

23
20j

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES



LA DIVULGACION DE INFORMACION
ECONOMICO-FINANCIERA EN UN NOTICIARIO
RADIOFONICO NO ESPECIALIZADO., EL CASO DE
LINEA DIRECTA DE FIN DE SEMANA, DE RADIO FORMULA

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

PRESENTA

JOSE ENRIQUE CAMPOS SUAREZ

DIRECTORA: PROFRA. AURORA TOVAR

MEXICO, D. F.

1997

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



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.

**Dedico este trabajo a mi hija María Fernanda,
porque siempre quiero ser un buen ejemplo para ella.**

**Agradezco a mis padres por el don de la vida.
A mi abuela Herminia por su gran apoyo.
A Angélica por su cariño.**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO UNO <i>La divulgación como función de los medios</i>	6
1.1. La divulgación	7
1.2. Los medios masivos de comunicación.....	7
1.3. La radio y la información radiofónica	10
1.4. El periodismo radiofónico	13
CAPÍTULO DOS <i>El periodismo económico-financiero en la radio</i>	15
2.1. El reportero de la fuente económico-financiera y su catálogo de conocimientos especializados	16
2.2. Las fuentes de información son entidades especializadas	20
2.3. Los boletines, los estudios, los análisis, las conferencias de prensa y las entrevistas	24
2.4. La redacción de la nota informativa	35
2.5. La locución de la nota informativa	41
CAPÍTULO TRES <i>La información financiera en Línea Directa de Fin de Semana</i>	46
3.1. Cuando los tesobonos se metieron en la canasta básica	47
3.2. Las Administradoras de Fondos para el Retiro, una buena noticia	49
3.3. El noticiero Línea Directa de Fin de Semana	52
3.4. Los programas del sábado 25 y domingo 26 de enero de 1997. Cuando la información económico-financiera no provocó la retroalimentación de la audiencia	56
3.4.1. Sábado 25 de enero de 1997.....	57
3.4.2. Domingo 26 de enero de 1997.....	60
3.5. Los programas del sábado 1 y domingo 2 de febrero de 1997. Cuando la información de las AFORE provocó la reacción de los radioescuchas	64
3.5.1. Sábado 1 de febrero de 1997	67
3.5.2. Domingo 2 de febrero de 1997.....	72
CONCLUSIONES	82
BIBLIOGRAFÍA	88

INTRODUCCIÓN

La información económico-financiera es una parte importante de los hechos noticiosos de interés general que, sin embargo, debe ser planteada de una forma accesible para el auditorio radioescucha de un programa informativo como *Línea Directa de fin de Semana*, de Organización Radio Fórmula.

La información de tipo económica y financiera ha tomado un especial interés entre la población, sobre todo a raíz de la más reciente crisis que se desató en diciembre de 1994. Las tasas de interés, el comportamiento del tipo de cambio, la caída en el Producto Interno Bruto, la tasa de desempleo abierto, el Índice de Precios y Cotizaciones de la Bolsa Mexicana de Valores; en fin, los diferentes indicadores macroeconómicos que reflejaron la profundidad de la contingencia económica por la que, hasta hoy, atraviesa el país.

No obstante este interés de la opinión pública, las cifras "crudas" son difícilmente comprensibles para la mayoría de la población, que no tiene una preparación en cuestiones económico-financieras, por lo que los medios de comunicación tienen el reto y la obligación de procesar los datos y presentarlos de una forma fácilmente comprensible para amplios sectores sociales.

Este hecho se complica más en los medios electrónicos, especialmente en la radio, que en los impresos; los periódicos y revistas tienen la opción de la "relectura" y el apoyo en gráficas para facilitar la comprensión de los datos económicos. En cierta medida, la televisión puede echar mano del apoyo visual para la más fácil comprensión de la información. Pero, en el caso de la radio, la única herramienta es la voz, sin opción a la "relectura" ni otros apoyos.

De ahí que el periodista especializado en temas económicos y financieros requiere no sólo comprender bien la información que maneja sino, además, tener la habilidad de traducir "al cristiano" esos datos que la gente desea conocer a través de un noticiero radiofónico de información general, no especializado en cuestiones económicas y que además, es transmitido los fines de semana.

Hay que agregar que muchas instituciones como el Banco de México, la Secretaría de Hacienda, las instituciones bancarias, etcétera, que son las principales emisoras o "fuentes" de este tipo de información, muchas veces, dan la impresión de querer esconder entre líneas los datos más preocupantes. Por lo que el reportero especialista en temas financieros debe aprender a leer "entre números" para encontrar, como se dice en el argot periodístico, "la nota". Dentro de este trabajo pondremos algunos ejemplos concretos reales que se viven todos los días en el ejercicio del periodismo financiero.

En este trabajo se analizan las emisiones del noticiero *Linea Directa de Fin de Semana* de los días 25 y 26 de enero, cuando se divulgó información relacionada con la economía del país (información conocida como macroeconómica), y las emisiones de los días 1 y 2 de febrero, cuando se puso especial énfasis en la entrada en vigor de las AFORE (Administradoras de Fondos para el Retiro) que son las entidades financieras encargadas de administrar las pensiones de los trabajadores afiliados al IMSS. Siendo también información macroeconómica que, sin embargo, involucra directamente a un amplio sector de la sociedad. El objetivo es identificar el tiempo utilizado en la divulgación de esta información, la forma de hacerlo y la respuesta del auditorio a ambos tipos de noticias.

Dentro de la información económico-financiera hay algunos hechos que se pueden considerar de interés general. Noticias que un medio masivo de comunicación como la radio debe incluir en sus espacios informativos, como es el programa al que hacemos referencia. Sin embargo, al no contar este medio con los apoyos visuales de la prensa escrita y la televisión, el periodista especializado en esta materia debe encontrar la forma más adecuada para que su mensaje resulte claro y comprensible para un auditorio que no tiene la obligación de comprender la terminología, ni tener un conocimiento especializado.

Hay hechos económicos que afectan la vida de un gran número de personas de una forma más directa, como es el caso de la entrada en vigor de las AFORE. Sin embargo, su primer acercamiento con esta realidad, que seguramente será de dominio generalizado al paso del tiempo, debe ser facilitada por los medios de comunicación, caso concreto de la radio, que son el vínculo entre la emisión de la noticia y la sociedad.

El caso de las AFORE tiene la peculiaridad de que más de diez millones de trabajadores deberán elegir una administradora para que maneje sus recursos para el retiro, por lo que se puede pensar que hay un mayor interés en informarse al respecto.

El objetivo del programa *Línea Directa de Fin de Semana* es llevar las noticias y el análisis de los hechos sobresalientes en materia informativa a un auditorio heterogéneo que se extiende a todo lo largo del país, e incluso al sur de los Estados Unidos y el norte de Centro América¹, por lo que la claridad de los mensajes es de crucial importancia para el éxito de esta emisión.

¹ Al momento de realizar este trabajo el noticiero *Línea Directa de Fin de Semana* se transmitía en cadena nacional

Asimismo, dentro de mi práctica profesional como reportero me he especializado, de manera informal, en la información económica-financiera, por lo que, además de conocer el tema, me interesa identificar los elementos que me permitan llevar a cabo de una mejor manera mi labor diaria. Además, soy el conductor y director de esta emisión de fin de semana, por lo que tengo la facilidad de conocer de primera mano el resultado de la emisión del mensaje y la respuesta del auditorio.

En este trabajo busco mostrar que el auditorio de un noticiario radiofónico como *Línea Directa de Fin de Semana* que se transmite por una estación como Radio Fórmula, a nivel nacional, tiene interés en la información económico-financiera, cuando ésta es divulgada de forma comprensible y sencilla y, sobre todo, cuando sienten que la noticia es de trascendencia personal.

Parto del hecho de que los medios de comunicación desempeñan una función dentro de la sociedad y para ello cuentan con una estructura y organización internas que les permiten desarrollar de manera adecuada esa participación social. El análisis del interior mismo de los medios de comunicación, puede resultar en conclusiones valiosas para entender su interacción con el exterior. "La aproximación funcional puede ser utilizada para el análisis institucional de cualquier mass-media..., examinando la función de alguna operación normativa y repetida en dicha organización. Aquí hay claramente una buena posibilidad de obtener datos esenciales para la verificación empírica de hipótesis, a través de estudios de casos, de análisis comparativo de medios diferentemente organizados, o incluso por experimentación directa"².

² Charles Wright "Análisis funcional y comunicación de masas" en Miquel de Moragas, *Sociología de la comunicación de masas II*; GG Mass Media, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, España, 1985; pg. 74

Línea Directa de Fin de Semana es una operación repetida dentro de Radio Fórmula, todos los sábados y domingos de las 6 a las 9:30 horas este noticiario está al aire. Obviamente hay un cambio en los contenidos pero el formato, los conductores, reporteros y redactores son una constante.

