundir información socialmente interesante; es también una institución de responsabilidad social porque implica una mediación entre sectores de la sociedad y de ésta con el poder y es también una actividad económica, una industria, la de los medios de difusión, la industria periodística que se rige por el mercado y

<sup>93</sup> Mauro Wolf, op. cit. p. 70

<sup>94</sup> Lorenzo Gomis, op. cit. p. 61

<sup>95</sup> Raúl Trejo Delarbre. Entrevista citada.

<sup>96</sup> Miguel Angel Granados Chapa. Entrevista citada.

por las regulaciones gubernamentales que define a toda industria.

Javier Romero<sup>97</sup> define al periodismo como *humanismo crítico* en todas sus ramas: política, cultural, etc.

Mario Ezcurdía Camacho<sup>98</sup> considera que es difícil definir al periodismo.

Si hasta la fecha nadie ha podido definir con precisión qué cosa es noticia, menos podría darse una definición cabal del periodismo. Si no sabemos qué es la parte, menos podremos definir al todo... En fin, de manera muy simple y esquemática, diremos que periodismo es el trabajo que se realiza para confeccionar publicaciones periódicas, por todos los medios que la tecnología va creando para editarlos: radio, televisión, imprenta, internet y otras cosas que pudieran estarse inventando. La clave es que sean periódicas y que se dirijan al gran público.

Ezcurdía se refiere a la prensa como una superestructura social "pero una superestructura que cotidianamente dialoga con la estructura, discute con ella, la vigila y, en cierta medida, la modifica. Muy pocas superestructuras sociales tienen ese poder de cambiar y condicionar a la sociedad, entre ellas, por ejemplo, la educación".<sup>99</sup>

En este contexto, es válida la consideración de Bernard Voyenne quien sostiene que la prensa constituye *el vínculo del diálogo social*. Opina este autor que el lector de diarios se acerca al periódico planteándose preguntas tales como: ¿Qué le ha pasado a la gente que conozco? ¿Qué ha

<sup>97</sup> Javier Romero. Entrevista citada.

<sup>98</sup> Mario Ezcurdía Camacho. Entrevista citada.

<sup>99</sup> *Ibidem*.

pasado en el mundo que pueda afectarme? ¿Qué ha sucedido, en general, que sea importante, que yo no deba ignorar? ¿Qué cabe pensar de todo esto?<sup>100</sup>

En suma, la prensa, a través de la difusión de noticias y opiniones opera como *activadora* de la vida social. Lorenzo Gomis cita a Marshall McLuhan, quien recogió declaraciones del jefe de la policía de Minneápolis cuando en 1962 la población estuvo durante meses sin periódicos. "Claro está que extraño las noticias, pero por lo que a mí se refiere espero que los diarios no vuelvan jamás. Se producen menos delitos en todas partes cuando no hay ningún diario que dé ideas".<sup>101</sup>

Gomis cita a Charles A. Dana y a Robert Park. El primero define a la noticia como "cualquier cosa que haga que la gente hable" en tanto que el segundo, comentando a Dana, considera que la gente "no piensa hasta que empieza a hablar", que al enterarse de cosas "que dan que hablar", que se convierten en tema de conversación, se suscita en ellos *la necesidad de opinar*, de formarse un juicio de una serie de cuestiones que quedan más allá de las necesidades diarias inmediatas y de las que el que no lee periódicos suele decir que "no le importan".<sup>102</sup>

Si por opinión *periodística* se entiende el punto de vista sobre la noticia, por noticia no existe un concepto aceptado generalmente. "Su definición depende del momento histórico y de las formas culturales concretas de una sociedad, pues ésta es un producto del sistema social"<sup>103</sup>

Susana González Reyna<sup>104</sup> -en coincidencia con Rodrigo Alsina- divide en dos grupos a los estudiosos del concepto de noticia: quienes entienden a ésta

<sup>100</sup> Bernard Voyenne citado por Lorenzo Gomis. op. cit. p. 77

<sup>101</sup> McLuhan citado por Lorenzo Gomis. op. cit. p.89

<sup>102</sup> Lorenzo Gomis. op. cit. p. 77

<sup>103</sup> Susana González Reyna. *La Construcción del Discurso Periodístico*. México, 1991, p. 52. (Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM).

<sup>104</sup> *Ibidem*. pp 52 -63

como "espejo de la realidad" y los que la consideran como "una construcción de la realidad".

Emil Dovifat y José Luis Martínez Albertos se encuentran en el primer grupo. Este último considera que en la elaboración de la noticia "siempre hay una interpretación de la realidad" y que "para que haya noticia es preciso que un hecho -objetivo, comprobable, verdadero- sea recogido, interpretado y valorado por un equipo de sujetos promotores, los periodistas encargados de poner en marcha el proceso informativo de cada caso particular".<sup>105</sup>

Según Martínez Albertos, al interpretar la realidad, el periodista "con un cierto grado de manipulación", realiza una operación lingüística y en este sentido es un *operador semántico*. Sin embargo, agrega, es preciso que el periodista en cuanto operador semántico "sienta la necesidad moral de realizar el trabajo de acuerdo con unos requisitos de honestidad intelectual fuera de toda razonable sospecha".<sup>106</sup>

González Reyna destaca que el grupo que pone el acento en la concepción de noticia basado en la noción de objetividad periodística, considera como características de la misma la actualidad, periodicidad y difusión de la noticia.

El otro enfoque que menciona González Reyna es el que entiende a la noticia como una *construcción de la realidad*, el cual "no pone el acento en la objetividad periodística sino más bien en todo el proceso de la información noticiosa".<sup>107</sup>

---

<sup>105</sup> Martínez Albertos citado por Susana González Reyna. *op. cit.* p. 53

<sup>106</sup> *Ibidem.* p. 54

<sup>107</sup> *Ibidem.* p. 58

González Reyna cita a Gaye Tucham, quien considera: "La noticia no espeja la sociedad. Ayuda a constituirla como fenómeno social compartido, puesto que en el proceso de describir un suceso la noticia define y da forma a ese suceso... La noticia está definiendo y redefiniendo, constituyendo y reconstituyendo permanentemente fenómenos sociales".<sup>108</sup>

Cita también González Reyna a Rodrigo Alsina, quien opina que la noticia "es una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible" y a Umberto Eco, quien considera al periodista como "un lector privilegiado de acontecimientos, a partir de los cuales va construyendo *mundos posibles* que luego transmitirá al auditorio".<sup>109</sup>

Estos "mundos posibles" son: el *real* (el de los acontecimientos), el *referencial* (el que construye el periodista de acuerdo a su *capital simbólico*) y el *posible*, construido con base en el real y el referencial.

Según Susana González Reyna<sup>110</sup>, en este último

El periodista tiene la libertad de escoger los datos del mundo real y el patrón referencial para señalarlo; sin embargo, no tiene la libertad de construir "cualquier mundo posible" sino que ha de tener en cuenta los hechos que conoce y conocer bien las características del mundo referencial que remiten a los hechos.

Los tres mundos están interrelacionados. El mundo real corresponde a los hechos, los datos que conoce el periodista sin calificación y que lo remiten al mundo referencial. Es en este mundo donde también se lleva a cabo la verificación de ese mundo posible referido; esta verificación también permitirá confirmar la elección acertada del mundo referencial. En este mundo referencial es donde el periodista determina cuál es el acontecimiento "noticia"...

---

<sup>108</sup> *Ibidem*. p. 59

<sup>109</sup> *Ibidem* pp 59 y 60

<sup>110</sup> *Ibidem*. p. 61

En resumen, en esta parte del trabajo se considera a la prensa como una superestructura con las características necesarias para influir en la estructura social y provocar modificaciones en la misma. Esto es posible dependiendo de la etapa histórica y el grado de progreso, específicamente educativo, de las sociedades. Un ejemplo notorio sería el escándalo *Watergate* que, mediante un destacado papel de *The Washington Post* se logró la destitución de un presidente de Estados Unidos. En la caída del presidente brasileño Fernando Collor de Melo desempeñó -también- un papel preponderante la prensa de aquel país.

En México, la influencia de la prensa no llega a niveles de tal magnitud. La relación con el poder político es determinante pero también la prensa determina -en diferentes grados y niveles- la conducta del poder político. En algunos casos, se puede hablar de una relación simbiótica prensa-gobierno.

Sobre la relación periodismo-poder político, Raúl Trejo Delarbre<sup>111</sup> pone el acento en la existencia de *coalición de intereses*, perfectamente delimitadas. Los periodistas -considera- tiene una en tanto que los políticos otra. Existe -afirma- una tensión mutua inevitable "incluso deseable y eventualmente aprovechable".

Lo que pasa -recalca- es que "con gran frecuencia, los políticos entienden a los periodistas como escribanos, como empleados y el problema es que a veces, en efecto, algunos periodistas son empleados de los políticos".

Por su parte, Mario Ezcurdía<sup>112</sup> asienta que el poder político es una parte "muy importante" del público "lo que no le quita su condición de público".

---

<sup>111</sup> Trejo Delarbre. Entrevista citada.

<sup>112</sup> Ezcurdía Camacho. Entrevista citada.

En consecuencia -agrega- para que la relación sea *sana* debe ser tratado como el resto del público: con respeto y veracidad.

Ezcurdía subraya que el periodismo es una superestructura social y como tal está condicionado por la estructura. "En consecuencia, en mayor o menor grado, el Periodismo siempre está condicionado por el poder público pero el poder público siempre está condicionado por el Periodismo".

Por su parte, Miguel Angel Granados Chapa<sup>113</sup> explica en primer lugar que la relación entre el poder político y la prensa es *inevitable*. Explica:

La prensa es una institución política, la prensa hace política, aun la prensa que dice que es apolítica hace política y, en consecuencia, es inevitable su relación con el poder político. Tiene que ser una relación *dialéctica*, lo más distante posible y lo más cercana posible. Lo más cercana en la medida en que la prensa refleje con fidelidad lo que ocurre en el poder político porque el poder político es un poder público y la prensa debe hacer público lo público y lo más distante posible desde el punto de vista de su dependencia. La prensa debe ser lejana del gobierno, independiente del poder político.

De las opiniones expresadas por los periodistas anteriores se deduce que tienen una conciencia muy clara no sólo de la influencia de la prensa ante el poder político sino de su propia influencia como comentaristas destacados. Empero, reconocen el equilibrio que debe tener la relación política-prensa-periodismo.

#### 2.4 Amistad y Política

Un aspecto que destaca en las relaciones del periodismo con la política es la amistad. ¿Influye ésta en el desempeño de un periodista? ¿En la opinión

---

<sup>113</sup> Granados Chapa. Entrevista citada.

que expresa en los medios? Evidentemente sí, aunque hay quienes se van con cuidado o manejan cuidadosamente el asunto.

Trejo Delabre<sup>114</sup> aclara que no le gusta frecuentar "mucho" a personajes del mundo político aunque lo hace "por razones profesionales". A la hora de escribir -reflexiona- "es inevitable la influencia". Comenta:

Ese político con el que me tomé un café, que me contó su vida profesional o cualquier anécdota simpática, que me guiñó el ojo, al que yo conocí como alguien simpático, me cuesta trabajo criticarlo de manera pública. Es muy difícil pero creo que se puede hacer siempre y cuando un cuestionamiento sea con respeto y no en términos personales de las acciones y decisiones del personaje político.

Una de mis grandes amigas, desde hace más de 20 años, esposa de quien es quizá mi mejor amigo es la actual secretaria de Ecología y Pesca (Julia Carabias). Platicamos y nos seguimos viendo como desde hace 20 años, a veces platicamos del trabajo y a veces no y ésto no ha impedido que yo haga críticas que algunos amigos mutuos consideraron incluso injustas al desempeño no de ella, sino de su secretaria. Están publicadas y ella me ha comentado que qué bueno que hago ese tipo de críticas.

Ezcurdia Camacho es más contundente: la amistad -considera- afecta las posiciones "de todos los seres humanos"<sup>115</sup>. Extiende su opinión:

Ni los políticos ni los periodistas pueden escapar a esa regla. Quizá ellos menos que personas de ocupaciones distintas. Recordemos que se dice que el Periodismo es un cuarto poder y obviamente el político también es un poder. Una de las definiciones de la política afirma que ésta es "un juego de relaciones humanas en un contexto de poder". Eso contesta definitivamente la pregunta. Lo que sí conviene aclarar es que la amistad no debe transgredir los límites de la honestidad.

<sup>114</sup> Trejo Delabre. Entrevista citada.

<sup>115</sup> Ezcurdia Camacho. Entrevista citada.

Javier Romero, por su parte, considera que la amistad, igual que en toda esfera de acción, suele limitar, "hasta encubrir" yerros menores "pero en casos extremos, supongo porque no he vivido el caso, debe sobreponerse la convicción de la verdad al grado comprobable".<sup>116</sup>

Miguel Angel Granados Chapa,<sup>117</sup> a su vez, supone que *es inevitable* que la amistad con un político afecte la posición de un periodista independiente. Empero, aclara que *lo evitable* es que la afecta de manera ilegítima, "más allá de la amistad". Agrega:

Yo no creo en el periodismo químicamente puro, que por exponer un asunto, ofende la relación personal con un político. Tampoco creo en la amistad que se confunde con la complicidad que sirve para ocultar las acciones de un político con base en su nexo amistoso con un periodista.

Creo que es posible distinguir entre la amistad y la actuación pública de un político y creo que es posible juzgar la actuación de un político, a pesar de que sea amigo, pero sin duda hay una propensión a ser benévolo por la amistad. En mi caso, yo lo reconozco abiertamente. Lo justifico diciendo que, en general, tengo amistad con políticos con los que tendría amistad aunque no fueran políticos y no los juzgaría reprobatoriamente aun si no fueran políticos porque justamente por esa razón, porque no son reprobables, somos amigos.

En resumen, la amistad como cualidad singular de comunicación entre los seres humanos, permea todo tipo de relaciones, incluyendo las políticas y las periodísticas.

Periódicos y periodistas -matizados por las relaciones con el poder político y por la amistad, según el caso- *arriman* lo que Vernard Voyenne

<sup>116</sup> Javier Romero. Entrevista citada.

<sup>117</sup> Granados Chapa. Entrevista citada.

considera *vínculo del diálogo social* y entregan al público lector noticias elaboradas según su mundo referencial. En este punto se coincide con Umberto Eco en que la noticia es un texto elaborado por un periodista que la construye con base en su idea concreta de los llamados "mundos posibles".

Pero la prensa no sólo presenta noticias, también opinión. De acuerdo a las reflexiones anteriores se puede expresar que la opinión es, también, la construcción periodística de un "mundo posible" y la "legitimación social" de la opinión periodística está basada -sobre todo- en el mundo referencial de los propios periodistas. En este terreno se arribaría al nivel de organización que Núñez Ladézève<sup>118</sup> llama *campo argumentativo* en el cual el periódico "organiza la construcción discursiva de la información y de los juicios de modo tal que persuade al lector para que adopte una posición respecto del mundo.

"La relación que establece el periódico con el receptor es un campo de argumentación implícita, pues se convierte en un instrumento de valoración y de generación de opiniones. Funciona "como un sistema que refuerza o debilita actitudes, como un mecanismo que enjuicia el mundo, que lo acepta o lo rechaza en ciertos puntos y que difunde en el receptor ese mismo juicio.

"En cierto modo, el receptor obtiene lo que desea, lo que tal vez pide en todo intercambio simbólico; un método para reforzar sus propias actitudes, un inventario en el que apoyar su posición en la pluralidad de posiciones, un sistema en el que afianzar su propio criterio ante la vida".<sup>119</sup>

Los otros niveles de organización que menciona Núñez son los campos *determinativo* y *evaluativo*. En el primero se engloban los hechos y acontecimientos; en el segundo, se presentan las relaciones de los textos entre sí. En el *campo argumentativo* (ya mencionado) "se establecen las relaciones

<sup>118</sup> Luis Núñez Ladézève citado por Susana González Reyna, op. cit. p. 74

<sup>119</sup> *Ibidem*.

entre las construcciones discursivas y los lectores; este nivel maneja la intención de comprometer al lector en una determinada visión del mundo"<sup>120</sup>

Resumiendo y opinando: la prensa es una superestructura social con características singulares que le permiten influir en la estructura social. Desempeña el papel de vínculo social y de mediador político puesto que interpreta, valora y toma posición respecto de los acontecimientos sociales.

En relación a los grupos que consideran la noticia como *espejo de la realidad* y como *construcción de la realidad*, se opina que la *noticia* es producto en primera instancia de la realidad y en segundo término de un proceso complejo que realiza el periodista y que bien podría llamarse *construcción de la realidad* pero la primera parte es imprescindible, la de *espejar* la realidad.

Los acontecimientos o hechos constituyen la materia prima de la noticia pero no todos los acontecimientos ni todos los hechos son susceptibles de ser considerados como noticia. Se construye, deconstruye y reconstruye la realidad a partir inicialmente de una selección de hechos.

### 3.1.2 Opinión Nuestra de Todos los Días

Ahora bien, la interpretación de la realidad que realiza el periodismo se hace de diversas maneras y se puede hablar de ella en diversos niveles y grados. Desde la *interpretación selectiva*<sup>121</sup> de los hechos expresada a través de noticias (por medio de la nota informativa) hasta la interpretación de éstas últimas y el análisis del contexto social puesto ante el público a través de editoriales, columnas, artículos, etc. en los cuales la opinión es elemento clave para la elaboración de las mismas.

<sup>120</sup> Susana González Reyna. *op. cit.* p. 71

<sup>121</sup> Lorenzo Gomis. *op. cit.* p.35

La opinión periodística se expresa -en la prensa- usando los llamados "géneros de opinión": la reseña crítica, el ensayo, el artículo, la columna y el editorial del diario. Cada uno de ellos tiene características que se presentan en este trabajo de dos formas: por su forma o presentación y por su contenido.

Comúnmente, la opinión, en la prensa escrita, se concentra (de acuerdo a su presentación) en páginas fijas. Los artículos se dividen -según algunos autores<sup>122</sup>- entre los de *fondo* y *editoriales*- y tanto éstos como el editorial del diario se presentan en las llamadas *páginas editoriales*. En México, así es en la mayoría de los diarios. Las columnas -por su parte- se presentan en lugares fijos, diseños específicos y tipografía especial. En **La Jornada** los artículos se presentan a lo largo de todo el diario y se destacan sólo por su presentación en negritas.

Respecto a la diferencia en contenido, entre los géneros informativos y el editorial (la opinión institucional de la empresa), Vicente Leñero y Carlos Marín consideran que debido a la "presencia invisible" del periodismo en los géneros informativos "o sustancialmente informativos", no es justificable en ellos condenar o censurar hechos que a juicio de los editores sean condenables o reprochables, como tampoco lo sería cantar loas a los protagonistas. En otras palabras, "lo que en la primera plana está vedado es, precisamente, lo que se vuelve declaración de principios en el Editorial".<sup>123</sup>

Estos mismos autores consideran que el editorial es más *eficaz* cuando

---

<sup>122</sup> En su *Manual de Periodismo*, Vicente Leñero y Carlos Marín consideran que los artículos *editoriales* se refieren a opiniones sobre temas de actualidad en tanto que los de *fondo* pueden abordar distintos temas, incluso especializados y no de actualidad.

<sup>123</sup> Vicente Leñero y Carlos Marín, *Manual de Periodismo*. México: Grijalbo, 1986. p.290

tiene aplicación con realidades periodísticas concretas, puesto que "la doctrina abstracta es un anacronismo en el periodismo".<sup>124</sup> Empero -recalcan- pese a su propósito doctrinario, el editorial "no debe convertirse en manifiesto, panfleto o pancarta".<sup>125</sup>

Este tipo de opinión, que expresa puntos de vista políticos, económicos o sociales, es capaz de influir en la estructura social.

Entre los distintos géneros periodísticos de opinión caben también los matices. El editorial expresa la posición de la empresa periodística de manera general pero no todos los editoriales son iguales.

Maynard W. Brown y George Fox Mott los clasifican en los siguientes tipos: explicativos, informativos, argumentativos ("las mejores mentalidades editoriales poseen una lógica fría, serena, sustancial, que se expresa en editoriales que razonan el porqué de las cosas, van de la causa al efecto, indican por qué algo ha ocurrido y qué es de prever que ocurra. Convenzan o no, esos editoriales cumplen la más alta función del género cuando las premisas son ciertas y la lógica firme. Son las grandes cuestiones las que dan ocasión a los editoriales que razonan y arguyen, pues estos editoriales suelen provocar respuestas y reacciones en la opinión")<sup>126</sup>, activos, de campaña, etc.

Sea cual fuere el tipo de editorial, el lenguaje es de firmeza y autoridad. A veces -observa Lorenzo Gomis- *parece que sea, más que el periódico, la conciencia política de la ciudad o el país la que esté hablando.*<sup>127</sup>

Ese tono corresponde a la función mediadora -de mediador político- que tiene el periódico.

Al cumplir esta función política, la de mediación, puede decirse que el

---

<sup>124</sup> *Ibidem.*

<sup>125</sup> *Ibidem.*

<sup>126</sup> Maynard Brown y George Fox Mott citados por Lorenzo Gomis, op. cit. p.39

<sup>127</sup> Cursivas de la autora.

periódico es al mismo tiempo *intérprete y mediador*. Del intérprete, en el sentido de traductor no se espera nada, pero del mediador sí ya que éste "tiene a modificar la actitud del interlocutor y conseguir que: 1) comprenda la actitud del otro cuya pretensión expresa; 2) la acoja, la considere, y 3) haga algo que, sin ser contrario al propio interés, sea también favorable al de otro".<sup>128</sup>

Para Gomis, el mediador -en este caso el periódico- tiene cierta autoridad, sobre todo prestigio del que deriva su influencia. El trabajo de interpretación es el que da al periódico la categoría de mediador entre la sociedad y el Estado.

Tras presentar las anteriores consideraciones, deducimos que la opinión periodística cumple -en una sociedad como la mexicana- el papel específico de *mediadora*. Una mediación con características *sui-géneris* puesto que tiene la capacidad de influir sobre el poder político y por ende en las grandes decisiones de las sociedades.

Un ejemplo de esto se manifestó en el papel que desempeñó la opinión periodística en el conflicto de Chiapas. Con base en la compilación realizada por Raúl Trejo Delarbre<sup>129</sup> de los artículos periodísticos que abordaron el tema, se concluye que un porcentaje mayoritario de opinadores se pronunció por el cese al fuego y la salida política al conflicto. Es decir, la *mediación* expresada por la opinión periodística, influyó en determinado sentido para la toma de decisiones política.

### 3.1.3 Ideología, Editorial y Opinión

La comprensión entre las distintas concepciones ideológicas de las empresas periodísticas es presentado por Vicente Leñero y Carlos Marín<sup>130</sup>

<sup>128</sup> *Ibidem*, pp 61-62

<sup>129</sup> Raúl Trejo Delarbre, *El Conflicto en Chiapas y la Prensa*. México: Cal y Arena, 1994. p. 33

<sup>130</sup> Vicente Leñero y Carlos Marín, *op. cit.* pp 293-305

con los ejemplos de cinco editoriales de diarios y uno de una revista respecto a las medidas establecidas, hace una década (1985) por el gobierno encabezado por Miguel de la Madrid de desaparecer 15 subsecretarías de Estado y 50 direcciones generales.

Las medidas anunciaban -además- una nueva devaluación del peso frente al dólar, una reducción de 150 mil millones del presupuesto federal, la admisión de inversiones extranjeras al cien por ciento de capital y la congelación y reducción de salarios de altos funcionarios.

Los autores comentan así la forma como presentaron sus editoriales **El Día**, **El Heraldó de México**, **El Sol de México**, **El Universal**, **La Jornada** y la revista **Siempre!**

Mientras para **El Día** el riesgo de las medidas se encuentra en la apertura a las inversiones extranjeras con mayoría de capital no mexicano, para **El Heraldó** las causas del problema son más internas que externas, de ahí que no hagan ni siquiera mención de los riesgos de la inversión mayoritaria de capitales extranjeros.

Para **El Sol de México** pareciera que el recorte presupuestal en cuestión fuera el primero en registrar el Programa de Reordenación Económica anterior. Por encima de todo, sin embargo, aflora la doctrina de esta publicación: apoyar al Presidente de la República sin aludir siquiera a sus eventuales fallas de conducción, así sea a través de colaboradores ineptos.

En el editorial de **El Universal** salta en seguida la profundidad con que analiza el significado de las disposiciones

presupuestales. El texto, íntegramente, constituye una severa crítica a las decisiones que se toman sin haberse debatido públicamente y sin siquiera ser explicadas con suficiencia.

Simultáneamente señala, si bien con cautela, la fusión de dos direcciones federales de la Secretaría de Gobernación, una de las cuales, la de Seguridad, carece de sustento legal para existir y tiene en su haber toda clase de atropellos contra la población...

El editorial de *La Jornada* subraya el carácter superficial de las disposiciones y nunca aplaude el sentido general de esas medidas, como tampoco elogia ni ataca directamente al Presidente. Por su parte, la revista *Siempre!* elogia las medidas anunciadas por el gobierno. Califica de postura "sincera y humilde" la del secretario de Hacienda, identifica al Estado con el gobierno del sexenio 1982-1988, juzga "cierto y no demagógico" el planteamiento oficial y pasivamente, sin una postura doctrinaria activa, deja en manos del gobierno "trazarnos la senda del porvenir".

El ejercicio anterior de Leñero y Marín -con características comparativas- es una forma adecuada de reflexionar sobre la forma como se manifiesta la orientación ideológica de los editoriales de los distintos periódicos. En los géneros periodísticos de opinión, destaca el uso de la caricatura como argumento editorial. Los populares *cartones* han desempeñado, y desempeñan, un papel trascendente y de gran influencia social.

### 3.1.4 Caricatura: Opinión Entre Líneas

El término *caricatura* es de origen italiano y significa carga. Se emplea para designar figuras deformadas con intención satírica <sup>131</sup>. En México se

ubicar las primeras sátiras políticas en el siglo XVI cuando, a través de los naipes, se ridiculizaban las imágenes de la realeza. Humberto Musacchio ubica en 1826 la aparición del primer cartón de crítica política -de nombre *Tiranfa-*

<sup>131</sup> Humberto Musacchio. "Caricatura" en *Gran Diccionario Enciclopédico de México Visual*, Tomo 1, México: Andrés León Editor, 1994, p. 286

publicado en el periódico *El Iris*, atribuido al introductor de la litografía en México, Claudio Linati, de origen italiano, quien era coeditor del periódico mencionado.

A partir de entonces, se identifica a la caricatura con la crítica social y la opinión política. Es decir, la opinión no sólo se expresa a través de palabras sino también del dibujo. La caricatura política o cartón de opinión es considerado como un editorial que usa el dibujo, un pequeño título y una o dos frases contundentes que transmiten la intención que desea el caricaturista.

A través de la caricatura, los "moneros" han expresado su posición respecto a determinados sucesos. Su habilidad les ha proporcionado la posibilidad de criticar pero -al igual que articulistas o columnistas- de elogiar e incluso adular a quienes detentan el poder. Algunos lo han sabido hacer con gracia y simpatía; otros, de manera burda y grotesca.

La tarea de los caricaturistas en el ámbito de la opinión es valorada en un nivel menor que la de los articulistas y columnistas. Existen periódicos como **La Jornada**, en el que la tarea de articulistas es preponderante. Este diario ubica la opinión de los articulistas a lo largo de todas sus páginas, rompiendo la característica general de los demás diarios de presentarlos en las llamadas "páginas editoriales".

### 3.1.5 Articulistas: Pensamiento Crítico

El artículo es un género periodístico en el que se expresa la opinión, el criterio personal, la valoración sobre algún suceso no únicamente noticioso, sino de interés permanente para la Nación. Su diferencia con el editorial es que la opinión corresponde a quien firma el texto, no a la empresa que edita la publicación. He aquí algunas definiciones:

**ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

Julio del Río Reynaga<sup>132</sup>: "el artículo de fondo es el enjuiciamiento personal del periodista a un acontecimiento de actualidad. Para ello hace uso del juicio, en ocasiones crítico, con la ayuda de la retórica y de un lenguaje y estilo muy propios".

Mercedes Durand Flores<sup>133</sup>: "un artículo de fondo debe ser breve, se estima en dos cuartillas y media su extensión, directo y original. Habrá de contener una o dos ideas centrales enfocadas desde aspectos y ángulos singulares para el lector".

Susana González Reyna<sup>134</sup>: "es el género periodístico que de manera personal informa e interpreta los acontecimientos y establece alguna tesis o doctrina". En los géneros opinativos se usa la argumentación la cual es "una puesta en escena" para los otros e implica tres niveles: la interpretación, la aceptación y, finalmente, la adhesión al discurso propuesto.<sup>135</sup>

Vicente Leñero y Carlos Marín clasifican los artículos de opinión en dos tipos: *artículo editorial* y *artículo de fondo*. En el primero el periodista efectúa un comentario sobre las noticias más importantes del momento expresando su criterio al respecto. "En cuanto a su contenido, el *artículo editorial* no tiene diferencia alguna con el *Editorial* propiamente dicho. Ambos abordan los acontecimientos más sobresalientes del momento.

La diferencia básica es que la opinión del *Editorial* representa el punto de vista de la institución periodística, en tanto que la del *artículo editorial* es

<sup>132</sup> Julio del Río. *Reflexiones sobre Periodismo, Medios y Enseñanza de la Comunicación*. México: FCPS-UNAM, 1993, p.49

<sup>133</sup> Mercedes Durand Flores. *Cuadernos de Trabajo de Géneros Periodísticos de Opinión*. México: FCPS-UNAM, 1991, p. 8

<sup>134</sup> Susana González Reyna. *Periodismo de Opinión y Discurso*. México: Trillas, 1991, p. 35

<sup>135</sup> Susana González Reyna. *La Construcción de la Realidad en el Discurso Periodístico*. México: UNAM, 1995, p. 98 (Tesis de Doctorado en Sociología. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM).

responsabilidad de cada articulista. En el artículo editorial su autor maneja un lenguaje más personal, menos institucional y, por lo tanto, tiene mayor oportunidad de atraer "seguidores" a quienes guste su estilo".<sup>136</sup>

En cuanto al *artículo de fondo*, los mismos autores señalan que en éste el articulista emite sus opiniones sobre temas de interés general o permanente, no precisamente sobre acontecimientos de actualidad inmediata.

A las características ya conocidas de los artículos de opinión -se publican firmados, abordan prácticamente todos los temas, expresan el punto de vista de quien los escribe, etc.- hay que agregar que aunque en ellos se usan preponderantemente la exposición y argumentación como formas del discurso, en la prensa mexicana actual se registran ya algunos ejemplos de articulistas que utilizan la narración e incluso la descripción en sus textos de opinión.<sup>137</sup>

La temática que se aborda en los artículos es amplia. De magnitud tal como la sociedad misma. Se ocupan de temas económicos, políticos, sociales, ecológicos, de derechos humanos, etc. De esta diversidad se deriva la especialización en algunos articulistas, de cuyo trabajo dan cuenta los diarios y las publicaciones especializadas.