Dentro de esa constante que es el noticiario, tomaremos dos variables. Por un lado, la información económico-financiera de los días 25 y 26 de enero de 1997 y por otro lado, la información del mismo tipo pero de los días 1 y 2 de febrero de 1997. Notas informativas diferentes con reacciones diferentes que analizaremos en el capítulo tercero.

Para llegar hasta el punto antes descrito habremos de pasar, a lo largo de los dos primeros capítulos, por el análisis de los medios de comunicación, específicamente de la radio; la divulgación que desde éstos se hace via la aplicación de las técnicas del periodismo radiofónico.

Habremos de ahondar también en la especialización del periodista en los temas económico-financieros. Desde su relación con las fuentes de información hasta la redacción y locución de su nota informativa.

CAPÍTULO UNO

LA DIVULGACIÓN COMO FUNCIÓN DE LOS MEDIOS

Prender la radio, sintonizar un noticiario y enterarse del comportamiento de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) es algo tan común como recibir el estado de cuenta de una tarjeta de crédito. En estricto sentido, son dos reportes financieros. Pero percibidos de forma muy diferente.

Detrás del estado de cuenta del banco, lo que está en juego es el presupuesto del tarjethabiente. Mientras que detrás del reporte bursátil por la radio está, primero, la actividad de un grupo de inversionistas, analistas y corredores de bolsa que intercambian acciones en el piso de remates. Interviene, entonces, una fuente emisora de información perteneciente a la BMV que se encarga de difundir al exterior las operaciones. Entra después un medio de comunicación, que no tiene la necesidad de estar presente en el piso de remates durante toda la jornada bursátil para informar sobre el comportamiento del mercado, sino que recurre a la fuente de información de la Bolsa de Valores, toma conocimiento de los resultados y después tiene la función de transmitir de forma masiva ese reporte de operaciones.

Hablamos de temas económico-financieros, pero desde el punto de vista del periodista, de aquel que tiene la obligación de informar estos temas a su público. Por lo tanto, no habremos de profundizar en el desarrollo de los procesos financieros, como la bolsa de valores y sus mecanismos de operación; la inflación y la manera de obtenerla por parte del Banco de México; las composiciones accionarias de las AFORES; etcétera.

1.1. LA DIVULGACIÓN

La idea está centrada en la divulgación de la información de corte económico-financiera a través de un medio de comunicación masiva como lo es la radio. Vale la pena destacar que entenderemos como divulgación la transmisión de información a un público que no está familiarizado, en este caso, con la economía y las finanzas; no profesional en esta materia y que por lo tanto, no está dedicado de manera formal al estudio de estos asuntos.³

La divulgación se relaciona constantemente con temas que parecen lejanos para una gran mayoría de la población como son: la ciencia, la tecnología, las artes, la economía, pero en realidad podemos considerar que los medios masivos de comunicación son una fuente de constante divulgación. Desde las noticias de un espacio informativo hasta el último éxito musical de un grupo juvenil, pasando por los mensajes publicitarios. Todas son experiencias de divulgación.

1.2. LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

Los medios masivos de comunicación, comúnmente identificados como los periódicos, las revistas, la televisión, el cine, la radio, la internet⁴, etcétera, son más que simples mecanismos técnicos que permiten multiplicar mensajes. De acuerdo con Charles Wright la tecnología es un componente necesario pero no suficiente para concebir a los medios masivos.

³ Cf. COSNET, *Experiencias de la divulgación de tecnología y ciencia en México*. SEP/COSNET, México, 1985, p.19

⁴ Por mencionar tan sólo al más popular de los medios de comunicación digital que empiezan a dominar el campo de las telecomunicaciones y la interacción masiva.

La comunicación de masas va dirigida a unas audiencias relativamente amplias y heterogéneas que son anónimas para el comunicador. Los mensajes son transmitidos públicamente a una mayoría de la audiencia, a veces simultáneamente, y en general pretenden ser documentos más bien transitorios que permanentes. Finalmente, el comunicador tiende a ser -o a operar en su seno- una compleja organización formal que puede involucrar grandes gastos⁵.

De esta forma, el emisor de un mensaje a través de un medio masivo de comunicación, específicamente la radio que es el caso que nos ocupa, debe tomar en cuenta que no conoce a su audiencia, la cual puede estar conformada por todo tipo de personas, con ubicaciones geográficas muy distintas, y que, sin embargo, serán receptores simultáneos de un mismo mensaje.

Además, los receptores sólo tendrán, en la mayoría de los casos, una oportunidad de escuchar el mensaje sin la opción a la repetición, hecho que complica aún más la tarea del comunicador radiofónico. Wright también hace referencia a un factor determinante: la complejidad de los medios de comunicación, ya sea técnica, administrativa o de recursos humanos.

En una estación de radio la complejidad del medio implica desde los modernos equipos de edición y grabación (mini discs, dats, cartuchos, cintas de carrete abierto, computadoras, etc.), hasta los recursos económicos que reciben los reporteros y comentaristas para desplazarse al lugar donde se genere la noticia. Toda esta estructura no sólo es compleja sino que resulta muy cara, lo que nos lleva a otra parte importante para comprender la permanencia de los medios: su carácter de empresa.

⁵ Charles Wright. "Análisis funcional y comunicación de masas", en Miguel de Moragas. Sociología de la comunicación de Masas. II Estructura, funciones y efectos. GG MassMedia, Barcelona, 1985, p. 71

Los medios de comunicación son viables porque son negocios. Incluso aquéllos propiedad del gobierno o de organizaciones civiles que tienen el título de no lucrativos, son un negocio. Solamente que el dividendo, o la ganancia, puede no ser económica. Podrían obtener, sin detenernos en ello, un beneficio político, por ejemplo.

Tomando en cuenta el carácter de empresa de los medios masivos de comunicación, entran en escena algunas consideraciones que vale tomar en cuenta para comprender la función de éstos en el entorno social. Lazarsfeld y Merton estimaron que el hecho de que los medios masivos dependan de un patrocinio, público o privado, los hacen promover una obediencia inconsciente a la estructura social, por lo que no se puede confiar en ellos para que elaboren cambios a esa estructura social, por mínimos que éstos sean⁶.

Para estos autores, "los objetivos sociales son abandonados por los medios comercializados cuando chocan con los intereses económicos"⁷. Dificilmente un radiodifusor que cuide su negocio atacará a alguno de sus patrocinadores, y esto incluye al gobierno. No pretendo decir con ello que la libertad de expresión quede reducida a un presupuesto de publicidad, pero sí que los intereses económicos, y también los políticos, pesan lo suficiente como para modificar "el punto de vista" del medio de comunicación.

Aún más allá de su carácter de negocio, los medios desempeñan diversas funciones sociales, como el hecho de conferir categoría a ciertos asuntos o personas, que al tener presencia masiva destacan de entre otros que no tienen esa opción. Asimismo los medios de comunicación funcionan como reafirmantes de

⁶ Cf. Paul Lazarsfeld y Robert Merton, "Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada", en Miquel de Moragas, op. cit. pp. 37-38
⁷ Idem

las normas sociales, de los valores comunes, del nacionalismo, de las buenas costumbres. Al tiempo que también abren las puertas a conductas contrarias, como el libertinaje o la violencia.

Lazarsfeld y Merton identifican, además de estas funciones, algunos elementos que califican de disfunciones, como el efecto narcotizante⁸ que consiste en sobrecargar a las audiencias con diversos productos de comunicación masiva, entre ellos los noticiarios, que despiertan una preocupación y un interés superficial, que solamente están alentando una apatía masiva. "A medida que aumenta el tiempo dedicado a la lectura y a la escucha, decrece el disponible para la acción organizada"⁹. Desafortunadamente es más fácil indignarse de la corrupción, las injusticias y las desigualdades en el noticiario de las 10:30 en la televisión -esperando que comience el programa de variedades de las 11:00-, que fomentar la organización social para contribuir a la erradicación de esos males que nos aquejan.

1.3. LA RADIO Y LA INFORMACIÓN RADIOFÓNICA

Desde que en 1901 el italiano Guglielmo Marconi escuchó la "música celestial" de las primeras transmisiones por ondas electromagnéticas¹⁰, la radiodifusión ha ocupado un papel preponderante entre los medios de comunicación, y todos éstos en la vida social.