La clasificación anterior de articulistas es conocida. Sin embargo, existe un tercer grupo no tan conocido que ha arribado en los últimos años a las páginas de los diarios. Se trata de personajes *sui-generis* de formación

académica disímbola y trayectoria profesional no necesariamente vinculada a los diarios. Son los *famosos*.

<sup>136</sup> Vicente Leñero y Carlos Marín. *A Manual de Periodismo*. México: Grijalbo, 1986. p. 306

<sup>137</sup> Rosa María Valles Ruiz. *Opinión Periodística e Influencia Social*. México: FCPyS-SUA-UNAM, 1995, p. 45 y ss.

### 3.1.6 La Fama: ¿Opinión Periodística Legítima?

Estos articulistas usan una tribuna y llegan a ella por diversos medios. Es una opinión singular que llama a la reflexión puesto que se trata de una opinión "que deriva en la necesidad de establecer una frontera que defina las diferencias entre el periodismo de opinión y el mero ejercicio del derecho de libre expresión".<sup>138</sup>

Lo primero exige una alta calificación profesional, "...un manejo adecuado del lenguaje periodístico, un amplio vocabulario, habilidad en el uso de la exposición y la argumentación..."<sup>139</sup> en tanto que para lo segundo sólo se requiere alguna tribuna.

Obviamente, ese lindero no puede encontrarse en la temática ni en la frecuencia de las opiniones emitidas; tampoco en la calidad de los materiales. Es derecho inalienable de los ciudadanos exponer su criterio sobre todas las cuestiones posibles y cuantas veces lo deseen; si algún medio masivo les proporciona hospitalidad, su imagen, voz o artículos -según se trate de televisión, radio o prensa-, podrán ofrecerse al público tan frecuentemente como los de quienes en realidad sean profesionales del periodismo de opinión.

"Y en cuanto a la calidad, nada impide que una persona ajena a las disciplinas periodísticas produzca opiniones bien concebidas y correctamente

expuestas sobre cuestiones de interés general".<sup>140</sup>

Este último aspecto -el carácter general de su temática- constituye una de las cuestiones claves del problema: no se trata de expertos en alguna disciplina -medicina, matemáticas, leyes, físicas, etc.- escribiendo o hablando sobre

<sup>138</sup> *Ibidem.* p.47

<sup>139</sup> Emma Gutiérrez González y Ma. de los Angeles Cruz-Alcalde. *Géneros Periodísticos de Opinión. El punto de vista sobre el acontecer noticioso.* México: FCPS/SUA-UNAM. 1995. pp 43-44

<sup>140</sup> Rosa María Valles Ruiz. *op. cit.* p.47

asuntos vinculados con su especialidad, lo cual resulta tan natural como deseable, sino de esos profesionistas -o de ciudadanos sin ninguna profesión- opinando regularmente sobre las materias más diversas. Es evidente que tienen derecho a hacerlo, pero el tema a deslindar aquí es otro: la línea que los separa del periodismo de opinión profesional.

Ejemplos: José Luis Cuevas (pintor) y Martha Chapa (pintora) ocupan un espacio en el diario *Excélsior* en el que expresan sus opiniones no sobre la disciplina que cultivan sino sobre temas diversos que van desde la política hasta la economía y la democracia en el país.

Se plantea, entonces: ¿qué tipo de colaboradores son Cuevas y Chapa? ¿Se les puede considerar periodistas por el hecho de publicar en diarios sus criterios? No, "son personajes cuya fama les ha abierto las puertas de las páginas de la opinión. ¿Se puede hablar entonces de un tercer grupo en la clasificación de los tipos de articulistas?"<sup>141</sup>

Siguiendo en el terreno de los opinadores, existen los columnistas que han cultivado el género de la columna de diversas formas.

### 3.1.7 Columna y columnistas

La presentación de la columna es fácil de identificar en un medio impreso debido a sus características: nombre fijo, periodicidad, ubicación

dentro de la plana, firma (cuando va firmada) o seudónimo del columnista.

La temática de la columna es amplia. Existen de diversos tipos: espectáculos, deportivas, de cultura, económicas y políticas. Estas últimas desempeñan un papel de influencia socio-política que no ha sido investigado sistemáticamente.

---

<sup>141</sup> *Ibidem.*

Pese a lo anterior y de acuerdo a una indagación de hemeroteca hecha por la autora de este trabajo, se puede afirmar que los años cincuentas, en México, marcan el inicio del ascenso de la columna política. Periodistas veteranos consideran el creador de este tipo de columna a Carlos Denegri aunque una década atrás, Jorge Piñó Sandoval ya hacía comentario político. Empero, es indudable que con Denegri la columna adquiere un rango inusitado<sup>142</sup>. Obtuvo un espacio de una plana completa para su columna, costumbre que continúa en la prensa actual, sobre todo en las ediciones dominicales.

Posteriormente, destacaron como columnistas Julio Scherer, Manuel Becerra Acosta, Alberto Ramírez de Aguilar y Alardo Prats, en **Excélsior**; Mario Ezcurdia en **El Día**; Manuel Buendía Tellezgirón en **El Día y Excélsior**, Miguel Angel Granados Chapa\* , en **La Jornada** y recientemente, Carlos Ramírez\* en **El Financiero**.

En 1997 publican columnas de prestigio diversos personajes, entre ellos Francisco Cárdenas Cruz (*Pulso Político en El Universal*), José Reveles (**El Financiero**), Raymundo Riva Palacio (**Reforma**), Raúl Trejo Delarbre (*Sociedad y Poder en Crónica*), Sergio Sarmiento (*Jaque Mate en Reforma*), Miguel Angel Rivera (*Clase Política en La Jornada*), Ricardo Alemán (*Itinerario Político en El Universal*),

Otro género periodístico, la reseña crítica, se usa, sobre todo, para opinar sobre expresiones artísticas en tanto que el ensayo periodístico tiene un papel

<sup>142</sup> *Ibidem*, p. 78 y ss.

\* Granados Chapa ha llevado su columna Plaza Pública a las planas de diversos diarios. De **La Jornada** a **El Financiero** y de éste a **Reforma** donde la publica actualmente (1997).

\* Carlos Ramírez publicó su columna Indicador Político en **El Financiero** hasta mediados de 1996. Posteriormente se pasó al equipo de columnistas de **El Universal** donde aparece su columna actualmente (1997).

más restringido que el artículo y la columna porque sus características de extensión le impiden su publicación regular en los diarios.

### 3.1.8 Viraje en el Contenido de la Opinión Periodística

Una de las características de la opinión periodística actual en México es el incremento en los puntos de vista no sólo críticos sino claramente discrepantes de la posición gubernamental. Hasta la mitad de la década de los ochenta eran excepcionales los periodistas -de oficio o colaboradores- que señalaban abiertamente los excesos del Presidencialismo en México, concretamente los yerros del Ejecutivo Federal.

En el medio periodístico se generalizó una frase que señalaba como "intocables" al presidente de la República, al Ejército y a la Virgen de Guadalupe.

En décadas pasadas, la crítica excluía -sobre todo- al presidente de la República, aunque el señalamiento de los desequilibrios estructurales era un signo distintivo.

Al finalizar el sexenio encabezado por Luis Echeverría Álvarez, el escritor y periodista Vicente Leñero publicó su texto *Los Periodistas*. Este es una de las primeras publicaciones en las que se señala directamente al presidente de la República como autor de la salida de Julio Scherer como director del periódico *Excélsior*.

Posteriormente, el grupo que dio vida al semanario *Proceso* -con el propio Scherer\* al frente- desempeñó -y desempeña- un papel destacado en la *desacralización* del poder presidencial frente a los medios.

---

\* En noviembre de 1996, Julio Scherer anunció públicamente su separación de la Revista *Proceso*, dando paso a una dirección colectiva del semanario, integrada -entre otros- por Froylán López Narváez, Carlos Marín, Vicente

Leñero y Francisco Rodríguez Castañeda.

Se recuerda como acto destacado en el sexenio encabezado por José López Portillo (1976-1982) la respuesta presidencial pública en uno de sus informes en la que ponía en el terreno de la discusión los subsidios a los medios y la obligación social de éstos. ¿Cuál era? ¿Pegar? ¿Atacar?

La frase textual de López Portillo pasó a la historia: "No pago para que me paguen".

El incidente marcó definitivamente un viraje en el alcance de las críticas periodísticas. Pese al señalamiento del Ejecutivo Federal, no se insistió en el tema aunque es evidente que las críticas directas al presidente de la República continuaron y abrieron -desde entonces- un espacio al señalamiento desembozado y, en ocasiones, desproporcionado.

En resumen, el periodismo de opinión ha encontrado un sendero amplio, de mayor amplitud que el de sus antecesores en el pasado inmediato.

Empero, el tema de la legitimación social de la opinión periodística está en pie. ¿Cuáles son sus bases sociales? ¿Por qué o con base en qué características de legitimidad consideran los opinadores que su opinión es válida en la sociedad? ¿Debe escuchárseles? ¿Por qué?

En el siguiente capítulo se abordará este tema.

## **CAPÍTULO 4.- La Legitimación Social de La Opinión Periodística en México.**

Esbozadas las características de presentación y los diversos géneros como se expresa la opinión periodística en México, la reflexión se centrará -en este capítulo- en la legitimación social de la misma, con base en la información extraída de las entrevistas aplicadas a los Premios Nacionales de Periodismo en el área de Artículo de Fondo.

En este contexto se presentarán las opiniones de 4 periodistas\* que ejercen la opinión desde hace más de dos décadas -incluso más- en distintos diarios de la ciudad de México. El criterio para elegirlos ha sido que todos ellos han obtenido en el área de comentario, el Premio Nacional de Periodismo que otorga el Gobierno de la República desde 1976.

### **4.1 Tras las Huellas de la Legitimación Periodística**

Partiendo de la base de que la legitimidad es producto de la legitimación y que ésta consiste en la aceptación de la sociedad hacia sus dirigentes, en el caso de la legitimación periodística consistiría en establecer las bases que permiten que los lectores acepten tal o cual opinión periodística.

Los periodistas entrevistados enfocan el tema así:

#### **4.1.1 Ética y Legitimación**

La ética aparece involucrada directamente con la legitimación. En este aspecto no hay duda en los entrevistados, aunque sí precisiones. Raúl Trejo Delarbre<sup>143</sup> considera que la legitimación de la opinión periodística "en el sentido noble, ambicioso, positivo" está vinculada estrechamente con el

\* Desde 1976 hasta 1996 han sido otorgados 21 Premios Nacionales en el área de comentario a igual número de periodistas. De estos, cuatro han fallecido. De los 17 restantes, sólo cuatro (Raúl Trejo Delarbre, Mario Ezcúrdia Camacho, Javier Romero Gutiérrez y Miguel Ángel Grannados Chapa) aceptaron colaborar en esta investigación.

<sup>143</sup> Raúl Trejo Delarbre. Entrevista citada.

comportamiento ético, entendido éste como aquel "que permite no recriminarse a uno mismo o no arrepentirse uno mismo de haber escrito, dicho o expresado tal o cual cosa".

"La ética hoy en día ya no puede depender de interpretaciones subjetivas, de qué me gusta o qué no, sino qué es pertinente decir o qué no. Cada vez más el ejercicio periodístico respecto de la ética tiene que ser regulado por parámetros establecidos de común acuerdo sobre una comunidad periodística a partir de códigos de ética específicamente".

Trejo Delarbre aclara que ésta sería la legitimidad social *ambiciosa*. Empero, destaca la existencia de una *legitimidad social perversa*, basada en códigos sin ética.

Existen varios columnistas -denuncia- "me acuerdo de uno que escribe en **El Financiero**. No diré su nombre pero se llama Carlos Ramírez. Cotidianamente, o casi, calumnia, inventa. Hace todo lo contrario a los códigos éticos y tiene un renombre con legitimidad social, si por ella entendemos la popularidad simplonamente. Si se entiende por legitimación la popularidad, entonces la ética no es hoy en día y por desgracia, el elemento capaz de forjar esa legitimación. Creo sin embargo y no es una posición voluntarista, que las cosas van cayendo por su propio peso y que poco a poco las sociedades, a veces en cuestión de meses o de décadas, van decantando sus propios valores, haciendo a un lado a los charlatanes y apreciando la constancia, la seriedad, el comportamiento ético entre otros valores.

"La ética es no decir mentiras, no confundir la información con la opinión, aclarar cuando un material es distorsionado, aclarar las circunstancias en las que se utiliza la información; eso es la ética y eso es idéntico siempre, lo que quiero decir con esto es que la ética es apreciada de diferentes maneras".

Para Mario Ezcurdia Camacho<sup>144</sup> no hay diferencia en la ética periodística y otro tipo de ética. "Ni siquiera creo que haya éticas para cada actividad humana. Todo lo que hacemos tiene que estar inmerso en normas de conducta válidas para toda la sociedad. El problema estriba en que en las diversas épocas la ética -o ciertos aspectos de la conducta humana- presenta matices diferentes. Bueno, en el terreno de la actividad periodística, creo que la ética debe consistir en decirle al público, honradamente, lo que en conciencia se considere que es la verdad, o lo más próximo a la verdad. El periodista no puede ser dueño de la verdad absoluta, pero está obligado a esforzarse en desentrañar la verdad, y a decírsela al público. En materia de opinión, lo ético, lo profesionalmente honesto, exige una sólida información previa y un análisis concienzudo de cada tema".

Coincide Ezcurdia con Javier Romero Gutiérrez<sup>145</sup>, quien define la ética periodística "como cualquier ética, en la búsqueda de igualar el pensamiento y la acción, con responsabilidad social".

"¡Qué más quisiéramos que fueran inseparables!" declara Romero sobre la vinculación ética-legitimación. Pero alerta: la "legitimación...suele ser engañosa o manipular ignorancias e ingenuidades".

En términos similares a los de Romero se declara Miguel Angel Granados Chapa<sup>146</sup> quien considera que entre ética y legitimación "hay una relación muy inmediata." "El público que otorga esa legitimación percibe, es el mejor juez respecto de la ética del periodista y otorga esa legitimación en la medida en que percibe una observancia ética en la persona que resulta legitimidad", asienta.

---

<sup>144</sup> Ezcurdia Camacho, Entrevista citada.

<sup>145</sup> Romero Gutiérrez, Entrevista citada.

<sup>146</sup> Granados Chapa, Entrevista citada.

Se observan líneas de coincidencia entre Granados Chapa, Romero Gutiérrez y Trejo Delarbre en este aspecto. En cambio, Mario Ezcurdia<sup>147</sup> declara no encontrar una manera *racional* de establecer una dependencia, una relación causa-efecto entre ética y legitimación.

Mentalmente busco en este momento algunos ejemplos de lo que, en otro lenguaje, podrían designarse como *periodistas consagrados*, y el resultado es desalentador, pues son bastante ajenos a las normas éticas. No digo nombres porque, ya se sabe: *perro no come carne de perro*.

Claro que también hay casos totalmente contrarios; ejemplos en los que ética y la consagración profesional están estrechamente vinculados. De esos sí daré nombres: Antonio Rodríguez, crítico de arte, opinador político, él mismo luchador político en condiciones, tiempos y países muy difíciles pero, por encima de todo, un hombre honesto a carta cabal; también, desde luego, Manuel Buendía y Elena Poniatowska; Julio Scherer, Carlos Marín...