⁸ *Ibidem* pp 34-35

⁹ *Ibidem* p. 35

¹⁰ Cf. Gloria Fuentes. La Radiodifusión, historia de las comunicaciones y los transportes en México. SCT, México, 1987. p.17

La radio, por su fácil acceso y opción de combinarse con otras actividades, no es un medio que compita directamente con otros como los periódicos o la televisión. Específicamente en la transmisión de noticias, cada uno de los medios masivos de comunicación tiene un papel reservado.

La característica principal de la información radiofónica es la inmediatez, "la publicación inmediata, es y será siempre la principal razón de ser de la información radial... (a cambio) la información por radio no puede entrar en detalles con los relatos ordinarios. Roza la superficie, y da lo esencial de la noticia"¹¹. De hecho, uno de los pocos campos donde se puede hablar de competencia entre la radio, la televisión y los periódicos es en la disputa por los presupuestos publicitarios de las empresas¹².

Un noticiario radiofónico, como es el caso de *Línea Directa de Fin de Semana*, del que nos ocuparemos más adelante, tiene la intención de competir con espacios informativos similares, como *Monitor*, de Radio Red; *Formato 21*, de Radio Centro; *Detrás de la Noticia*, de Televisa Radio, etcétera. Pero no busca "arrebatar" el auditorio de *ECO*, de Televisa, o de los periódicos *Reforma*, *El Financiero* o *La Jornada*. Cada uno de ellos cumple con tareas específicas.

John Newman enumera cuatro características propias de la información por radio¹³:

- 1.- La radio es para todos los niveles económicos
- 2.- La inmediatez es su principal característica
- 3.- La radiodifusión puede excitar a la audiencia
- 4.- Las noticias por radio no son permanentes

¹¹ Bob Siller, et al. *Noticias por radio y televisión* Ed El Mundo de Hoy; México, 1965 p. 35

¹² *Ibidem*, p. 36

¹³ Cf. John Newman, *Periodismo Radiofónico*; Ed Limusa 2a ed México, 1971. p. 151

Un ejemplo de la diferencia del manejo de la información entre la prensa escrita, la televisión y la radio se dio claramente, y por desgracia, tras el asesinato del candidato a la Presidencia de la República, en 1994, del Partido Revolucionario Institucional, Luis Donaldo Colosio Murrieta.

Gracias a la tecnología moderna, caso específico de la telefonía celular, los reporteros que cubrían las actividades proselitistas del candidato aquella tarde del 23 de marzo, en la colonia Lomas Taurinas de Tijuana, Baja California, sólo tuvieron que marcar un número para enlazarse con sus diferentes medios de comunicación. Los representantes de la radio transmitieron en vivo a sus auditorios los difíciles momentos que se vivían. Los periodistas de la prensa escrita sólo pudieron notificar a sus redacciones lo que ocurría. Mientras que los reporteros de televisión hicieron, en un primer momento, lo mismo que sus colegas de radio, una crónica de viva voz, sin apoyo de imágenes del magnicidio.

Al paso de las horas, la televisión consiguió imágenes y la prensa tiró -o imprimió- sus ejemplares logrando dar más detalles de lo que sucedía. En ese nivel, la radio no tuvo con qué competir, pero su misión quedó cumplida: informó, casi a tiempo real, que Luis Donaldo Colosio había sido asesinado.

Los periodistas Vicente Leñero y Carlos Marín aportan un enfoque interesante para explicar las diferencias que existen entre la prensa escrita, la radio y la televisión: "Mientras la prensa es manejada por empresas susceptibles de propiedad, la radio y la televisión están sujetas a concesiones debido a que el espacio aéreo en que se difunden es propiedad de la nación. El gobierno determina el juego económico y político de los medios electrónicos".¹⁴

¹⁴ Vicente Leñero y Carlos Marín, Manual de periodismo. Tratados y Manuales Grijalbo, 4a ed. México, 1988 p 21

La falta de imágenes en la radio, constituye quizá no una limitante, pero sí un reto que el comunicador debe aprender a superar. Los radioescuchas deben esforzarse en retener la información que obtienen; el mensaje no se puede conservar, como no sea en la mente; además de que si algún detalle no fue captado "a tiempo" por el escucha, no tendrá la opción de la "relectura", o bien escoger lo que considere más importante.¹⁵

1.4. EL PERIODISMO RADIOFÓNICO

Al periodista le pagan por ser chismoso, suelen decir algunas personas que ven esta profesión desde afuera. Lo peor de todo es que quizá tengan razón. El periodista, en todos sus niveles, desde los redactores hasta los directores de los medios, buscan hacer del dominio público datos y hechos de interés general.

Un periodista debe tener, ante todo, vocación. Un gusto por esta actividad que está lejos del glamour hollywoodiano y cerca de los actos de sacrificio. Asimismo, debe poseer un dominio de las técnicas del periodismo, que lo mismo se adquieren en la universidad que en la práctica cotidiana. Otro elemento indispensable es el apego a la verdad y una vocación de servicio a la comunidad.¹⁶

En cuanto al periodismo radiofónico, el profesional que incursione en este medio electrónico deberá tomar en cuenta las características propias de la radio, descritas anteriormente, además de que procurará tener una buena dicción ya que una de sus principales herramientas de trabajo es la voz.

¹⁵ Cf. *Ibidem* p. 23

¹⁶ Cf. *Ibidem*. pp. 23-27

La radio requiere inmediatez. La nota del periodista radiofónico no puede pasar mucho tiempo en la máquina de escribir. Debe tener una buena capacidad de síntesis para expresar en poco tiempo la idea central de un hecho informativo.

Podemos resumir que los medios de comunicación son más que simples mecanismos técnicos, son organizaciones formales complejas, que implican muchos gastos, pero también ganancias. Son empresas dedicadas a la divulgación de todo tipo de mensajes, desde noticias hasta música de moda.

La radio, como medio de comunicación, tiene características específicas, como su fácil acceso o la inmediatez que dan la opción de desarrollar un periodismo dinámico y con características propias

Hemos ya establecido que los medios de comunicación, con sus estructuras complejas, cumplen una función dentro de la sociedad; que el periodismo es la unión de la técnica, la honestidad y el servicio; y que la divulgación es la transmisión de información comprensible a públicos no especializados. Entramos ahora al análisis del periodismo especializado, al periodismo económico-financiero en la radio.

CAPÍTULO DOS

EL PERIODISMO ECONÓMICO-FINANCIERO EN LA RADIO

Hablar de periodismo financiero, es hablar de periodismo especializado. Implica tener conocimientos y habilidades por arriba de la formación profesional como periodista o como economista.

Esta situación no es exclusiva en la divulgación de la economía y las finanzas. Otros campos de trabajo para el periodista como la política, la cultura, la ecología, los deportes y, claro está, la ciencia y la tecnología, entre muchos otros, requieren de profesionales de la comunicación, que además de la técnica, la ética y la vocación de servicio cuenten con un acervo de conocimientos propios del área de acción.

Ahora bien, ¿para la divulgación de la información económico-financiera en un medio de comunicación masiva, como la radio, se requiere de economistas con conocimientos de periodismo o periodistas con nociones económicas?

Sin duda alguna los profesionales formados en las disciplinas económicas tendrán una mejor comprensión de los fenómenos económicos, están acostumbrados a la utilización de los términos y pueden ubicar los orígenes teóricos de las políticas seguidas.

Mientras que los profesionales de las ciencias de la comunicación y el periodismo conocen el funcionamiento de los medios masivos, deben manejar los géneros periodísticos que les permitan mayor efectividad en el mensaje, están llamados a

tener conocimientos amplios de disciplinas afines como la sociología, la psicología o la lingüística que les permiten tener un espectro mayor en la comprensión de la sociedad que los hace científicos sociales.

Considero que por vocación y campo de trabajo resulta más común encontrar periodistas con una formación no formal, esto es escolar, de economistas que el caso contrario. Sin embargo, no podemos ignorar que hay buenos periodistas especialistas en economía y finanzas provenientes de formaciones profesionales tan diversas como las ingenierías, por ejemplo.

Muchas veces el que un periodista o un economista se vincule con la divulgación de la información económico-financiera, depende de las oportunidades del campo de trabajo tan limitado prevalecientes en el país. De cualquier forma, para un buen desempeño de su función necesitan hacerse de una serie de conocimientos, procedimientos y, por que no, también mañas.

2.1. EL REPORTERO DE LA FUENTE ECONÓMICO-FINANCIERA Y SU CATÁLOGO DE CONOCIMIENTOS ESPECIALIZADOS

Cuando en el título de este apartado hago referencia a un catálogo de conocimientos no me refiero en estricto sentido a un documento escrito para seguir paso por paso, sino al cúmulo de experiencias, la cual incluye tropiezos y aciertos, que el profesional de la comunicación adquiere "sobre la marcha" al enfrentarse a la frialdad de la información económico-financiera.

Y digo sobre la marcha, porque es el ejercicio del periodismo lo que hace buenos periodistas. La formación escolar es una base indispensable para ser profesionistas con técnica, método y bases teóricas, pero si un estudiante de periodismo no se mete a la práctica del periodismo sino hasta después de graduado, pudo haber obtenido una aproximación escolar, un estilo literario y científico y una pasión por la profundización, que lo califican para la investigación académica, pero que lo limitan para la práctica y los retos cotidianos que implican la comunicación de masas¹⁷.

Insisto que la educación universitaria es un elemento indispensable para la formación de un buen periodista, con una visión más amplia del mundo, pero la sola instrucción escolar está más cerca de la formación de científicos sociales que periodistas aptos para el campo de trabajo¹⁸.

Todo estudiante de periodismo, por más bueno que éste sea, al momento de entrar al ejercicio profesional requerirá aprender muchas cosas nuevas, y más si estamos hablando de un periodista especializado en temas económicos. Sin duda, desde el punto de vista técnico, la formación del periodista en el campo de trabajo es el mejor método¹⁹.

El reportero que es asignado para cubrir la información económico-financiera enfrenta, además del reto de la formación práctica como periodista, la necesidad de poseer conocimientos básicos sobre economía. Difícilmente podrá divulgar un mensaje de una forma correcta si antes no lo entiende plenamente él mismo.

¹⁷ cf. Marcel Stijns, et al. The training of journalists, a world-wide survey on the training of personnel for the mass media UNESCO, Holland, 1958 p 44.

¹⁸ Cf. *Ibidem* p. 43

¹⁹ Cf. Marcel Stijns, et al., *op. cit.* p. 31.

El reportero de economía y finanzas deberá:

Conocer los términos básicos de la economía y las finanzas.

Los indicadores y lo que miden; las cantidades expresadas en términos porcentuales o nominales, etcétera.

Identificar y establecer contacto con los canales de obtención de información, las fuentes. Dónde y con quién recurrir para obtener cierto tipo de información.

Así como los calendarios de publicación de los datos estadísticos.

Contactar con expertos en la materia.

Preferentemente ajenos a las fuentes que en un momento dado puedan explicar al reportero el significado y las implicaciones de cierto tipo de informaciones. Aquí, el periodista no debe perder de vista que los juicios y las conclusiones a las que lleguen los expertos consultados pueden llevar alguna carga ideológico-política que hay que identificar.

Redactar su información, preferentemente, cerca de otros reporteros.

Las salas de prensa de algunas instituciones, como la Bolsa Mexicana de Valores, la Secretaría de Comercio o la Secretaría de Hacienda, son puntos comunes de reunión de los periodistas que cubren la información económico-financiera. La conveniencia de esto radica en el hecho de que los reporteros que tienen tiempo en la fuente pueden ayudar a los novatos a comprender mejor la información.

Llevar un archivo con datos sobresalientes.

Anotar datos en un cuaderno o libreta es un buen consejo para poder contextualizar las noticias futuras.

La mejor forma de adentrarse en el conocimiento de los términos especializados de la economía y las finanzas, que se manejan habitualmente en este campo del periodismo es, justamente, consultar los propios medios de comunicación. Es

importante ver y escuchar el tratamiento que se le da a esta información en los medios electrónicos a diferencia de los medios impresos²⁰. Pero también, dentro de los periódicos hay diferencias sensibles que ayudan al periodista a comprender mejor los datos económicos. No es lo mismo el reporte inflacionario o el comportamiento de las tasas de interés de los periódicos *La Prensa* o *La Afición* que los que ofrecen *El Economista* o *El Financiero*.

La lectura habitual de diarios especializados, como los dos últimos mencionados en el párrafo anterior, es una fuente importante de conocimientos especializados para el periodista. No obstante, resulta lógico que habrá términos o cifras que no se comprendan con la simple lectura, es ahí donde toma mayor importancia el consultar a los especialistas en esta materia.

Una pregunta lógica que surge aquí es ¿dónde conseguir un especialista en economía y finanzas que tenga la paciencia de escuchar las dudas del periodista novato? Pienso en tres opciones. La primera es conseguirlo de forma institucional. Esto es, que el propio medio de comunicación donde labora el periodista facilite el acceso a estos expertos. Regularmente, los medios de comunicación cuentan, en su planilla laboral, con comentaristas especializados en esta materia que bien pueden ayudar a los principiantes que desean adentrarse en esta información.

Un segundo recurso, para conseguir asesoría, se encuentra en la consulta con reporteros experimentados de otros medios de comunicación, que son fácilmente localizables en las conferencias de prensa, o bien en las salas de prensa mencionadas anteriormente.

²⁰ Más adelante, en este mismo capítulo, hablaremos un poco más de estas diferencias cuando tratemos las características de la nota informativa para un medio radiofónico.

Como tercer opción, se puede establecer contacto con las áreas de comunicación social y prensa de las entidades financieras públicas y privadas y pedirles la aclaración de puntos específicos relacionados con su campo de acción. Por ejemplo, sería poco productivo hablar a la dirección de comunicación del Grupo Financiero Bancomer para pedir una explicación de cómo se obtiene la medición quincenal del Índice Nacional de Precios al Consumidor, en este caso la fuente adecuada es el Banco de México.

Es importante también que los conocimientos adquiridos se conserven de forma escrita en fichas o un cuaderno, para que sean consultados cuando surja una duda. Asimismo, es una buena práctica el llevar un archivo con los datos económicos y financieros más relevantes que, en su momento, serán útiles para contextualizar otras noticias.

2.2. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN SON ENTIDADES ESPECIALIZADAS

En el argot periodístico es común escuchar hablar de *las fuentes*: "¿qué fuente cubres? "...es una información obtenida de fuente confiable". "Fuente, en sentido estricto, es el acontecimiento mismo. Tal suceso necesita ser incorporado al proceso comunicativo como un conjunto de signos y a alguien le corresponde la responsabilidad de codificar. Ese alguien es el periodista"²¹ .

²¹ Raúl Rivadeneira, *La opinión pública*. Trillas. 3a ed. México, 1989, p. 45

Podemos hablar de fuentes regulares, que reflejan la vida institucional del país o de la localidad, son el resultado de la costumbre y de la obligación social de informar. Existen también fuentes específicas, que son aquellas más especializadas en determinados asuntos. Hay fuentes circunstanciales, como los congresos o las reuniones, que están formadas por grupos más o menos homogéneos reunidos de manera temporal. Y claro, están también las fuentes documentales²².

Dentro de las organizaciones periodísticas el trabajo de los reporteros se divide por campos de acción delimitados, que son denominados fuentes. Política, economía, ecología, cultura, espectáculos, salud, educación, son tan sólo algunas de las divisiones marcadas dentro de las estructuras informativas de los medios de comunicación. La especialización y la dedicación de un reportero a determinada fuente, o fuentes, depende de la capacidad económica y los intereses de los propios medios masivos.

Por ejemplo, las fuentes que cubre un reportero de radio asignado a la economía y las finanzas, son atendidas por 16 personas en un diario especializado, como lo es *El Financiero*²³. Obvio es decir que la línea editorial de este periódico implica una mayor cobertura en esta información, lo que se refleja, por supuesto, en la profundización que se puede lograr.

A continuación presento un esquema que contiene, a mi juicio, las fuentes más importantes dentro del ámbito económico-financiero y que son cubiertas de manera regular por un reportero de una radiodifusora. Comercio e Iniciativa Privada son divisiones de la actividad económica:

²² Cf. CIMPEC-OEA, op. cit. pgs 62-80

²³ Entrevista con la reportera Alicia Salgado, de El Financiero. Encargada de cubrir las actividades de la banca comercial.