De lo expresado por los periodistas entrevistados se desprenden varias reflexiones: algunos de ellos consideran la existencia de diversas éticas, lo cual es discutible. De la misma manera, se refieren a diversas *legitimidades*, por lo menos dos: una, ambiciosa y noble, en contraparte con otra de carácter restringido y perversa. A esta última correspondería un código "sin ética". ¿Es posible?

En todo caso, se puede señalar aquí que los entrevistados poseen, a su vez, un marco referencial determinado que influye en su enfoque sobre la ética y la legitimación y que no dudan en expresar sus prejuicios, a través de la

---

<sup>147</sup> Ezcurdia Camacho. Entrevista citada.

opinión. Ejemplo: la posición de Trejo Delarbre<sup>148</sup> cuando se refiere a lo que el denomina *legitimidad social perversa* en el ejercicio de la opinión: "...me acuerdo de uno que escribe en *El Financiero*. No diré su nombre, pero se llama Carlos Ramírez. Cotidianamente, o casi, calumnia, inventa. Hace todo lo contrario a los códigos éticos y tiene un renombre con legitimidad social..."

O Mario Ezcurdía, quien tras la frase *perro no come carne de perro* evita señalar ejemplos antiéticos de sus colegas. Javier Romero, por su parte, considera que la ética es sólo una pero no le queda claro el concepto de legitimación cuyo significado -advierte- "...suele ser engañoso o manipular ignorancias e ingenuidades..."

En suma, la ética -coincidiendo con Ezcurdía y Romero- es sólo una y la legitimidad también. La forma como se vinculen una y otra depende del marco de referencias con que se actúe u opine en el escenario social, de las características estructurales de éste, de la etapa histórica en la que se inscribe el hecho social, etc.

#### 4.1.2. La Conquista de la Legitimación

Aun cuando se advierte una ligera confusión en el uso mismo del concepto *legitimación de la opinión periodística*, la búsqueda de opiniones en torno al tema ayuda a clarificar el camino.

Por principio de cuentas, tres de los entrevistados rechazan que la legitimación social (de la opinión periodística) tenga como sustento la libertad de expresión. "Me parece dudoso que la legitimación social tenga como sustento la libertad de expresión. Se diría que son cosas distintas", reflexiona Mario Ezcurdía Camacho<sup>149</sup>, preguntándose: "¿A qué se llama *legitimación*

---

<sup>148</sup> *Infra*, página 89

<sup>149</sup> *Ibidem*.

*social?* ¿A que la sociedad considere *legítimo* mi derecho a exponer algunas opiniones? Para eso, nadie necesita que lo legitimen".

Otro aspecto del problema -agrega- es el de los periodistas que exponen su opinión en la prensa y los que expresa libremente una persona no profesional del periodismo. Esto sería la diferencia entre lo que expresa libremente una persona no profesional del Periodismo y lo que expresa un periodista profesional.

Si es así, la diferencia estriba en que uno es profesional y el otro no. El primero ejerce su derecho a decir lo que quiera y, si se publica, el director del medio que lo publica ejerce su derecho a dar a conocer las opiniones de un particular. En el caso del periodista, opera, además del derecho a expresarse, su responsabilidad ante el público, pues como profesional de la información y de la opinión tiene la obligación de estar bien informado y de emitir opiniones valiosas, además de honestas.<sup>150</sup>

Javier Romero<sup>151</sup>, por su parte, define así la libertad de expresión, sus alcances y sus límites:

El concepto -o la categoría social- es muy elástico y se inscribe en el gran problema de la libertad humana, perpetuo dolor de cabeza de los filósofos desde las más remotas épocas del pensamiento formulado. O se incurre en las definiciones simplistas en cuyo extremo está el decir lo que me da la gana si la sociedad o algún sector de ella me lo cree y las leyes del país me ahorran dificultades. Sus alcances son los de influir en la conducción de la vida pública, sin embargo con dependencia de los grados de cultura ciudadana de la sociedad o país en que se ejercita.

Sus límites -aparte los tan consabidos como mal determinados de no lesionar la vida privada, la paz pública y la

---

<sup>150</sup> *Ibidem.*

<sup>151</sup> Romero Gutiérrez. Entrevista citada.

moral- son, en definitiva, los límites reales del conocimiento históricamente conquistado por el hombre.

En cuanto al vínculo entre libertad de expresión y legitimación social, Romero Gutiérrez expresa "no creer" que la legitimación social haya tenido siempre en la historia "ni tenga en todas las sociedades" a la libertad de expresión como sustento.

En tanto ésta se haya conquistado y repercuta en la legitimación, no veo con qué fuero especial pueden los periodistas ambicionar un tipo exclusivo; a lo sumo, la diferencia está en la mayor responsabilidad exigible a quienes tienen el oficio de ejercer esta libertad en la prensa -sea escrita o radial o televisual: esto que ahora, en absurdo idiomático, se llama "los medios".

A su vez, Miguel Angel Granados Chapa<sup>152</sup> opina que la libertad de

expresión es la capacidad de las personas de manifestar sus ideas a través de los medios de difusión.

Los alcances y los límites están fijados por un lado en la ley mexicana, los límites son el respeto al orden público, a la moral pública y a la vida privada de las personas. Suelo imaginar la libertad de expresión en nuestro país como un camino abierto en el que se puede transitar. Es un camino no exento de riesgos, a veces hay deslaves, a veces puede caer una roca sobre la cabeza del caminante en esa ruta. Hay baches, hay -quizá- desfiladeros, a ratos en ese camino. Pero es una ruta transitable que transita quien quiere si asume que hay esos riesgos y tiene que enfrentarse a ellos.

<sup>152</sup> Granados Chapa. Entrevista citada.

Opina, sin embargo Granados Chapa, a diferencia de sus tres colegas, que la legitimación social de la opinión periodística sí tiene como sustento la libertad de expresión. "Sí, porque si no hay libertad de expresión no hay posibilidad de relación con el público, una relación sana y, en consecuencia, el público no podría otorgar su legitimación a quienes no están en capacidad de decir libremente lo que piensan".<sup>153</sup>

Para Raúl Trejo Delarbre<sup>154</sup> la legitimación de la opinión periodística la otorgan los siguientes elementos:

- 1) el trabajo *constante*: "No se puede ser periodista o columnista escribiendo *de repente*."
- 2) la *seriedad*: "...aunque este no es un valor muy apreciado".
- 3) la capacidad de *rectificación* y
- 4) la *congruencia*.

Según el director del semanario *Etcétera*, los anteriores son los *valores ideales* de la legitimación. Sin embargo, observa que si se asoma a los periódicos se percata de que son otros y no los anteriores los elementos que usan otros periodistas para lograr la aceptación de sus lectores.

...si busco los periódicos de hoy lunes, cuáles son los columnistas exitosos y cuáles son las recetas que emplean, yo diría que el sensacionalismo, la apariencia de que saben aunque no sepan, la develación de aparentes secretos, el chismorreo y la trivía por encima de las ideas, los programas, las explicaciones generales son los caminos, no sé si legitimación pero sí popularidad y dinero hoy en día, que no es despreciable en el campo de la prensa.

<sup>153</sup> Granados Chapa. Entrevista citada.

<sup>154</sup> Trejo Delarbre. Entrevista citada.

La presencia del periodista se va construyendo y bueno, para estar en los medios hay que tener la anuencia de los dueños. Salvo que uno tenga su propio medio. Yo tengo uno que es mi semanario, es muy modesto pero no me basta pero publico cosas que en otro lado no podría publicar, no por error de censura, sino sobre todo comerciales. Son ensayos largos, cosas aburridísimas para otro tipo de medios. Pero sí, para estar en otros medios hay que tener la anuencia del dueño y esto vale para los periodistas, arquitectos, contadores, etc.

Para Mario Ezcurdia<sup>155</sup> los elementos que otorgan legitimidad al trabajo periodístico son la *eficacia en el trabajo* y la *honestidad en el ejercicio profesional*. "Decir nuestra verdad franca y honestamente. Si esa norma se convierte en una actitud constante, y va acompañada de buena calidad en el trabajo -tanto en la investigación como en la redacción-, por sí misma legitimará la tarea del periodista. Lo que hacen los lectores, o los dueños de medios de difusión, solamente es reconocer esa legitimación ganada a pulso... Desde luego, también hay casos de propietarios de medios que, por capricho

o conveniencia, forzan la consagración ante el público de algunos 'líderes de opinión' como tú les llamaste".

Para Miguel Angel Granados Chapa<sup>156</sup> la legitimación se obtiene por la *perseverancia* en el ejercicio del oficio. Creo, opinó, "que los *periodistas de temporal* no tienen la legitimación social sino que se requiere una persistencia en el trabajo profesional". Destacó otro elemento: una *clara vinculación* con el público que otorga esa legitimación "y no con el poder frente al cual ese público puede estar eventualmente situado. Es decir, la legitimación proviene

<sup>155</sup> Ezcurdia Camacho. Entrevista citada.

<sup>156</sup> Granados Chapa. Entrevista citada.

de una fidelidad de una idea de servicio a los lectores y no de servicio al poder".<sup>157</sup>

Javier Romero, a su vez, considera que quien legitima a todo periodista, "en tanto lo sea realmente" es "el favor de sus lectores". "Si se sabe de "dueños" o directores de diarios, lo mismo que de revistas, de estaciones de radio o canales de televisión, que pretenden "orientar" a sus comentaristas, y no les faltan obedientes, como tampoco los "orientados" por otros intereses. Cada quien su conciencia".<sup>158</sup>

Coincide Granados Chapa con Romero. Los lectores de un diario legitiman a un periodista. "Un periodista puede tener posición en periódicos con distintos dueños y éstos lo legitiman en principio porque le dan cabida, le dan espacio a sus opiniones, pero en último término y en perspectiva son los lectores los que legitiman a un periodista".<sup>159</sup>

En resumen, el rastreo de la legitimación de la opinión periodística vía la libertad de expresión no parece muy adecuado. En el intrincado sendero de los conceptos, aparece primero la libertad de expresión y después la legitimación. Es decir, un individuo cualquiera tiene derecho a la libertad de expresión, sin que intervenga -ni sea necesario que lo sea- una reflexión sobre la legitimación. La legitimidad aparece más bien vinculada a problemas éticos, de responsabilidad social, como lo señala Javier Romero. Aunque es preciso aclarar, un *cierto* tipo de legitimidad, la ambiciosa, de gran aliento.

De las opiniones de los entrevistados se deduce también la existencia de una legitimación manipulada, orientada, ficticia, cuya existencia está vinculada estrechamente a los intereses de los propietarios de medios y de los mismos

---

<sup>157</sup> *Ibidem*.

<sup>158</sup> Romero Gutiérrez. Entrevista citada.

<sup>159</sup> Granados Chapa. Entrevista citada.

opinadores. En este caso se puede hablar de la *fabricación* de líderes de opinión por parte de las empresas.

#### 4.1.3 ¿Es Legítimo mi Trabajo de Opinión?

La ausencia de reflexión en torno a la legitimidad de la opinión periodística personal -excepto Granados Chapa- se advierte en los entrevistados, cuyas opiniones se transcriben a continuación:

**Mario Ezcurdia Camacho:** "¿Cómo obtiene un periodista como yo la legitimación de la sociedad? No sé. No me he dado cuenta si la obtuve alguna vez o no. La verdad, jamás puse atención en eso. Ni siquiera se me ocurrió preguntarme si era legítimo mi trabajo".

**Raúl Trejo Delarbre:** "Yo no sé si tenga legitimación o no, no hay como medirlo y le voy a dar la receta de cajón. La legitimación la da el trabajo constante, la seriedad, la congruencia, etc. Estos son valores *ideales* para mí pero esas recetas no siempre funcionan para los columnistas exitosos que muchas veces emplean el sensacionalismo, el chismorreo por encima de las ideas. No sé si tengan legitimación pero si popularidad".

**Javier Romero Gutiérrez:** "¿Qué cómo obtiene un periodista la legitimación social? Supongo que mejor sería preguntarle a la "sociedad" si a mí o a otros nos ha otorgado la legitimación. En todo caso, insisto, su búsqueda radica en el ejercicio responsable del análisis".

Las anteriores respuestas manifiestan, por lo menos, dos aspectos: una gran incertidumbre respecto de la legitimidad del propio trabajo por una parte y por otra, una idea expresada con certeza, del *deber ser* de quienes expresan su opinión en los diarios con distintos niveles de influencia.

**Miguel Angel Granados Chapa:** "Bueno, dando por supuesto que la tengo. Supongo que se obtiene por la *perseverancia* en el ejercicio del oficio".

En resumen, los entrevistados saben de su valía y se erigen -explícita o implícitamente- en autoridades que establecen los lineamientos de la *legitimación* de la opinión periodística. Esto se aprecia en las opiniones de Trejo Delarbre quien señala *valores ideales* de la legitimación, aunque observa que esas recetas "no siempre funcionan para los columnistas exitosos que muchas veces emplean el sensacionalismo, el chismorreo por encima de las ideas. No sé si tengan legitimación pero sí popularidad".

El concepto de *popularidad y sensacionalismo* aparece ligado a otro tipo de legitimación. La no deseada, la no ética. ¿La no deseada? ¿La no ética? ¿No desearían los entrevistados ser populares? ¿no ética desde qué punto de vista?

#### 4.1.4 Autoridad Moral y Legitimación

##### 4.1.4.1 La *canija* realidad me desmentiría: Romero

La relación entre autoridad moral y legitimación fue presentada "idealmente" como *inseparable* por Javier Romero Gutiérrez<sup>160</sup> ... pero sólo idealmente, "ya que la realidad es canija y me desmentiría a poco indagar".

Por camino similar se fue Mario Ezcurdía Camacho<sup>161</sup> quien señaló que *debieran* ser la autoridad moral y la legitimación "absolutamente dependientes una de la otra. Que no pudiera existir legitimación sin autoridad moral".

Empero, aclaró, "esa relación entra en el terreno de las cosas que *debieran ser* no que son. Hay casos en que la fama se convierte en una forma de legitimación bien ajena a la ética".

<sup>160</sup> *Ibidem.*

<sup>161</sup> Mario Ezcurdía Camacho. Entrevista citada.

En cambio, Miguel Angel Granados Chapa<sup>162</sup> marcó diferencias. Declaró:

Creo que la legitimación es más importante. No es que los que legitiman reconozcan autoridad moral en el legitimado pero sí hay, como dije antes, en respuesta a la pregunta 17 (relación entre ética y legitimación) una percepción de que el legitimado adopta un código ético en su trabajo y en esa medida se puede suponer que el legitimado tiene autoridad moral pero no necesariamente como autoridad, es decir, como estar en capacidad de dictar actitudes y comportamientos sino como practicante de actitudes y comportamientos dignos de ser legitimados.

Las respuestas respecto a los periodistas con autoridad moral para opinar fueron diversas:

**Javier Romero Gutiérrez:** "No se me obligue a rememorar a Diógenes con su lámpara o a canturrear la vieja tonadilla: "Ando en busca del bien que adoré..." No obstante, sin dar nombres, encuentro a jóvenes politólogos que, metidos en la tarea periodística, dan mucho de sí en el ideal de renovación adjunta a las esperanzas de vida democrática".

#### **4.1.4.2 Pueden Opinar todos así sean imorales: Ezcurdia**

**Mario Ezcurdia Camacho:** "A todos, a menos que se demuestre lo contrario; es decir, a menos que se demuestre que carecen de autoridad moral, no de derecho a opinar."

**Raúl Trejo Delarbre:** "Bueno, yo aprecio mucho y he aprendido de él, fue mi maestro en muchas cosas, a Benjamín Wong Castañeda; pero él no

---

<sup>162</sup> Miguel Angel Granados Chapa. Entrevista citada.

opina que es lo curioso, él hace las cosas, hace periodismo, de éso vive y para eso vive cuando escribe. Por otra parte, leo y me oriento por sus juicios, aunque muchas veces no los comparto, los textos de Jorge Fernández Meléndez, Miguel Angel Granados Chapa. Yo no sé si tengan autoridad ahorita o no, depende del asunto del cual se trate.

Le respondo a otra pregunta: ¿Cuáles me parecen serios? Hay muchos escritores de artículos que me parecen respetables. Pienso en Aguilar Camín (Héctor), en Woldenberg (José), en Cordera (Rolando). Pero no, espero no ser injusto, estoy repasando pero a todos les encuentro un pero, también a éstos que le dije, pero a todos los sigo con mucho interés..."

**Miguel Angel Granados Chapa:** "Hay muchos, no quisiera hacer un catálogo impensadamente porque hay el riesgo de omitir, por desmemoria, nombres que resultarían importantes. Puedo, sin embargo, decir que hay un número importante. A veces, los periodistas y el público, sobre todo los periodistas, tendemos a ser exacerbadamente críticos de nuestro oficio y pensar que vivimos en un medio muy carente de valores éticos y de practicantes de esos valores éticos. Por fortuna me parece que no es así.

"Hay una enorme cantidad de personas que tienen esta autoridad moral. Un criterio falible, una guía para elaborar ese catálogo, una guía útil, pesa decir porque yo estaría incluido en ese elenco, sería examinar quiénes han recibido el Premio Nacional de Periodismo, el que otorga el Gobierno de la República, después de que lo discierne un jurado de periodistas.

"No los premios que dan otras agrupaciones que son también respetables pero no tienen esa entidad pública tan relevante. En la medida en que estos premios son otorgados por otros periodistas, se puede suponer que hay allí una nómina, una lista de personas a las que por lo menos su propio gremio ha concedido autoridad moral.

"Por supuesto, como en toda selección de nombres, esta selección es *opinable*. Pienso de esa lista en los periodistas profesionales, no en los articulistas que se dedican a otras tareas y lateralmente, a veces, casi como trabajo de aficionados, escriben. Yo pienso en los periodistas que han entregado su vida al periodismo".

Del interrogatorio a los periodistas sobre el nexo entre autoridad moral y legitimación y las consideraciones sobre los periodistas con autoridad moral para opinar, se deduce que coinciden los entrevistados en que *debiera ser* estrecha la relación entre autoridad moral y legitimación, que no pudieran existir una sin la otra.

Respecto de los periodistas con autoridad moral para opinar, la conformación de ideas y principios de cada uno de los entrevistados se manifestó. Romero busca con su lámpara de Diógenes y no encuentra a nadie con autoridad moral aunque, sin dar nombres, señala a jóvenes politólogos.

Ezcurdía es abierto. Mientras no se demuestre que carecen de autoridad moral, todos pueden opinar.

Delarbre expresa el afecto personal por Benjamin Wong Castañeda. Y se protege, señala a otros, por su nombre, pero advierte que la autoridad moral "dependerá del asunto que se trate".

Granados Chapa remite a los Premios Nacionales de Periodismo y peca de falsa modestia cuando dice "pesa decir porque yo estaría incluido en ese elenco".

En suma, legitimación y autoridad moral son dos conceptos cuyo significado dependerá del contexto en el que se expresen. En el terreno de la opinión periodística, el tema será determinante para adjudicar o no autoridad moral a un opinante.

## CONCLUSIONES

No resultó fácil rastrear las huellas de la legitimación social de la opinión periodística, pero lo encontrado es indicador claro de un camino con anchísimo sendero por recorrer.

Dando orden a estas conclusiones, se afirma que el acercamiento interdisciplinario como método de trabajo de esta investigación resultó de utilidad. Tras el repaso del concepto de la sociedad -con la ayuda de los *entrañables* teóricos Talcott Parsons y Max Weber- quedó en claro que las colectividades humanas tienden a desarrollar la convivencia social en un marco de legitimidad, con un *marco legitimante* y bajo la tutela rectora de un Estado legítimo, entendida la legitimidad como el producto de una legitimación

exitosa, como los lineamientos básicos aceptados, reconocidos y acatados por los grupos sociales.

Así, las *reglas del juego* aceptadas por los seres humanos, constituyen las bases de la legitimidad acatada por convicción no por resignación, por consenso no por unanimidad, de manera racional no autoritaria.

En este conjunto de explicaciones, el Estado -como institución rectora de una sociedad como la mexicana- explica su razón de ser, con una legitimidad basada en un Estado de Derecho. Justifica su existencia, acción y desarrollo a través de leyes y reglamentos de observancia general, establecidos y adecuados históricamente para otorgar y otorgarse legitimidad. De la misma manera, otros Estados nacionales -España, por ejemplo- operan con una legitimidad que contempla la existencia de un soberano o -en el caso de las Iglesias- los fieles se rigen por las reglas del llamado "Derecho Divino".

La legitimidad de la sociedad y el Estado mexicanos es la que Weber denomina *legitimidad legal*, la cual tiene dos vertientes: la Convención y el Derecho y si debiéramos enmarcar la legitimidad de la opinión periodística, encajaría precisamente en la llamada *Convención* según el concepto weberiano que señala que

*Convención* debe llamarse a la "costumbre" que, dentro de un círculo de hombres, se considera como válida y que está garantizada por la reprobación de la conducta discordante. En contraposición al Derecho falta el cuadro de personas especialmente dedicado a imponer su cumplimiento...Una falta contra la convención se sanciona con frecuencia con mucha más fuerza que la que pudiera alcanzar cualquier forma de coacción jurídica, por medio de las consecuencias eficaces y sensibles del boicot declarado por los demás miembros del propio estamento...Lo decisivo en estos casos es que el *individuo* es el que emplea los medios represivos (a menudo drásticos) y en *méritos* precisamente de la reprobación convencional, pero no un *cuerpo de personas* encargado de

esa función... Para nosotros lo decisivo en el concepto del "derecho" es la existencia de un cuadro coactivo...\*

Esta variante de la *legitimidad legal* constituiría el *marco legitimante* en el que se desenvuelve el ejercicio de la opinión periodística través de una prensa que actúa no sólo como interlocutora sino, en ocasiones, capaz de modificar a la propia estructura social.

Por otra parte, se advierte que el concepto de opinión pública, tras transcurrir y discurrir entre lo que sí es y no es, se concluye que esta *inesquivable* instancia social es, sobre todo, una forma de influencia eficaz susceptible de transformarse en poder.

En la observación sobre el proceso de la formación de la opinión pública, se señala como que los temas de opinión pública -el inicio de la *agenda* de la opinión- no surgen solamente de la base social, sino pueden ser -son- sugeridos, iniciados y puestos en marcha desde diversas instancias del poder.

Respecto de la opinión periodística -entendida como opinión pública que se expresa en la prensa- se advierte que corresponde a puntos de vista, apreciaciones y enfoques de individuos que conforman una élite, en condiciones de expresar, como diría Habermas, una *opinión fundada*, con base en información y educación adecuadas.

A pesar de lo anterior, los entrevistados han meditado poco -por lo menos sistemáticamente- sobre la legitimación de su propio trabajo. De las conversaciones con ellos emergen los siguientes puntos de reflexión:

1) No se puede hablar de una sola legitimación social de la opinión periodística. La estructura social determina -también- la existencia de diversas formas de legitimación, entre ellas lo que se puede denominar una *legitimación ambiciosa* y una *legitimación perversa*. La primera tendría como elemento

constitutivo la ética, entendida ésta como un comportamiento honesto del periodista hacia él mismo, sus lectores y el director de su medio.

El segundo tipo de legitimación está asociado fuertemente con la popularidad, el sensacionalismo y el escándalo de quienes opinan, no siempre con ética pero sí con éxito, en el sentido de ser aplaudidos por amplios sectores de la sociedad.

De las respuestas de los entrevistados se advierte cierto resquemor hacia este tipo de éxito de opinión. Lamentan -aunque no lo manifiestan explícitamente- la popularidad de este tipo de periodistas *consagrados* que muchas veces no cuentan con galas académicas ni ideológicas, pero son populares. Consideran, en consecuencia, que existe un cierto tipo de *usurpación* tanto en la legitimación social como en la popularidad y fama de quienes tienen los reflectores encima. Es decir, *reprobaban* este tipo de legitimación, lo cual señala claramente un caso que podría enmarcarse en lo que Weber señala como Convención.

La legitimación periodística -como proceso vinculado a la responsabilidad social- implica del opinante varias características, entre las que destacan la calidad profesional, la honestidad personal, el trabajo constante, la capacidad de rectificación, la congruencia ideológica y el apoyo de los lectores.

Uno de los planteamientos que resultaron más polémicos fue el de la vinculación entre legitimación y autoridad moral. ¿Quiénes tienen autoridad moral para opinar e influir políticamente? ¿Sólo una élite? ¿Se puede opinar sobre todo? En este rubro hay mucha investigación por realizar.

En el camino por encontrar las bases de la legitimación social, se tocaron puntos polémicos, se abordaron conceptos que no por conocidos, son de aceptación total. La ética volvió al escenario. La legitimidad de la fama fue puesta en duda.

Sin embargo, este trabajo constituye sólo la punta de la madeja a desarrollar. Son más las interrogantes sin respuestas que las aproximaciones a las cuales se logró arribar. El atisbo por el sendero de la legitimación dejó más dudas que confirmaciones, más porqués que precisiones.

Otro punto a estudiar es la relación entre ideología y opinión periodística. En este rubro, destacó un denominador común: los cuatro entrevistados se definieron de izquierda:

(Ezcurdía: "estoy situado en la vertiente izquierda nacionalista de la Revolución Mexicana"; Granados Chapa: "soy un liberal de izquierda, me ubico en el centro-izquierda"; Romero Gutiérrez: "soy socialista heterodoxo"; Trejo Delabre: "quisiera definirme de izquierda pero...").

En resumen, la opinión periodística está allí, al descubierto, a la vista de todos. Paradójicamente, existen velos que cubren aristas de su realidad, de una realidad aún desconocida -o revelada en parte- y, por ello, atrayente para los estudiosos de la comunicación.

**ANEXOS**

- 1).-Decreto presidencial por el que se establece el Premio Nacional de Periodismo e Información. **Testimonios y Documentos**. Periódico **El Día**. 5 de Junio de 1976. página 18)
- 2.-Datos biográficos de los Premios Nacionales de Periodismo que contestaron la entrevista. (Cuestionario aplicado y respuestas textuales).

### **Decreto Presidencial por el que se estableció el Premio Nacional de Periodismo e Información (Resumen)**

En diciembre de 1975 el presidente Luis Echeverría Álvarez expidió el Decreto que estableció la Ley de Premios, Estímulos y Recompensas Civiles, con el objetivo específico de "determinar las normas que regulan el reconocimiento público que haga el Estado, de aquellas personas que por su conducta, acto u obras, merezcan los premios, estímulos o recompensas que la misma establece".<sup>163</sup>

Este decreto consta de once capítulos y 88 artículos. En el capítulo II, artículos 6 y 7 se precisan los premios establecidos "los cuales tendrán carácter de nacionales": I.- Condecoración Miguel Hidalgo; II.- Orden Mexicana del

<sup>163</sup> Testimonios y Documentos, Periódico El Día, 5 de Junio de 1976, p. 18

Aguila Azteca (la única que se otorga a extranjeros y únicamente a extranjeros); III.- de Ciencias y Artes; IV.- de Deportes; V.- de Periodismo y de Información; VI.- de Mérito Cívico; VII, de Trabajo; VIII.- de la Juventud; IX.- de Servicios a la Comunidad y X.- de Antigüedad en el Servicio Público.

En 1980 se adicionó un premio más: el Nacional de Administración Pública. En el artículo sexto mencionado se especifica que la misma persona puede recibir dos o más premios distintos; pero sólo una vez el premio correspondiente a uno de los campos de los conceptos instituidos, o a un solo concepto, si éste no se divide en campos.

En el caso del Premio Nacional de Periodismo y de Información, los "campos" se refieren a diferentes géneros periodísticos, excepto el VI que se refiere a Publicaciones o programas de divulgación cultural.

**Datos biográficos de los Premios Nacionales de periodismo que contestaron el cuestionario. Preguntas y respuestas textuales.**

### **MARIO EZCURDIA CAMACHO**

**1.- NOMBRE COMPLETO: MARIO EZCURDIA CAMACHO**

**2.- LUGAR DE NACIMIENTO: TLAHUALILO, DGO.**

**3.- EDAD: 72**

**4.- ESCOLARIDAD:**

**LICENCIATURA: FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS, UNAM**

**FACULTAD DE ECONOMÍA, UNAM**

**5.- CONOCIMIENTO DE IDIOMAS:**

"HABLO, ESCRIBO Y LEO BIEN -LAS TRES COSAS BIEN- EN ESPAÑOL. ADEMÁS, ME ENTIENDO UN POCO EN INGLÉS Y EN FRANCÉS".

## 6.- OBRAS PUBLICADAS

¿HA PUBLICADO LIBROS? TÍTULOS DE SUS LIBROS

ENTRE NOVELA, ENSAYOS Y ANÁLISIS TEÓRICOS, HE PUBLICADO SIETE. *EL GRAN JUEGO* (NOVELA), *ANÁLISIS TEÓRICO DEL PRI*, *DE LA POLÍTICA I, II Y III*.

TÍTULOS DE OBRAS PENDIENTES DE PUBLICARSE.

*MILAGRO CADA AMANECER*. ES UNA INVESTIGACIÓN CUIDADOSA QUE ENLAZA FIRMEMENTE LA TEORÍA Y LA PRÁCTICA DE LA MECÁNICA EDITORIAL DE UN DIARIO.

## CONCEPTOS

### 7.- ¿COMO DEFINE EL PERIODISMO?

ESA PREGUNTA SÍ ESTÁ DIFÍCIL. ¿DEFINIR AL PERIODISMO? SI HASTA LA FECHA NADIE HA PODIDO DEFINIR CON PRECISIÓN QUÉ COSA ES NOTICIA, MENOS PODRÍA DARSE UNA DEFICIÓN CABAL DEL PERIODISMO. SI NO SABEMOS QUÉ ES LA PARTE, MENOS PODREMOS DEFINIR AL TODO...EN FIN, DE MANERA MUY SIMPLE Y ESQUEMÁTICA, DIREMOS QUE PERIODISMO ES EL TRABAJO QUE SE REALIZA PARA CONFECCIONAR PUBLICACIONES PERIÓDICAS, POR TODOS LOS MEDIOS QUE LA TECNOLOGÍA VA CREANDO PARA EDITARLOS: RADIO, TELEVISIÓN, IMPRENTA, INTERNET Y OTRAS COSAS QUE PUDIERAN ESTARSE INVENTANDO ...LA CLAVE ES QUE SEAN PERIÓDICAS, Y QUE SE DIRIJAN AL GRAN PÚBLICO.