FUENTES REGULARES Y ESPECÍFICAS DEL SECTOR ECONÓMICO-FINANCIERO

1. COMERCIO

1.1. SECTOR PÚBLICO

- 1.1.1 SECOFI *Secretaría de Comercio y Fomento Industrial*
- 1.1.2 PROFECO *Procuraduría Federal del Consumidor*
- 1.1.3 Lotería Nacional

1.2. ORGANIZACIONES EMPRESARIALES DE COMERCIO EXTERIOR

- 1.2.1 CEMAI *Consejo Empresarial Mexicano para Asuntos Internacionales*
- 1.2.2 COECE *Consejo Mexicano de Comercio Exterior*
- 1.2.3 ANIERM *Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana*
- 1.2.4 CONACEX *Consejo Nacional de Comercio Exterior*

1.3. ORGANIZACIONES DE COMERCIO INDEPENDIENTES

- 1.3.1. ANTAD *Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales*
- 1.3.2. AMEDEC *Asociación Mexicana de Estudios Para la Defensa del Consumidor*

2. INICIATIVA PRIVADA

2.1 ORGANISMOS CÚPULA

- 2.1.1. CCE *Consejo Coordinador Empresarial*
 - 2.1.1.1. CEESP *Centro de Estudios Económicos del Sector Privado.*
- 2.1.2. CMHN *Consejo Mexicano de Hombres de Negocios*
- 2.1.3. CONCAMIN *Confederación Nacional de Cámaras Industriales*
 - 2.1.3.1. Cámaras sectoriales²⁴
- 2.1.4. CONCANACO *Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio*
- 2.1.5. CANACO DF *Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México*
- 2.1.6. CANACINTRA *Cámara Nacional de la Industria de la Transformación*
- 2.1.7. COPARMEX *Confederación Patronal de la República Mexicana*
- 2.1.8. CNA *Consejo Nacional Agropecuario*
- 2.1.9. AMIS *Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros*

2.2. ORGANISMOS INDEPENDIENTES

- 2.2.1. IMPI *Instituto Mexicano de la Pequeña y Mediana Industria*
- 2.2.2. CONIECO *Consejo Nacional de Industriales Ecologistas*
- 2.2.3. ANIT *Asociación Nacional de Industriales de la Transformación*
- 2.2.4. IV *Industriales de Vallejo*
- 2.2.5. AMERI *Asociación Mexicana de Ejecutivos en Relaciones Industriales*

²⁴ Cada actividad industrial está representada en una Cámara, que a su vez pertenecen a la CONCAMIN.

3. FINANZAS

3.1. SECTOR GUBERNAMENTAL

- 3.1.1. SHCP *Secretaría de Hacienda y Crédito Público*
- 3.1.2. CNBV *Comisión Nacional Bancaria y de Valores*
- 3.1.3. CNSF *Comisión Nacional de Seguros y Fianzas*
- 3.1.4. BANXICO *Banco de México*

3.2. MERCADO ACCIONARIO

- 3.2.1. BMV *Bolsa Mexicana de Valores*
- 3.2.2. Corredurías y firmas calificadoras
- 3.2.3. Intermediarios bursátiles
 - 3.2.3.1. Casas de bolsa nacionales y extranjeras²⁵

3.3. INSTITUTOS ESPECIALIZADOS

- 3.3.1. IMEF *Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas*
- 3.3.2. IMCP *Instituto Mexicano de Contadores Públicos*
- 3.3.3. CNCP *Colegio Nacional de Contadores Públicos*

3.4. BANCA

3.4.1. DE DESARROLLO

- 3.4.1.1. NAFIN *Nacional Financiera*
- 3.4.1.2. BANCOMEXT *Banco Nacional de Comercio Exterior*
- 3.4.1.3. BNCI *Banco Nacional de Comercio Interior*
- 3.4.1.4. BANRURAL *Banco Nacional de Desarrollo Rural*
- 3.4.1.4. BANOBRAS *Banco Nacional de Obras*

3.4.2. PRIVADA

- 3.4.2.1. ABM *Asociación de Banqueros de México*
- 3.4.2.2. Instituciones nacionales y extranjeras²⁶

La lista de fuentes del sector económico-financiero es amplia y, sin duda, han quedado fuera muchos emisores que no tienen una presencia constante en el panorama informativo. "Se ha demostrado la imposibilidad de abarcar todas las fuentes de información, con lo cual tenemos una cantidad imprecisable de hechos que quedan sin darse a conocer. Por una parte, un individuo es incapaz de conocer toda la información relativa a una determinada disciplina, (por otra parte) nadie es capaz de enterarse de todos los sucesos que acontecen en el mundo y a menudo ni de los acaeceres nacional y local"²⁷.

²⁵ Entrán aquí los nombres de todas las casas de bolsa tanto de capital nacional como extranjero que omito por razones de espacio. La CNBV dispone de una relación constantemente actualizada.

²⁶ Entrán aquí los nombres de todas las instituciones bancarias privadas tanto de capital nacional como extranjero que omito por razones de espacio. La CNBV dispone de una relación constantemente actualizada.

²⁷ Raúl Rivadeneira, op. cit. p. 38

2.3. LOS BOLETINES, LOS ESTUDIOS, LOS ANÁLISIS, LAS CONFERENCIAS DE PRENSA Y LAS ENTREVISTAS

Los mensajes que emiten las fuentes económico-financieras no se detienen a explicar al reportero el significado de ciertos términos, se concretan a dar su información con sus términos y la función del reportero es "estar en el mismo canal". El reporte de la inversión extranjera participante en los mercados financieros nacionales que reporta la Bolsa Mexicana de Valores es un buen ejemplo de esto (cuadro 1).

INVERSIÓN EXTRANJERA Cifras en \$ 100 000				
	Saldo al 31-Ene-87	Saldo al 31-Dic-86	Variación Mensual	Variación a Dic. 86
Libro Bursátil n 1	11,531.46	11,416.82	1.06%	1.06%
Fondo Mixto 2	3,861.88	3,606.89	12.80%	12.80%
ADRs 3	17,088.85	15,108.14	13.08%	13.08%
Fondo Índice 4	880.71	880.17	0.06%	0.06%
Mercado para la Mediana Empresa Mexicana (MMEX)	28.39	24.19	16.94%	16.94%
Warrants	1.01	0.85	0.98%	0.98%
Total Renta Variable	23,889.30	20,978.87	8.79%	8.79%
Mercado de Dinero (5)	3,211.43	3,384.38	-5.36%	-5.36%
Total Inv. Ext.	36,800.72	34,373.06	7.56%	7.56%

(1) Incluye Certificados de Terceros del Citibank y

Secundarios de Inversión

(2) No incluye CDOs que representan ADRs

(3) Incluye ADRs

(4) Total al 31 de Enero de 1987

(5) CDM al 31 de Enero de 1987


FMEX: Bolsa Mexicana de Valores

Cuadro 1. Reporte de inversión extranjera de la Bolsa Mexicana de Valores al 31 de enero de 1987.

Cuando se divulga la información de las fuentes oficiales, principalmente, se trabaja bajo la presunción de "bona fide", de confianza, en la credibilidad que

merece una institución pública. Sin embargo es materialmente imposible saber si esta fuente realmente está actuando de buena fe.

Con frecuencia, la información que proporcionan las fuentes es parcial. Por ejemplo, en los boletines de operaciones financieras del gobierno federal emitidos por la Secretaría de Hacienda (cuadro 2), o bien en el reporte inflacionario del Banco de México suelen incluirse sus puntos de vista, así como los aspectos que les resultan positivos, a la par de la información principal que, de hecho, motiva la emisión del boletín. El reportero, con su criterio profesional y, claro está, conforme a la línea editorial de su medio decidirá si incluye el comentario oficial a la noticia, si lo omite, o bien si incluye algún dato adicional de otra fuente.



SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

México, D.F., a 29 de Mayo de 1957.

El Secretario de Hacienda y Crédito Público informa que el día de hoy el Gobierno Federal realizó la emisión de un bono en el mercado exterior en tres lotes por un monto de \$200,000,000 de los que resultaron a favor de \$10 millones de dólares. Este instrumento está destinado por un grupo de importantes instituciones financieras de este mercado encabezado por Chase National y Citicredit de Nueva York.

El nuevo bono tendrá un plazo de 10 años y pagará un rendimiento anual en tasa de 8.25%, que se abona en dólares anuales al vencimiento de los bonos del Tesoro pertenecientes al mismo plazo más 2.25 puntos porcentuales.

Este emisión cumple con los siguientes objetivos:

1. Se ha realizado un saneamiento de plaza y como resultado favorable para los capitalizadores de deuda externa del Gobierno Federal en 1957. Los cuantos estos bonos por tres emisiones realizadas en 1957, reduce sus niveles en punto porcentual a 3 años en el momento de su colocación.
2. Se garantiza la presencia de títulos en el mercado de los bonos, al lograr equilibrio al girar y la tasa de interés.
3. Cobrir a las necesidades generadas en el mercado externo y a la medida en la operación del flujo de divisas, se logran algunos beneficios en el costo al compararse con otros instrumentos de financiamiento disponibles.

OPERACIONES FINANCIERAS DEL GOBIERNO FEDERAL					
Año de 1956		1957		1958	
Emisión de Bonos	Redención de Bonos	Emisión de Bonos	Redención de Bonos	Emisión de Bonos	Redención de Bonos
1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000
1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000
1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000

El G. N. del Tesoro Federal.

Cuadro 2. Reporte de la Secretaría de Hacienda referente a una colocación de bonos de deuda externa en los mercados internacionales.

No hay que perder de vista que, así como los medios masivos de comunicación son negocios con fines lucrativos, el sector gubernamental pretende mantener el control de todos los hilos del poder. La educación, la iglesia y los medios de comunicación son mediadores entre la coerción y el consenso, por lo que la clase dominante busca controlarlos con fines ideológicos²⁸.

De hecho, cuando el periodista del sector económico-financiero tiene contacto con los canales de comunicación de las fuentes informativas -boletines, estudios, conferencias, declaraciones, etcétera-, debe echar mano de una de las más útiles cualidades del reportero: el sentido periodístico, que es aquella condición que le permite planear anticipadamente, esto es, visualizar, las herramientas profesionales que utilizará. "El sentido periodístico es fruto de la curiosidad orientada y se desarrolla con el estudio y la experiencia".²⁹

En la tarea diaria de recopilar información existen diferentes rutas, por medio de las cuales el reportero se hace de su materia prima: la información. Son tres rutas que el periodista debe seguir: la rutinaria, la informal y la individual³⁰.

Los **canales rutinarios** para la obtención de información presentan, a su vez, una subdivisión. Consideremos, primero, los procedimientos oficiales como las sesiones de las Cámaras de Diputados o Senadores, los conteos de votos tras una elección, la presentación de criminales en las instalaciones de la Procuraduría del Distrito Federal, etcétera.

²⁸ Manuel Corral. La ciencia de la Comunicación en México. Ed Trillas, 2a. ed. México, 1989 p. 83

²⁹ CIMPEC-OEA, op cit. p. 80

³⁰ Cf. Leon Sigal. Reporteros y funcionarios, la organización y las normas de la elaboración de noticias. Ediciones Guernika. México, 1978. pp. 134-150

Una segunda subdivisión son los comunicados de prensa, que conocemos también como boletines de prensa, los ejemplares anticipados de discursos oficiales y los registros de la actividad burocrática donde se incluyen las estadísticas (tan frecuentes en el sector que nos ocupa). Por medio de todos estos instrumentos las fuentes dan a conocer una noticia específica, con datos que sólo la misma fuente selecciona.

Una tercera subdivisión de los canales rutinarios son las conferencias de prensa y las reuniones con voceros, como la que quincenalmente sostiene el vocero de la SHCP, Alejandro Valenzuela, con los reporteros que cubren esa fuente. Son reuniones preestablecidas en las que, regularmente, quien convoca da lectura a un comunicado y posteriormente se abre la sesión a preguntas y respuestas.

Y, finalmente, dentro de este canal rutinario de obtención de información, se abre una cuarta subdivisión que son los eventos no espontáneos, como los discursos inaugurales, las manifestaciones preparadas, etcétera. Por ejemplo, aquí entran los discursos que pronuncian los secretarios de estado durante la inauguración de algún foro, conferencia, seminario, etcétera. También se incluyen los bloqueos y plantones que realizan organizaciones como "El Barzón", a las cuales invitan a la prensa hasta con una semana de anticipación.

Por otro lado, **los canales informales** de obtención de información incluyen las llamadas reuniones de trasforo, que son encuentros de grupos selectos con las fuentes informativas. A diferencia de las conferencias de prensa, en las que se invita a todos los periodistas acreditados, en estos casos sólo se cita a ciertos periodistas, regularmente es una invitación verbal, directa y en muchas ocasiones son reuniones *off the record*, esto es, que la información que de esa reunión se

desprenda no es susceptible de ser publicada, o al menos, si hay acuerdo previo, no se podrá revelar la identidad de la fuente emisora. Por ejemplo, en febrero de 1995, un empresario nos confió a un grupo de reporteros que el gobierno federal pretendía incrementar 50% el Impuesto al Valor Agregado, meses después la noticia se confirmó. Tanto en aquella ocasión, como ahora, no puedo revelar la identidad de la fuente y lo conservo como un secreto profesional.

De estas reuniones de trasfondo se puede desprender otra ruta dentro de los canales informales, que son las filtraciones -como la antes descrita-. Estos son datos de un peso informativo muy importante que proceden de una fuente identificada por el periodista que, sin embargo, debe conservar en el anonimato ante su audiencia. ¿Recuerda el lector las constantes filtraciones del ex fiscal de los casos Colosio, Ruiz Massieu y Posadas Ocampo, Pablo Chapa Bezanilla al periódico *Reforma*? Vale decir que detrás de muchas declaraciones, filtraciones o boletines se esconden, intenciones ocultas más allá del deseo de informar. "La responsabilidad periodística impone la comprobación de los datos que arrojan las fuentes, es cierto, pero esa responsabilidad no incluye suponer las intenciones que esconde una aparentemente inofensiva y cándida declaración, ni las finalidades ilegítimas que puedan perseguirse con una estadística adulterada"³¹.

Un tercer canal informal comprende a los datos noticiosos obtenidos de otros medios de comunicación. Especialmente los medios impresos monitorean los noticiarios de radio y televisión en espera de ver o escuchar alguna entrevista, que posteriormente reproducen en sus medios. Cabe mencionar que no siempre dan el crédito al medio de comunicación de donde obtuvieron la entrevista.

³¹ Raúl Rivadenera, op cit. p 46

Hay otra manera informal de obtener información que difícilmente se encuentra descrita en los manuales de periodismo de otros países, y ésta es la entrevista "banquetera", mejor conocida en el argot periodístico como el *chacaleo*. Cuando los reporteros hacen guardia en las afueras de un lugar donde se reúnen, a puerta cerrada, funcionarios públicos, representantes sectoriales, o cualquier otra personalidad noticiosa, el objetivo de los periodistas es *chacaleárselos*, esto es, conseguir una declaración en el camino entre la puerta del lugar y la puerta de su coche.

La entrevista de banqueta es, de hecho, uno de los recursos más frecuentes para la obtención de información dentro de la fuente económica, especialmente al cubrir las actividades de la iniciativa privada.

Es común que después de que han asistido a la inauguración de algún encuentro empresarial, diríamos aquí: después de que abren el canal rutinario de la información, son rodeados por *una nube* de reporteros, fotógrafos y camarógrafos que buscan obtener alguna declaración, prácticamente a la voz de *dígame-lo-que-sea*. Claro está que "los funcionarios, conscientes de la necesidad de los reporteros, no están libres de usar la prensa en su propio beneficio"³².

Hay funcionarios y personas públicas que llegan al descaro de pasearse en frente de los reporteros en espera de que sean notados y por lo tanto entrevistados. Muchos de ellos, amantes de las cámaras y los micrófonos pueden ser capaces de sobornar a los periodistas con tal de que sus declaraciones estén presentes en la prensa.

³² Leon Sigal, *op cit* p 78

CANALES PARA LA OBTENCION DE INFORMACION

	Procedimientos oficiales
	Comunicados de prensa
CANALES RUTINARIOS	Conferencias de prensa
	Eventos no espontáneos
	Reuniones de trasforo
	Filtraciones
CANALES INFORMALES	Datos de otros medios
	Entrevista "de banqueta"
	Entrevistas agendadas
CANALES INDIVIDUALES	Reportajes de investigación
	Propias conclusiones

La tercer vía para la obtención de información es el **canal individual** que comprende las entrevistas buscadas por el propio reportero, los eventos inesperados, como el asesinato de Luis Donaldo Colosio, una fuerte caída de la Bolsa Mexicana de Valores, o un incendio. También se consideran aquí las investigaciones independientes, regularmente en forma de reportaje, y finalmente las propias conclusiones del reportero.

La relación fuente-reportero no está exenta de artimañas y enfrentamientos. Por el lado de las fuentes, ya hemos mencionado que éstas pueden utilizar a los reporteros para cumplir con sus objetivos, disfrazando mensajes y ataques políticos de inocentes declaraciones. Sucede también el caso contrario: cuando algún tema les incomoda, sencillamente lo evaden. Por ejemplo: productores de masa y tortillas declaran que es urgente liberar el precio de este alimento. Los reporteros desean conocer una respuesta de la autoridad competente. Si el funcionario entrevistado tiene la habilidad suficiente para evadir el tema, obviamente no dará una respuesta directa, tampoco apelará a la frase "sin comentarios" ya que daría la impresión de evadir una responsabilidad. En este caso, fingirá que no conoce la declaración de los productores y se comprometerá a enterarse. Seguramente, para la próxima ocasión que ese funcionario sea entrevistado, el tema ya habrá sido olvidado³³.