### 8.- ¿CÓMO SE DEFINE IDEOLÓGICAMENTE?

SOY NACIONALISTA REVOLUCIONARIO. LO PRIMERO NO NECESITA EXPLICACIÓN; LO SEGUNDO, SÍ, SOBRE TODO EN ESTA ÉPOCA. COMO UNA COSA CONDICIONA A LA OTRA, ES OBVIO QUE SOY PARTIDARIO DE LA REVOLUCIÓN MEXICANA, LA CUAL -COMO TODAS- TIENE UNA VERTIENTE DERECHA Y UNA IZQUIERDA. IDEOLÓGICAMENTE YO ESTOY SITUADO EN ESA VERTIENTE IZQUIERDA, PERO NACIONALISTA. PIENSO QUE INDEPENDENCIA, REFORMA Y REVOLUCIÓN SON ETAPAS DEL PROCESO CONSTRUCTOR DE NUESTRA NACIÓN Y DE NUESTRA PERSONALIDAD NACIONAL. EN CONSECUENCIA, DE AHÍ TENEMOS QUE TOMAR LAS EXPERIENCIAS PARA INTEGRAR UN MODELO ECONÓMICO, POLÍTICO Y SOCIAL QUE SE AJUSTE A NUESTRO TIEMPO, A NUESTRA CIRCUNSTANCIA Y A LAS PECULIARIDADES QUE SINGULARIZAN A NUESTRO PUEBLO.

### 9.-¿CÓMO DEFINE LA ÉTICA PERIODÍSTICA?

NO CREO QUE HAYA ÉTICAS PARA CADA ACTIVIDAD HUMANA. TODO LO QUE HACEMOS TIENE QUE ESTAR INMERSO EN NORMAS DE CONDUCTA VÁLIDAS PARA TODA LA SOCIEDAD...EL PROBLEMA ESTRIBA EN QUE EN LAS DIVERSAS ÉPOCAS LA ÉTICA -O CIERTOS ASPECTOS DE LA CONDUCTA HUMANA- PRESENTA Matices Diferentes... BUENO, EN EL TERRENO DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA, CREO QUE LA ÉTICA DEBE CONSISTIR EN DECIRLE AL PÚBLICO, HONRADAMENTE, LO QUE EN CONCIENCIA SE CONSIDERE QUE ES LA VERDAD, O LO MÁS PRÓXIMO A LA VERDAD. EL PERIODISTA NO PUEDE SER DUEÑO DE LA VERDAD ABSOLUTA, PERO ESTÁ OBLIGADO A ESFORZARSE EN DESENTRAÑAR LA VERDAD, Y A DECIRSELA AL PÚBLICO. EN MATERIA DE OPINIÓN, LO ÉTICO, LO PROFESIONALMENTE HONESTO, EXIGE UNA SÓLIDA INFORMACIÓN PREVIA Y UN ANÁLISIS CONCIENZUDO DE CADA TEMA.

### 10.-¿CÓMO DEBE SER LA RELACIÓN ENTRE EL PODER POLÍTICO Y LA PRENSA?

EL PERIODISMO ES UNA SUPERESTRUCTURA SOCIAL Y, COMO TAL, ESTÁ CONDICIONADO POR LA ESTRUCTURA. EN CONSECUENCIA, EN MAYOR O MENOR GRADO, EL PERIODISMO SIEMPRE ESTÁ CONDICIONADO POR EL PODER PÚBLICO.

LO BUENO ES QUE, A SU VEZ, EL PODER PÚBLICO TAMBIÉN ESTÁ CONDICIONADO POR EL PERIODISMO, QUE ES UNA SUPERESTRUCTURA SOCIAL CON LA FACULTAD DE DIALOGAR CON LOS PODERES PÚBLICOS Y CON LA SOCIEDAD MISMA. LA OBSERVA, LA INTERROGA, LA ENFRENTA CON SU PROPIA IMAGEN Y EMITE OPINIONES SIGNIFICATIVAS. TIENE CAPACIDAD PARA CAMBIAR A LA SOCIEDAD QUE LA DETERMINÓ. POCAS SUPERESTRUCTURAS PUEDEN CUMPLIR UNA FUNCIÓN DE ESE TIPO...DE OTRA MANERA, A OTRO RITMO, TAMBIÉN LA EDUCACIÓN PUEDE...

### 11.- ¿AFECTA LA AMISTAD CON UN POLÍTICO LA POSICIÓN DE UN PERIODISTA INDEPENDIENTE?

CLARO QUE SÍ, AUNQUE NO NECESARIAMENTE EN DETRIMENTO DEL PÚBLICO O DE LA HONRADEZ PROFESIONAL DEL PERIODISTA. LA AMISTAD AFECTA LAS POSICIONES DE TODOS LOS SERES HUMANOS... VEAMOS: SE DICE QUE EL PERIODISMO ES UN "CUARTO PODER" Y, OBTIENIENDO, EL POLÍTICO TAMBIÉN ES UN PODER; POR OTRA PARTE, UNA DE LAS DEFINICIONES DE POLÍTICA AFIRMA QUE ES "UN JUEGO DE RELACIONES HUMANAS EN UN CONTEXTO DE PODER". ESO, POR SÍ MISMO, CONTESTA LA PREGUNTA. LO QUE SÍ CONVIENE SUBRAYAR ES QUE LA AMISTAD NO DEBE TRANSGREDIR LOS LÍMITES DE LA HONESTIDAD.

### 12.-¿CÓMO DEFINE LA "INDEPENDENCIA" DE UN LÍDER DE OPINIÓN?

¡AH, CARAY! ¿QUIEN ES LIDER DE OPINIÓN? ¿ME PODRÍAS DAR UN EJEMPLO, PARA SABER DE QUÉ ESTAMOS HABLANDO?

UN LIDER DE OPINIÓN ES, POR LO GENERAL, UN COMUNICADOR, UNA PERSONA QUE EXPRESA SUS PUNTOS DE VISTA EN UN ESPACIO PERIODÍSTICO, LLÁMESE PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN. Y QUE ESAS OPINIONES SON TOMADAS EN CUENTA TANTO POR SECTORES SOCIALES COMO POR EL GRUPO POLÍTICO DIRIGENTE, POR EL GOBIERNO. SI ES UN *MEDIADOR EFICAZ*, ES DECIR, QUE TENGA INFLUENCIA, SE PUEDE DENOMINAR LIDER DE OPINIÓN.

O SEA, COMO EL JOVEN FERRÍZ O PACO STANLEY; ¿TAMBIÉN LECHUGA, EL CÓMICO? SI ES ASÍ, ESOS NOMBRES CONTESTAN A TUS PREGUNTAS.

13.- ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS ACADÉMICAS, PROFESIONALES O ÉTICAS DEBE TENER UN LIDER DE OPINIÓN?

REPITO: SI LOS LÍDERES DE OPINIÓN SON QUIENES DIJIMOS, ESTA PREGUNTA TAMBIÉN QUEDA CONTESTADA AUTOMÁTICAMENTE.

14.-¿CÓMO DEFINE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN? ¿CUÁLES SON SUS ALCANCES? ¿CUÁLES SUS LÍMITES?

LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN NO DEBE TENER MÁS LÍMITES QUE EL DERECHO AJENO, COMO EN LA NORMA JUARISTA...PERO ESO ES ALGO MUY DISTINTO A QUE EXISTA IGUAL DERECHO A LA DIVULGACIÓN MASIVA FORZOSA DE ESA MISMA EXPRESIÓN...UNA COSA ES LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y OTRA EL SUPUESTO DERECHO A QUE ESAS EXPRESIONES POR FUERZA SE PUBLIQUEN...

15.- SI LA LEGITIMACIÓN SOCIAL TIENE COMO SUSTENTO LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN, ¿CUÁL ES LA DIFERENCIA EN EL CASO DE LOS PERIODISTAS QUE

EXPONEN SU OPINIÓN EN LA PRENSA? ¿ES EL MISMO TIPO DE "LEGITIMACIÓN SOCIAL"?

ME PARECE DUDOSO QUE LA LEGITIMACIÓN SOCIAL TENGA COMO SUSTENTO LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN. SE DIRÍA QUE SON COSAS DISTINTAS. ¿A QUÉ SE LLAMA "LEGITIMACIÓN SOCIAL? ¿A QUE LA SOCIEDAD CONSIDERE LEGÍTIMO MI DERECHO A EXPONER ALGUNAS OPINIONES? PARA ESO NADIE NECESITA QUE LO LEGITIMEN. LA SEGUNDA PARTE INQUIERE SOBRE UNA DIFERENCIA QUE PRESUPONGO ENTRE LOS PERIODISTAS QUE EXPONEN SU OPINIÓN EN LA PRENSA Y LO QUE EXPRESA LIBREMENTE UNA PERSONA NO PROFESIONAL DEL PERIODISMO.

SI ES ASÍ, LA DIFERENCIA ESTRIBA EN QUE UNO ES PROFESIONAL Y EL OTRO NO. EL PRIMERO EJERCE SU DERECHO A DECIR LO QUE QUIERA Y, SI SE PUBLICA, EL DIRECTOR DEL MEDIO QUE LO PUBLICA EJERCE SU DERECHO A DAR A CONOCER LAS OPINIONES DE UN PARTICULAR. EN EL CASO DEL PERIODISTA OPERA, ADEMÁS DEL DERECHO A EXPRESARSE, SU RESPONSABILIDAD ANTE EL PÚBLICO; PUES COMO PROFESIONAL DE LA INFORMACIÓN Y DE LA OPINIÓN TIENE LA OBLIGACIÓN DE ESTAR BIEN INFORMADO Y DE EMITIR OPINIONES VALIOSAS, ADEMÁS DE HONESTAS.

16.-¿CÓMO OBTIENE UN PERIODISTA COMO USTED LA LEGITIMACIÓN DE LA SOCIEDAD?

NO SE. NO ME HE DADO CUENTA SI LA OBTUVE ALGUNA VEZ O NO. LA VERDAD, JAMÁS PUSE ANTENCIÓN EN ESO. NI SIQUERA SE ME OCURRIÓ PREGUNTARME SI ERA LEGÍTIMO MI TRABAJO.

17.- ¿CUÁL ES LA RELACIÓN ENTRE ÉTICA Y LEGITIMACIÓN?

NO ENCUENTRO MANERA RACIONAL DE ESTABLECER UNA DEPENDENCIA, UNA RELACIÓN CAUSA-EFECTO ENTRE ÉTICA Y LEGITIMACIÓN. MENTALMENTE BUSCO EN ESTE MOMENTO ALGUNOS EJEMPLOS DE LO QUE, EN OTRO LENGUAJE, PODRÍAN DESIGNARSE COMO *PERIODISTAS CONSAGRADOS*, Y EL RESULTADO ES DESALENTADOR, PUES SON BASTANTE AJENOS A LAS NORMAS ÉTICAS. NO DIGO NOMBRES PORQUE, YA SE SABE: *PERRO NO COME CARNE DE PERRO*. CLARO QUE TAMBIÉN HAY CASOS TOTALMENTE CONTRARIOS; EJEMPLOS EN LOS QUE ÉTICA Y CONSAGRACIÓN PROFESIONAL ESTÁN ESTRECHAMENTE VINCULADOS. DE ESOS SÍ DARÉ NOMBRES: ANTONIO RODRÍGUEZ, CRÍTICO DE ARTE, OPINADOR POLÍTICO, ÉL MISMO LUCHADOR POLÍTICO EN CONDICIONES, TIEMPOS Y PAÍSES MUY DIFÍCILES, PERO, POR ENCIMA DE TODO, UN HOMBRE HONESTO A CARTA CABAL; TAMBIÉN, DESDE LUEGO, MANUEL BUENDÍA Y ELENA PONIATOWSKA; JULIO SCHERER, CARLOS MARÍN...

18.- ¿QUIEN LEGITIMA A UN PERIODISTA? ¿LOS LECTORES DE UN DIARIO, EL PUNTO DE VISTA DE UN DUEÑO?

NO SE. QUIZÁ UN POCO DE TODO ESO. CREO QUE ADEMÁS INFLUYEN LA EFICACIA EN EL TRABAJO Y LA HONRADEZ EN EL EJERCIO PROFESIONAL: DECIR NUESTRA VERDAD FRANCA Y HONESTAMENTE. SI ESA NORMA SE CONVIERTE EN UNA ACTITUD CONSTANTE, Y VA ACOMPAÑADA DE BUENA CALIDAD EN EL TRABAJO -TANTO EN LA INVESTIGACIÓN COMO EN LA REDACCIÓN-, POR SÍ MISMA LEGITIMARÁ LA TAREA DEL PERIODISTA...LO QUE HACEN LOS LECTORES, O LOS DUEÑOS DE MEDIOS DE DIFUSIÓN, SOLAMENTE ES RECONOCER ESA LEGITIMACIÓN GANADA A PULSO...DESDE LUEGO, TAMBIÉN HAY CASOS DE PROPIETARIOS DE MEDIOS QUE, POR CAPRICHOS O CONVENIENCIA, FORZAN LA CONSAGRACIÓN ANTE EL PÚBLICO DE ALGUNOS "LÍDERES DE OPINIÓN" COMO TU LES LLAMASTE.

**19.-¿QUÉ RELACIÓN EXISTE ENTRE AUTORIDAD MORAL Y LEGITIMACIÓN?**

DEBÍAN SER ABSOLUTAMENTE DEPENDIENTES UNA DE LA OTRA; QUE NO PUDIERA EXISTIR LEGITIMACIÓN SIN AUTORIDAD MORAL. POR DESGRACIA, ESA RELACIÓN ENTRA EN EL ORDEN LAS COSAS QUE *DEBIERAN SER*, NO QUE SON. HAY CASOS EN QUE LA FAMA SE CONVIERTA EN UNA FORMA DE LEGITIMACIÓN BIEN AJENA A LA ÉTICA.

**20.- A QUÉ PERIODISTAS CONTEMPORÁNEOS CONSIDERA CON AUTORIDAD MORAL PARA OPINAR?**

A TODOS, A MENOS QUE SE DEMUESTRE LO CONTRARIO; ES DECIR, A MENOS QUE SE DEMUESTRE QUE CARECEN DE AUTORIDAD MORAL, NO DE DERECHO A OPINAR.

**MIGUEL ANGEL GRANADOS CHAPA**

**1.- Nombre completo:** Miguel Angel Granados Chapa

**2.-Lugar de nacimiento.-** 10 de mayo de 1941, Real del Monte, Hidalgo.

**3.- Edad:** 55

**4.- Escolaridad:** hasta la enseñanza preparatoria en escuelas públicas de Pachuca y luego en las Facultades de Derecho y de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional, las licenciaturas en Derecho y en Periodismo.

**5.- Conocimiento de idiomas:** hablo y traduzco inglés razonablemente, lo leo más que lo hablo y leo con alguna eficacia francés.

**6.- Obras publicadas:** he publicado media docena o más de libros. Uno que se llama *Excelsior y otros temas de Comunicación*, editado por El Caballito. Otro que se llama *Examen de la Comunicación en México*, también editado por El Caballito; *La Reforma Política* publicado por la Universidad Autónoma Metropolitana; *La Banca Nuestra de Cada Día*, publicada por Océano, en 1982; *Alfonso Cravioto, un liberal hidalguense*, publicado también por Océano; en 1968 una biografía de *Vicente García Torres*, publicado por la Secretaría de Educación Pública; *Comunicación y Política*, publicada por Océano en 1986; *Nava Sí, Zapata No*, publicada por Grijalbo en 1992 y, por último, *Escuche Carlos Salinas*, publicada por Océano en 1996. Además de otros trabajos publicados en obras colectivas.

## CONCEPTOS

### 7.- ¿Cómo define el Periodismo?

El periodismo es varias cosas a la vez. Es una técnica social para reunir, registrar y difundir información socialmente interesante; es también una institución de responsabilidad social porque implica una mediación entre sectores de la sociedad y de ésta con el poder y es también una actividad económica, una industria, la industria de los medios de difusión, la industria periodística que se rige por el mercado y por las regulaciones gubernamentales que definen a toda industria.