Hay otro tipo de artimañas de las fuentes para obtener beneficio de los medios de comunicación. Una forma muy sutil de obligar al tratamiento de un tema es la *pregunta preparada*. El jefe de prensa de alguna dependencia se puede acercar a alguno de los reporteros y comentarle que si pregunta sobre determinado tema obtendrá algún dato interesante, regularmente escogen a los reporteros novatos.

Pero, existen otras formas de mantener un control de la prensa. La coerción. Por la buena o por la mala. Hablar del embute, el chayo, el sobre, no es nuevo en las relaciones periodista-gobierno³⁴, es una práctica que prevalece hasta nuestros días. Esta dádiva asegura a la fuente que el tratamiento que se dé a la información que generan será en su beneficio, o bien en perjuicio de algún adversario. El chayo es

³³ Cf. *Ibidem* p. 140

³⁴ Son las instancias gubernamentales las que más recurren a esta práctica, sin embargo, hay otras instancias que también son promotoras de este tipo de corrupción

un secreto a voces dentro de algunos sectores de este medio, del que, no obstante, es difícil conseguir elementos probatorios.

Una variante de esta dádiva es la publicidad. Las fuentes que tienen un presupuesto publicitario asignado convierten a los reporteros en agentes de ventas, pues reciben una comisión por tramitar espacios publicitarios para sus fuentes.

Ahora, por la mala, también hay forma de frenar los ataques de ciertos periodistas. Una forma común de reprimir al reportero es pasar sobre él, esto es, que el director de comunicación social de alguna dependencia, o bien su gente, se queja del trabajo del periodista con sus jefes y buscan de esta forma acallarlo³⁵. Va aquí un ejemplo real: en alguna ocasión los reporteros que cubren las actividades de un secretario de estado, cansados de los desplantes de este funcionario y sus constantes negativas a conceder entrevistas, decidieron hacer una *huelga de grabadoras caídas*, formados en dos filas y con las herramientas de trabajo en el piso, una veintena de periodistas permanecieron en silencio al paso del secretario, quien, atónito, pasó frente a ellos. Como respuesta, esa noche, la gente de comunicación social de la dependencia se dedicó a llamar a las redacciones de todos y cada uno de los reporteros para quejarse de su actitud y pedir, atentamente, la omisión del incidente en las notas informativas. El resultado fue diverso, algunos periodistas fueron sancionados pero otros fueron alentados para denunciar, no sólo la huelga de las grabadoras caídas sino el intento de limitar su libertad de expresión.

³⁵ Cf. Leon Sigal, *op cit.*, pp 77-78

Otra medida de fuerza para limitar la labor periodística es la recriminación pública³⁶ que incluye desde los chismes y la difamación de un periodista hasta negarle el acceso a las reuniones de trasforo, gafetes de entrada a eventos masivos, entrevistas e incluso hasta filtraciones.

Hay una forma más sutil, que no válida, de evitar muchos cuestionamientos de la prensa, y ésta es mantener ocupados a los periodistas. Muchas fuentes inhiben la curiosidad del reportero con la difusión constante de información, en ocasiones poco relevante que, sin embargo, obliga al reportero a redactarla para no perder la nota que otros medios sí tendrán.

Ahora bien, los periodistas también tienen su lado flaco. Es muy común que en días de poca información, el reportero recurra a su archivo para buscar algún dato o grabación de entrevistas, o conferencias pasadas y que las maneje como información fresca. El riesgo mayor de esto es que el declarante pudo haber hecho cierta declaración bajo un contexto diferente al que prevalezca el día en que el reportero la haga pública.

Cuando páginas atrás se habló de la conveniencia de convivir con reporteros de la misma fuente, en ningún momento pretendo justificar el depender del trabajo de los demás. Existe la práctica por parte de algunos reporteros de redactar sus notas informativas con base en las notas de sus compañeros de la fuente. En el medio a estos reporteros se les llama *cosecheros*, porque, a la usanza del jornalero, van recolectando de lugar en lugar las notas de otros para hacer su trabajo. Son los que rara vez se les ve en una conferencia de prensa; vamos, son aquellos que viven junto a la fotocopidora.

³⁶ Idem

Así como las fuentes inducen preguntas, los periodistas inducen respuestas. *¿Verdad que la dependencia a su cargo se opone rotundamente a la pretensión imperialista de Estados Unidos de violar la soberanía mexicana con su proceso de certificación?* Preguntas como ésta, que incluso puede causar risa, son desafortunadamente comunes entre algunos reporteros. Sucede también que un periodista pregunta: *¿La iniciativa de ley para que se bajen los impuestos que paga su sector, y que les permitiría generar empleos, entrará en estudio durante el próximo periodo ordinario de sesiones del Congreso de la Unión?* A lo que el entrevistado podría responder: *esperamos que así sea*. Sin embargo, cuando leemos o escuchamos la nota informativa de ese reportero podemos encontrar algo como: *Fulanito de tal aseguró que bajarán los impuestos que les cobran, una vez que el Congreso de la Unión estudie la iniciativa correspondiente, durante el próximo periodo ordinario de sesiones. Agregó que esto les permitirá crear muchos empleos*. El entrevistado nunca lo dijo, sólo confió en que así fuera. Puede también resultar gracioso, pero es parte de lo que diariamente se vive en el campo de trabajo.

Otro vicio del reportero, por ejemplo dentro de la fuente que cubre las actividades de la iniciativa privada, es utilizar a los declarantes como caja de resonancia a cualquier noticia de otras áreas. Lo mismo se puede preguntar sobre enfrentamientos verbales entre los partidos políticos, que decisiones de política internacional, relevos sindicales, noticias policíacas, etcétera. Y lo peor, quizá, es que los entrevistados responden.

2.4. LA REDACCIÓN DE LA NOTA INFORMATIVA

El reportero de radio nunca deja de ver su reloj, sabe que la oportunidad es la principal característica de la nota informativa en este medio electrónico, por lo que tan pronto como logra conseguir la información su prioridad es transmitirla. No exagero cuando digo que cada minuto cuenta cuando se trata de divulgar una noticia.

La urgencia de transmitir la noticia estará definida por el hecho mismo. Muchas estaciones de radio tienen contemplada la posibilidad de abrir espacios en su programación, para divulgar una información que sea realmente trascendente. Por ejemplo: la detención de un prominente político por corrupción; la muerte de algún personaje famoso; algún cambio dentro del gabinete presidencial, etcétera. La importancia del hecho la determinará el reportero, el jefe de información y hasta los directivos de la radiodifusora, apelando todos ellos al sentido periodístico, al sentido común y a los intereses propios de la empresa.

Puede ser que, por ejemplo, el reportero obtenga de buena fuente la información sobre el secuestro de un prominente hombre de negocios. Su obligación periodística es dar cuenta del hecho. Éste notificará al jefe de información lo que acontece, quien deberá mediar entre el sentido periodístico y el interés empresarial de la radiodifusora. Finalmente, cuando la noticia llega a oídos del directivo es seguro que la visualizará desde una perspectiva completamente empresarial. Es posible, porque ha sucedido, que la decisión de los altos mandos sea no transmitir la información.

Regularmente el reportero, una vez que ha obtenido la información, se sienta frente a la máquina de escribir o la computadora para sintetizar los datos y ofrecerlos a su auditorio. En la nota informativa no se emiten opiniones. "Se informa del hecho y nada más. El periodista no califica lo que se informa. No dice si le parece justo o injusto, conveniente o no. Se concreta a relatar los sucedido y permite, así, que cada receptor de su mensaje saque sus propias conclusiones".³⁷

Ahora, tampoco es del todo cierto que la nota informativa es un fiel ejemplo de la imparcialidad y la objetividad, ya que si bien no incluye puntos de vista ajenos a los de la propia fuente, también es cierto que será justamente el reportero quien jerarquice los datos obtenidos, lo cual implica una valoración y un juicio por parte del periodista.³⁸

El reportero radiofónico de la fuente económico-financiera debe lograr que su nota informativa sea fácilmente comprensible, y esto incluye una buena redacción y una buena dicción. "Es necesario escribir las noticias para la radio en forma tal que puedan ser comprendidas fácilmente por personas de diversas edades y de diferente capacidad para entender. El requisito principal de la noticia por radio es que posea sencillez y pueda ser entendida fácilmente".³⁹

Es evidente que uno de los ingredientes principales de la información económico-financiera son las cifras: el desempleo, la inflación, la inversión extranjera, la balanza comercial, el Índice de Precios y Cotizaciones de la bolsa, la actividad industrial, etcétera, son números de los que hay que informar. Y si bien la radio no es el medio más adecuado para transmitir largas series de cifras o

³⁷ Vicente Leñero, op. cit p. 40

³⁸ Cf. Idem

³⁹ John Newman, op. cit p. 19

estadísticas, en ocasiones es justamente una cifra el aspecto más importante de la noticia por lo cual se debe dar con suma claridad y en la medida de lo posible evitar la inclusión de datos numéricos si no aportan algo esencial a la información⁴⁰.(cuadros 3 y 4)

INVERSION CAMPO 3.
Febrero 10, 1997
Inversión extranjera

Aumentó 7.3% la inversión
 extranjera financiera su-
 plemente a la inversión
 en bienes raíces de Va-
 lepar...