### 8.- ¿Cómo se define ideológicamente?

Si hacemos referencia a las categorías usuales, yo diría que me ubico en el centro izquierda, soy un liberal de izquierda, liberal en el sentido decimonónico y desde el punto de vista política, es decir, alguien que busca el respeto a la persona, la tolerancia y a la expresión de las ideas en una sociedad.

### 9.- ¿Cómo define la ética periodística?

Es una actitud de los periodistas frente a los problemas que generan los efectos de lo que se publica, es un conjunto de reglas de comportamiento para la apreciación y la exposición de las opiniones. Tiene como fundamento, a mi juicio, el respeto a la integridad de las personas, el respeto a su fama pública y la exposición de los diversos ingredientes de un asunto o de las diversas caras de una persona.

### 10.- ¿Cómo debe ser la relación entre el poder político y la prensa?

En primer lugar es una relación inevitable. La prensa es una institución política, la prensa hace política, aun la prensa que dice que es apolítica hace política y, en consecuencia, es inevitable su relación con el poder político. Tiene que ser una relación *dialéctica*, lo más distante posible y lo más cercana posible. Lo más cercana en la medida en que la prensa refleje con fidelidad lo que ocurre en el poder político porque el poder político es un poder público y la prensa debe hacer público lo público y lo más distante posible desde el punto de vista de su dependencia. La prensa debe ser lejana del gobierno, independiente del poder político.

### 11.- ¿Afecta la amistad con un político la posición de un periodista independiente?

Sí, supongo que también es inevitable, lo evitable es que la afecte de manera ilegítima, más allá de la amistad. Yo no creo en el periodismo químicamente puro, que por exponer un asunto, ofende la relación personal con un político. Tampoco creo en la amistad que se confunde con la complicidad que sirve para ocultar las acciones de un político con base en su nexo amistoso con un periodista. Creo que es posible distinguir entre la amistad y la actuación pública de un político y creo que es posible juzgar la actuación de un político, a pesar de que sea amigo, pero sin duda hay una propensión a ser benévolo por la amistad. En mi caso, yo lo reconozco abiertamente. Lo justifico diciendo que, en general, tengo amistad con políticos con los que tendría amistad aunque no fueran políticos y no los juzgaría reprobatoriamente aun si no fueran políticos porque justamente por esa razón, porque no son reprobables somos amigos.

### 12.- ¿A quién se puede considerar como "líder de opinión"?

Creo que es una noción falsa, creo que no hay "líderes de opinión" porque la opinión no es un ejército, una corriente a cuya cabeza marche nadie. Creo que hay personas que tienen *voz pública*, que sus mensajes pueden ser bien recibidos en ciertos segmentos de la sociedad pero no hay una posición de liderazgo de nadie y menos para la formación de la opinión. ¿Qué si me considero un líder de opinión? No, no, de ninguna manera. Y menos en el sector en el que yo pretendo ser escuchado, que es un sector con pretensiones democráticas, en donde los líderes tienen más una connotación de caudillismo

que no es apropiado. No, yo aspiro a ser una contribución, entre muchas otras, al entendimiento de los problemas públicos.

**13.- ¿Qué características académicas, profesionales y éticas debe tener un líder de opinión?**

Como pienso que no debe haber líderes de opinión, no contesto esta pregunta.

**14.- ¿Cómo define la libertad de expresión? ¿Cuáles son sus alcances? ¿Cuáles sus límites?**

La libertad de expresión es la capacidad de las personas de manifestar sus ideas a través de los medios de difusión. Los alcances y los límites están fijados por un lado en la ley mexicana, los límites son el respeto al orden público, a la moral pública y a la vida privada de las personas. Suelo imaginar la libertad de expresión en nuestro país como un camino abierto en el que se puede transitar. Es un camino no exento de riesgos, a veces hay deslaves, a veces puede caer una roca sobre la cabeza del caminante en esa ruta. Hay baches, hay quizá desfiladeros a ratos en ese camino. Pero es una ruta transitable que transita quien quiere si asume que hay esos riesgos tiene que enfrentarse a ellos.

**15.-¿La legitimación social de la opinión periodística tiene como sustento la libertad de expresión?**

Si, porque si no hay libertad de expresión no hay posibilidad de relación con el público. Una relación sana y, en consecuencia, el público no podría otorgar su legitimación a quienes no están en capacidad de decir libremente lo que piensan.

**16.- ¿Cómo obtiene un periodista como usted la legitimación social?**

Bueno, dando por supuesto que la tengo. Supongo que se obtiene por la *perseverancia* en el ejercicio del oficio. Creo que los *periodistas de temporal* no tienen la legitimación social sino que se requiere una persistencia en el trabajo profesional. Luego con una clara vinculación con el público que otorga esa legitimación y no con el poder frente al cual ese público puede estar eventualmente situado. Es decir, la legitimación social proviene de una fidelidad de una idea de servicio a los lectores y no de servicio al poder.

**17.- ¿Cuál es la relación entre ética y legitimación?**

Creo que hay una relación muy inmediata. El público que otorga esa legitimación percibe, es el mejor juez respecto de la ética del periodista y otorga esa legitimación en la medida en que percibe una observancia ética en la persona que resulta legitimada.

**18.- ¿Quién legitima a un periodista? ¿Los lectores de un diario? ¿El punto de vista de un dueño?**

Creo que los lectores de un diario. Un periodista puede tener posición en periódicos con distintos dueños y éstos lo legitiman en principio porque le dan cabida, le dan espacio a sus opiniones, pero en último término y en perspectiva son los lectores los que legitiman a un periodista.

**19.-¿Qué relación hay entre autoridad moral y legitimación?**

Creo que la legitimación es más importante. No es que los que legitiman reconozcan autoridad moral en el legitimado pero sí hay, como dije antes, en respuesta a la pregunta 17, una percepción de que el legitimado adopta un

código ético en su trabajo y en esa medida se puede suponer que el legitimado tiene autoridad moral pero no necesariamente como autoridad, es decir, como estar en capacidad de dictar actitudes y comportamientos sino como practicantes de actitudes y comportamientos dignos de ser legitimados.

**20.- ¿A quiénes de los periodistas contemporáneos de México considera con autoridad moral para opinar?**

Hay muchos, no quisiera hacer un catálogo impensadamente porque hay el riesgo de omitir por desmemoria nombres que resultarían importantes. Puedo, sin embargo, decir que hay un número importante. A veces los periodistas y el público, sobre todo los periodistas, tendemos a ser exacerbadamente críticos de nuestro oficio y pensar que vivimos en un medio muy carente de valores éticos y de practicantes de esos valores éticos. Por fortuna me parece que no es así. Hay una enorme cantidad de personas que tienen esta autoridad moral. Un criterio falible, una guía para elaborar ese catálogo, una guía útil, pesa decir porque yo estaría incluido en ese elenco, sería examinar quiénes han recibido el Premio Nacional del Periodismo, el que se llama así rigurosamente hablando, el que otorga el Gobierno de la República, después de que lo discierne un jurado de periodistas. No los premios que dan otras agrupaciones que son también respetables pero no tienen esa entidad pública tan relevante. En la medida en que estos premios son otorgados por otros periodistas, se puede suponer que hay ahí una nómina, una lista de personas a las que por lo menos su propio gremio ha concedido autoridad moral. Por supuesto, como en toda selección de nombres, esta selección es *opinable*. Uno dice, ¿pero cómo se les ocurre darle el premio a tal persona? ¿cómo Antonio Hass? Yo más bien pensaría en los periodistas profesionales. ¿Cómo Froylán Flores Cancela? Bueno yo no me refiero a los articulistas que

se dedican a otras tareas y lateralmente a veces, casi como trabajo de aficionados escriben, yo pienso en los periodistas que han entregado su vida al periodismo.

### **JORGE JAVIER ROMERO GUTIÉRREZ**

- 1.- Nombre completo. Jorge Javier Romero Gutiérrez
  - 2.- Lugar de nacimiento: Champotón, Campeche.
  - 3.- Edad: 73
  - 4.- Escolaridad: Licenciatura en Filosofía y Letras. UNAM  
(Estudios de Maestría en Historia)
  - 5.- Conocimiento de idiomas: LECTURA DE FRANCÉS, INGLÉS Y LATÍN.
  - 6.- OBRA PUBLICADA: UN ENSAYO AMPLIO, TITULADO *CÁRDENAS Y SU CIRCUNSTANCIA*, FUE INCLUIDO COMO ESTUDIO PRELIMINAR DEL PRIMER VOLUMEN DE LA OBRA *PALABRAS Y DOCUMENTOS PÚBLICOS DE LÁZARO CÁRDENAS*.
- TÍTULO DE OBRAS PENDIENTES DE PUBLICARSE.**

**INÉDITA UNA BIOGRAFÍA DE LÁZARO CÁRDENAS, HASTA HOY  
CIRCUNSCRITA A LOS PERÍODOS DE NIÑEZ Y JUVENTUD.**

**CONCEPTOS**

**7.- ¿Cómo define al Periodismo?**

Como humanismo crítico, en todas sus ramas: político, cultural, etcétera.

**8.- ¿Cómo se define ideológicamente?**

Socialista heterodoxo.

**9.- ¿Cómo define la ética periodística?**

Como cualquier ética, en la búsqueda de igualar el pensamiento y la acción, con responsabilidad social.

**10.- ¿Cómo debe ser la relación entre el poder político y la prensa?**

En el lugar común, independiente; pero la función crítica que le corresponde por antonomasia al periodista no implica necesariamente pugna, sino análisis valorativo.

**11.- ¿Afecta la amistad de un político la posición de un periodista independiente?**

La amistad, igual que en toda esfera de acción, suele limitar, hasta encubrir yerros menores; pero en casos extremos -supongo, porque no he vivido el caso- debe sobreponerse la convicción de la verdad al grado comprobable.

**12.- ¿Cómo define la "independencia" de un líder de opinión?**

Bien entrecomillado me parece lo de "independencia". Por mi parte, entre comillas pondría también el concepto de "líder de opinión", en la práctica -y concretamente la mexicana-, por lo general, de alcance fugaz, aleatorio, si no engañoso o eco de otro "liderazgo" tras bambalinas (la famosa "línea" recogida en tal o cual secretaria y, también, en otros círculos de influencia social, económica y política). El opinante, sin presumir de "líder" debe sujetarse a lo que su capacidad de análisis le permita en conciencia.

**13.- ¿Qué características académicas, profesionales y éticas debe tener un líder de opinión?**

En cuanto a "líder", me remito a la respuesta anterior. La aptitud de opinar no corresponde siempre a grados académicos o profesionales, aunque lo ideal sería que la preparación imbuyera en los espíritus el tercer elemento de la proposición, la ética, en los términos antes delineados y *sine qua non*.

**14.- ¿Cómo define la libertad de expresión? ¿Cuáles son sus alcances? ¿Cuáles sus límites?**

El concepto -o la categoría social- es muy elástico y se inscribe en el gran problema de la libertad humana, perpetuo dolor de cabeza de los filósofos desde las más remotas épocas del pensamiento formulado. O se incurre en las definiciones simplistas en cuyo extremo está el decir lo que me da la gana si la sociedad o algún sector de ella me lo cree y las leyes del país me ahorran dificultades. Sus alcances son los de influir en la conducción de la vida pública; sin embargo, con dependencia de los grados de cultura ciudadana de la sociedad o país en el que se ejercita. Sus límites -aparte los tan consabidos como mal determinados de no lesionar la vida privada, la paz pública y la

moral- son, en definitiva, los límites reales del conocimiento históricamente conquistado por el hombre.

**15.- Si la legitimación social tiene como sustento la libertad de expresión, ¿cuál es la diferencia en el caso de los periodistas que exponen su opinión en la prensa? ¿Es el mismo tipo de "legitimación social"?**

Se parte de la proposición de lo que en la lógica formal se conoce como "petición de principio". No creo que la "legitimación social" haya tenido siempre en la historia ni tenga en todas las sociedades a la libertad de expresión como sustento. En tanto ésta se haya conquistado y repercuta en la legitimación, no veo con qué fuero especial pueden los periodistas ambicionar un tipo exclusivo; a lo sumo, la diferencia está en la mayor responsabilidad exigible a quienes tienen el oficio de ejercer esta libertad en la prensa -sea escrita o radial o televisual; esto que ahora, en absurdo idiomático, se llama "los medios".

**16.- ¿Cómo obtiene un periodista como usted la legitimación social?**

Supongo que mejor sería preguntarle a la "sociedad" si a mí o a otros nos ha otorgado la legitimación. En todo caso, insisto, su búsqueda radica en el ejercicio responsable del análisis.

**17.- ¿Cuál es la relación entre ética y legitimación?**

¡Qué más quisiéramos que fueran inseparables! Pero la "legitimación", repito, suele ser engañosa o manipular ignorancias e ingenuidades.

**18.- ¿Quién legitima a un periodista? ¿Los lectores de un diario, el punto de vista de un dueño?**

Ha de pensarse que todo periodista, en tanto lo sea realmente, persigue el favor de sus lectores. Si se sabe de "dueños" o directores de diarios, lo mismo que de revistas, de estaciones de radio o canales de televisión, que pretenden "orientar" a sus comentaristas, y no les faltan obedientes, como tampoco los "orientados" por otros intereses. Cada quien su conciencia.

**19.- ¿Qué relación existe entre autoridad moral y legitimación?**

Idealmente serían inseparables... pero sólo idealmente. La realidad es canija y me desmentiría a poco indagar.

**20.- ¿A qué periodistas contemporáneos considera con autoridad moral para opinar?**

No se me obligue a rememorar a Diógenes con su lámpara o a canturrear la vieja tonadilla: "Ando en busca del bien que adoré..." No obstante, sin dar nombres, encuentro a jóvenes politólogos que, metidos en la tarea periodística, dan mucho de sí en el ideal de renovación adjunta a las esperanzas de vida democrática.

**RAÚL TREJO DELARBRE**

- 1.- Nombre completo:** Raúl Trejo Delarbre
- 2.- Lugar de nacimiento.** México, D.F.
- 3.- Edad:** 42
- 4.- Escolaridad:** Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM.  
Maestría en Estudios Latinoamericanos. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM.
- 5.- Conocimiento de idiomas.**

¡Soy malísimo en idiomas! Por razones de trabajo hablo inglés sólo cuando es indispensable. Lo entiendo y lo leo bien. Después de estar dos días en Nueva York soy capaz de pedir de desayunar yo solo. Entiendo y leo en francés, italiano y portugués pero no los hablo.

## 6.- Obras Publicadas

**La Prensa Marginal, Este puño sí se ve, Insurgencia y movimiento obrero en México, Las agencias de información en México, Crónica del sindicalismo mexicano, 1976-1989; Ver, pero también leer, Los Mil Días de Carlos Salinas, La sociedad ausente, Chiapas: la comunicación enmascarada, La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet y Volver a los medios. De la crítica a la ética.**

Coautor de **Los sindicatos mexicanos ante el Tratado de Libre Comercio**. Coordinador de diez libros colectivos (entre ellos **Televisa, el Quinto Poder y Las Redes de Televisa**). Es coautor -con textos suyos- de 48 libros colectivos, la mayoría con ensayos sobre sindicalismo, medios de comunicación o sistema político mexicano, además de contribuciones en cuadernos y folletos.

## CONCEPTOS

### 7.- ¿Cómo define al periodismo?

Hay una frase que yo repito cada vez que me preguntan eso. Es de Vargas Llosa, al cual aprecio por su obra literaria no por la política. En *Conversación en la Catedral*, un personaje dice: el periodismo no es una vocación sino una frustración. Es una frase aleposa. El periodismo es un desafío, compromiso, servicio, negocio, un gusto; depende de cómo se ejerce, de dónde y para qué.

### 8.- ¿Cómo se define ideológicamente?

Yo quisiera definirme de izquierda, pero más que yo tiene que haber un cambio, porque creo que han cambiado los parámetros del mundo.

### 9.- ¿Cómo define la ética periodística?

Una definición incompleta dice que el comportamiento ético es aquel que le permite no recriminarse uno mismo o no arrepentirse uno mismo de haber escrito, dicho o expresado tal o cual cosa. Yo creo que la ética hoy en día, ya no puede depender de interpretaciones subjetivas, de qué me gusta, qué no o de que yo, creo que es pertinente decir o qué no; cada vez más el ejercicio periodístico respecto de la ética tiene que ser regulada por parámetros establecidos de común acuerdo en una comunidad periodística, códigos de ética específicamente.

La legitimidad social en el sentido ambiciosa sería ésta. La legitimización en el sentido noble, positivo, pero hay una legitimidad social perversa, a varios columnistas. Me acuerdo de uno que escribe en **El Financiero**. No diré su nombre pero se llama Carlos Ramírez que cotidianamente o casi calumnia, inventa, hace todo lo contrario a los códigos éticos y tiene un renombre en legitimidad social, si por ella entendemos la popularidad simplonamente; si se entiende por legitimación la popularidad, entonces la ética no es hoy en día y por desgracia el elemento capaz de forjar esa legitimación. Yo creo, sin embargo, y no es una posición voluntarista que las cosas van cayendo por su propio peso y que poco a poco las sociedades, a veces les cuesta meses o décadas, van decantando sus propios valores, van haciendo a un lado a los charlatanes y van apreciando la constancia, la seriedad, el comportamiento ético, entre otros valores.

La ética es no decir mentiras, no confundir la información con la opinión, aclarar cuando un material es distorsionado, aclarar las circunstancias en las que se utiliza la información; eso es la ética y eso es idéntico siempre, lo que quiero decir con esto es que la ética es apreciada de diferentes maneras.

#### **10.- ¿Cómo debe ser la relación entre el poder político y la prensa?**

Los periodistas tienen una coalición de intereses, los políticos otra, y que se haga cargo de la tensión mutua inevitable incluso deseable y eventualmente aprovechable que haya entre ambos si se sabe reconocer la tensión que siempre existe en este trato recíproco. Lo que pasa es que con gran frecuencia los políticos entienden a los periodistas como escribanos, como empleados y el problema es que, a veces, en efecto, algunos periodistas son empleados de los políticos.

#### **11.- ¿Afecta la amistad con un político la posición de un periodista independiente?**

A mí no me gusta frecuentar mucho a personajes del mundo político, aunque lo hago por razones profesionales. A la hora de escribir es inevitable la influencia de la amistad. Ese político con el que me tomé un café, que me contó su vida profesional o cualquier anécdota simpática, que me guiñó un ojo, al que yo conocí como alguien simpático, me cuesta trabajo criticarlo de manera pública. Es muy difícil pero creo que se puede hacer siempre y cuando el cuestionamiento sea con respeto y no en términos personales de las acciones y decisiones del personaje político.

Una de mis grandes amigas desde hace más de 20 años, esposa de quién es quizá mi mejor amigo, es la actual secretaria de Ecología y Pesca. Platicamos y nos seguimos viendo como desde hace 20 años, a veces

platicamos del trabajo, a veces no, y esto no ha impedido que yo en este año (1996) haga críticas que algunos amigos mutuos consideraron injustas al desempeño no de ella sino de su Secretaría y están publicadas. Ella me ha comentado que qué bueno que hago ese tipo de críticas.

**12 y 13.- ¿Quiénes son líderes de opinión? ¿Qué características académicas, profesionales y éticas debe tener un líder de opinión?**

Creo que no se necesitan requisitos académicos. Hay que ver si por líderes de opinión entendemos al periodista o al político. En el caso del periodista yo diría que no es indispensable haber pasado por la Universidad y muchísimos casos lo demuestran, pero no estorba la Universidad, pues da un bagaje cultural muy importante y cada vez más indispensable. Creo que en el futuro inmediato, y ya lo estamos viendo, no habrá periodistas capaces de desempeñarse con éxito si no pasaron por la Universidad, si no tienen esa idea del mundo y de la cultura que siempre da la Universidad, sobre todo la Universidad Pública.

**16.- ¿Cómo obtiene un periodista como usted la legitimación social?**

Yo no sé si tenga legitimación o no, no hay cómo medirlo y le voy a dar la receta de cajón. La legitimación la da el trabajo constante, no se puede ser periodista, columnista, escribiendo de repente. La legitimación la da la seriedad aunque éste no es un valor muy apreciado, la da la capacidad de rectificación. Si yo me equivoco, el lector me lo hace notar. Yo me equivoqué hace dos semanas y hoy lo escribí en una notita muy breve.

La legitimación la va a dar la congruencia. Estos son mis valores ideales pero si me asomo y busco los periódicos de hoy lunes (16 de enero de 1996) y busco cuáles son los columnistas exitosos y cuáles son las recetas que usan, yo

diría que el sensacionalismo, la apariencia de que saben, la develación de aparentes secretos, el chismorreo y la trivía por encima de las ideas y los programas. Las explicaciones generales son los caminos. No sé si es legitimación pero sí popularidad y dinero hoy en día que no es despreciable en el campo de la prensa.

**17.- ¿Cuál es la relación entre ética y legitimación?**

Ya está contestado en la de la ética (pregunta 9)

**18.- ¿Quién legitima a un periodista? ¿Los lectores de un diario, el punto de vista de un dueño?**

La presencia del periodista se va construyendo y bueno, para estar en los medios hay que tener la anuencia de los dueños salvo que uno tenga su propio medio. Yo tengo uno que es mi semanario (**Etcétera**) que es muy modesto pero no me basta ni estaría bien y publico cosas que en otro lado no podría publicar, no por error de censura, sino sobre todo por razones comerciales. Ensayos largos, cosas aburridísimas para otros medios, pero para estar en otros hay que tener la anuencia del dueño y esto vale para los periodistas, arquitectos, contadores.

**19.- ¿Qué relación existe entre autoridad moral y legitimación?**

Si se trata de la legitimación noble de que ya hemos hablado, la autoridad moral debe ser inseparable.

**20.- ¿A qué periodistas contemporáneos considera con autoridad moral para opinar?**

Aprecio mucho y he aprendido de Benjamín Wong Castañeda. Pero él no opina que es lo curioso, él hace las cosas, hace periodismo, de eso vive y para eso vive cuando escribe. Leo mucho y me oriento por sus juicios aunque muchas veces no los comparto los textos de Jorge Fernández Meléndez, Miguel Angel Granados Chapa. No sé si tengan autoridad ahorita o no, depende del asunto del cual se trate. Hay muchos escritores que me parecen respetables como Aguilar Camín (Héctor), Woldenberg (José), Cordera (Rolando), pero no, espero no ser injusto, esta es una lista muy impresionista, no sé, me cuesta trabajo, estoy repasando pero a todos los encuentro un "pero". También a éstos que le dije, pero a todos los sigo con mucho interés.

## BIBLIOGRAFÍA

**Amézcua Dromundo, Cuauhtémoc.** *Democracia, Información y Medios de Comunicación*. México; UNAM, 1996. (Tesina de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales).

**Beneyto, Juan.** *La Opinión Pública*. Madrid, España: Tecnós, 1969, Segunda Edición.

**Bobillo, Francisco J.** "La Opinión Pública" en *Revista de Estudios Políticos*. Número 58. Madrid, España: Centro de Estudios Constitucionales. Octubre-Diciembre 1987.

**Bobbio, Norberto y Nicola Matteucci.** *Diccionario de Política*. México: Siglo XXI, 1982.

**Böckelmann, F.** *Formación y Funciones Sociales de la Opinión Pública*. Barcelona, España: Gustavo Gili, S.A. 1983.

**Briceno Guerrero, Juan Manuel.** "La Legitimidad del Poder", en Luis Gerardo Gabaldón, et. al. *Legitimidad y Sociedad*. Venezuela: Alfadil, 1989. p. 19

**Dader, José Luis.** *El Periodista en el Espacio Público*. Barcelona, España: Bosch, Casa Editorial, 1992.

**Del Río, Julio.** *Reflexiones sobre Periodismo, Medios y Enseñanza de la Comunicación*. México: FCPS-UNAM, 1993.

**Delgado Ocando, Juan Manuel.** "La legitimidad como eficacia transformadora y su nivel sicosocial de mediación" en Luis Gerardo Gabaldón et. al. *Legitimidad y Sociedad*. Venezuela: Alfadil, 1989.

**Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española**, edición 1971.

**Durand Flores, Mercedes.** *Cuadernos de Trabajo de Géneros Periodísticos de Opinión*. México: FCPS-UNAM, 1991.

**Eco, Umberto.** *La Estructura Ausente. Introducción a la Semiótica*. España: Lumen, 1989.

**Enciclopedia Larousse**, México, España: Planeta Tomo 5, 1984, Segunda Edición.

**Enciclopedia Larousse**. México, España: Planeta, Tomo 6, 1984, Segunda Edición.

**Ezcurdia, Mario.** *Análisis Teórico del Partido Revolucionario Institucional*. México: Costa-Amic, Editor, 1968.

**Fouillon, Jean.** "Un Ensayo de Definición" en *Problemas del Estructuralismo*. Varios Autores. México: Siglo XXI, 1971 (cuarta edición).

**Gabaldón, Luis Gerardo.** "¿Por qué la Legitimidad?" en Luis Gerardo Gabaldón. *Legitimidad y Sociedad*. Venezuela: Alfadil, 1989.

**Gomis, Lorenzo.** *El Medio Media. La Función Política de la Prensa*. Barcelona, España: Mítre, 1987.

**González Reyna, Susana.** *Periodismo de Opinión y Discurso.* México: Trillas, 1991.

**González Reyna, Susana.** *La Construcción del Discurso Periodístico.* México: UNAM, 1991. (Tesis de Maestría en Sociología. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM).

**González Reyna, Susana.** *La Construcción de la Realidad en el Discurso Periodístico.* México: UNAM, 1995. (Tesis de Doctorado en Sociología. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM).

**Goodwin, Bárbara.** *El uso de las ideas políticas* (Traducción de Enrique Lynch), Barcelona, España: Península, 1988.

**Gutiérrez González, Emma. y Ma. de los Angeles Cruz Alcalde.** *Géneros Periodísticos de Opinión. El punto de vista sobre el acontecer noticioso.* México: FCPS/SUA-UNAM, 1995.

**Habermas, Jürgen.** *Crisis de Legitimidad en el Capitalismo Tardío.* Buenos Aires, Argentina: Amorrortu, 1990.

**Heller, Herman.** *Teoría del Estado.* México: Fondo de Cultura Económica, 1974.

**Laplantine, François.** *Las Voces de la Imaginación Colectiva.* Barcelona, España: Gedisa, 1987.

**Leñero, Vicente y Carlos Marín.** *Manual de Periodismo.* México: Grijalbo, 1986.

**Lindholm, Charles.** *Carisma (análisis del fenómeno carismático y su relación con la conducta humana y los cambios sociales).* Barcelona, España: Gedisa, 1992.

**Magaña, Gildardo.** *Emiliano Zapata y el Agrarismo en México.* México: Secretaría de Gobernación. Comisión para la Conmemoración del Natalicio del General Emiliano Zapata, 1979, Tercera Edición.

**Martí, Aracil y Manuel García Bonafé.** "Estructuras Económicas y Sociales" en *Geografía de la Sociedad Humana. Una Perspectiva Planetaria*. Tomo 1, Barcelona, España: Planeta, 1981.

**Mills, Wright.** *La Elite del Poder*. México: Fondo de Cultura Económica (undécima impresión), 1993.

**Molina y Vedia, Silvia.** *Manual de Opinión Pública*. México: UNAM, 1978.

**Moragas, Miguel de.** "Estructura y función de los Medios de Comunicación Social" en *Geografía de la Sociedad Humana. Una Persepectiva Planetaria*, Barcelona, España: Planeta, 1981.

**Moragas, Miguel de.** *Teorías de la Comunicación*. Barcelona, España: Gustavo Gili, S.A., 1990.

**Musacchio, Humberto.** "Caricatura" en *Gran Diccionario Enciclopédico de México Visual*, Tomo 1, México: Andrés León Editor, 1994.

**Neville Figgis, John.** *El Derecho Divino de los Reyes*. México: Fondo de Cultura Económica, 1970. Cuarta Edición (Versión en español de Edmundo O'Gorman).

**Paráin-Vial, Jeanne.** *Análisis Estructurales e Ideologías Estructuralistas*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu, 1969.

**Parsons, Talcott.** *El Sistema de las Sociedades Modernas*. México: Trillas, 1987.

**Parsons, Talcott.** *La Sociedad*. México: Trillas, 1972.

**Parsons, Talcott.** *La Teoría de la Acción*. México: Trillas, 1972.

**Price, Vincent.** *La Opinión Pública. Esfera pública y comunicación*. México: Paidós, 1994.

**Rivadeneira Prada, Raúl.** *La Opinión Pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio*. México: Trillas, 1976.

**Sabine, George H.** *Historia de la Teoría Política*. México: Fondo de Cultura Económica, 1968 (Cuarta Edición).

**Toussaint, Florence.** *Crítica de la Comunicación de Masas*. México: Trillas, 1991.

**Valles Ruiz, Rosa María.** *Opinión Periodística e Influencia Social*. México: FCPS/SUA-UNAM, 1995.

**Valverde, Gustavo.** "De Gaulle, el General de Francia" en *Historia Ilustrada del Siglo XX*. Tomo 9. México: Cumbre, 1985.

**Weber, Max.** *El Político y el Científico*. México: Cinar, 1994.

**Weber, Max.** *Estructuras de Poder*. Buenos Aires, Argentina: Pléyade, 1982.

**Weber, Max.** *Economía y Sociedad*. México: FCE, 1984.

**Weber, Max.** *Sobre la teoría de las Ciencias Sociales*. España: Planeta-Agostini, 1994.

**Wolf, Mauro.** *La Investigación de la Comunicación de Masas. Crítica y Perspectivas*. México: Paidós, 1994.

**Young, Kimball.** *La Opinión Pública y la Propaganda*. México: Paidós, 1985.

**Zapata, Emiliano.** "Manifiesto a la Nación" en Gildardo Magaña. *Emiliano Zapata y el Agrarismo en México*. México: Secretaría de Gobernación. Comisión para la Conmemoración del Natalicio del General Emiliano Zapata, 1979, Tercera Edición.

**Zipelius, R.** "La Legitimación en una sociedad abierta". *Revista de la Facultad de Derecho de la Universidad del Zulia*. Número 61, 1984.

## HEMEROGRAFÍA

**Periódico El Día.** *Testimonios y Documentos.* 5 de junio de 1976.

## ENTREVISTAS

**Mario Ezcurdia Camacho.** Ciudad de México. 18 de Marzo de 1996.

**Miguel Angel Granados Chapa.** Ciudad de México. 21 de Mayo de 1996.

**Jorge Javier Romero Gutiérrez.** Ciudad de México. 26 de Marzo de 1996.

**Raúl Trejo Delarbre.** Ciudad de México. 12 de Enero de 1996.