LA INVERSIÓN EXTRANJERA DE PORTAFOLIOS BONDOS DE
 CORTO PLAZO DISMINUYÓ DURANTE EL PERÍODO DE
 UN MES...

DE ACUERDO CON DATOS DE LA BOLSA MEXICANA DE VALORES,
 DURANTE EL MES PASADO ENVIARON AL PAÍS MAS DE DOS MIL
 500 MILLONES DE DOLARES QUE SE DESTINARON A DIFERENTES
 INSTRUMENTOS FINANCIEROS....

HASTA EL PERÍODO 31 DE ENERO LA INVERSIÓN DEL EXTERNO
 RESIDENTE EN INSTRUMENTOS MEXICANOS FUE DE 26 MIL
 900 MILLONES DE DOLARES, SEPO EN 7.3 POR CIENTO MAS
 QUE AL CIERRE DE 1996...

LOS INSTRUMENTOS DE MAYOR INVERSIÓN CAPTAN SON LOS
 ADM'S CON MAS DE 17 MIL MILLONES DE DOLARES, LO QUE
 REPRESENTA UN AUMENTO DE 13 POR CIENTO EN ENERO CON
 RESPECTO A DICIEMBRE...

EL ÚNICO INSTRUMENTO QUE RECIBIÓ LA BOLSA MEXICANA DE
 VALORES CON UNA DISMINUCIÓN FUE LAS INVERSIONES EN
 EL MERCADO DE DÍGITO, SEPO EN EN LAS TASAS DE
 INTERÉS, LO QUE SE EXPLICA POR LA TENDENCIA A LA
 BAJA QUE HA MOSTRADO DURANTE ESTE AÑO...

- CIFRAS

Cuadro 3. Nota informativa hecha con base en el reporte de inversión extranjera del cuadro 1.

⁴⁰ Emilio Prado, Op. Cit. Pg. 38

HENRIQUE GARCÓN S.
 mayo 23, 1997
 Bogotá...

Durante 1996, México registra un déficit comercial de 6,700 millones de dólares. Durante la Secretaría de Hacienda.

EL COMERCIO INTERNACIONAL DE MÉXICO DURANTE EL AÑO PASADO MOSTRO UN RESULTADO FAVORABLE....

DE ACUERDO CON LA SECRETARÍA DE HACIENDA, EL PAÍS REGISTRÓ UN SUPERAVIT EN SU BALANZA COMERCIAL DE MÁS DE 250 MILLONES DE DÓLARES...

ESTA CIFRA POSITIVA ES RESULTO DE QUE MÉXICO VENDIÓ MERCANCÍAS AL EXTERIOR POR CASI 96 MIL MILLONES DE DÓLARES Y COMPRO DEL EXTERIOR POCO MÁS DE 89 MIL 600 MILLONES DE DÓLARES...

SO ENCUENTRO QUE LAS EXPORTACIONES FUERON MÁS NUMEROSAS QUE LAS IMPORTACIONES, LA TASA DE CRECIMIENTO DE LAS VENTAS MEXICANAS FUE INFERIOR, 20 POR CIENTO, A LA DE LA DE LOS PRODUCTOS DEL EXTERIOR, CASI 24 POR CIENTO...

EL MAYOR DÉFICITO REPORTADO LO MOSTRO EL SECTOR PETROLERO QUE CRECIÓ 52 POR CIENTO, DESPUÉS LA INDUSTRIA MANUFACTURERA QUE AUMENTÓ SUS EXPORTACIONES DURANTE EL 96 EN 22 POR CIENTO Y AL FINAL, EL SECTOR AGRICOLA QUE MOSTRO UNA CAÍDA DE MÁS DEL 10 POR CIENTO...

POR EL LADO DE LAS IMPORTACIONES, LAS DE MAYOR CRECIMIENTO FUERON LOS BIENES DE CAPITAL CON 23 POR CIENTO, DESPUÉS ELIENES DE CONSUMO CON 24.0 POR CIENTO Y EN TERCER LUGAR ELIENES DE CONSUMO CON UN AUMENTO DURANTE 1996 DE 23 POR CIENTO...

- SOLVITA

Cuadro 4. Nota informativa referente a la balanza comercial de México al cierre de 1996. Hecha con base en un boletín de la Secretaría de Hacienda.

Por ejemplo, supongamos que tenemos que informar que 995,789 personas se han afiliado a alguna Administradora de Fondos para el Retiro (AFORE) a 63 días de haber iniciado el proceso de registro en estas instituciones. El periodista radiofónico dirá algo así como: *Casi un millón de personas se ha afiliado a alguna AFORE a poco más de dos meses del inicio del registro en estas instituciones.* La precisión de la cifra, en este caso, no altera el sentido de la información y sí, en cambio, facilita al radioescucha su comprensión. Es más fácil comprender el concepto un millón que novecientos noventa y cinco mil setecientos ochenta y nueve.

Hay otros casos en los que no se puede alterar la cifra en afán de simplificar su divulgación. Un caso concreto es el resultado de las operaciones de la bolsa. El reportero obtendría datos como éstos: el Índice de Precios y Cotizaciones avanzó 27.25 puntos, el 0.89 por ciento más, para colocarse en 3,791.24 unidades. El reportero no puede decir que la bolsa ganó casi treinta puntos, casi uno por ciento y quedó casi en tres mil ochocientas unidades. La información es válida, pero no dice mucho.

Cifras sencillas, en la medida de lo posible, y también palabras sencillas. Es común escuchar en los círculos financieros, como sucede en muchos ambientes especializados, tecnicismos y jergas, como se les dice a los lenguajes propios de grupos cerrados, que el periodista debe entender pero debe evitar en su escritura. Una de las ventajas de la radio es que se puede comunicar con un público que no necesita una formación específica para decodificar el mensaje. El lenguaje oral de la radio debe utilizar un vocabulario de uso corriente⁴¹, evitando, claro está, el recurrir con demasiada frecuencia a los lugares comunes aunque "con frecuencia, el reloj le niega el espacio necesario -al periodista- para pensar y construir bellas frases. No hay más remedio que recurrir a las expresiones rutinarias".⁴²

La sencillez y la claridad son metas difíciles de alcanzar y la radio las requiere. Se puede hacer un ejercicio muy sencillo. Sólo es cuestión de tomar un periódico, elegir algunas notas informativas y tratar de leer la entrada, el primer párrafo, de principio a fin sin detenerse, seguro es que en muchos casos se perderá el aliento antes de llegar al punto y aparte.

⁴¹ Cf. *Ibidem* pp 24-35

⁴² Bob Siler, *op cit.* p. 38

Deberemos usar, entonces, palabras comunes y corrientes para informar el hecho económico- financiero, ahora ¿por dónde empezar la nota? Cuando el periodista recién graduado sale a la calle como reportero de radio, la primera reacción es querer aplicar la pirámide invertida para la jerarquización de la información, sin embargo esto no siempre funciona. "Parece que en la redacción de las noticias por radio, la norma más generalizada es la de no tener método alguno"⁴³.

Esto no significa que tengan que echar por la borda todos los años de estudios universitarios, por el contrario, con el dominio de las técnicas periodísticas se puede ser más flexible en su aplicación.

Hemos dicho que la claridad y la sencillez son elementos indispensables en la radio y muchas veces una entrada informativa con el qué, cómo, cuándo, dónde, quién, por qué puede resultar muy densa y de difícil comprensión. "El reportero -radiofónico- debe escribir una entrada breve y sencilla, que suministre únicamente suficiente información para despertar el interés del radioescucha"⁴⁴.

El reportero de radio tiene pocos minutos, a veces segundos, para dar cuenta de alguna información por lo que deberá destacar los elementos más importantes para ofrecerlos en una nota clara e interesante.

Lo que el reportero escriba en su nota tiene total validez, pero en el caso de la radio se cuenta con un recurso adicional, que agrega mayor credibilidad a la información, y este es el *insert* que no es otra cosa que la grabación de la voz de la fuente emisora en el momento exacto en que da cuenta del hecho noticioso (cuadro 5).

⁴³ Ibidem p. 37

⁴⁴ Emilio Prado, op cit p 26

HENRIQUE CAMPOS S.
 enero 26, 1957
 csmcsm...

SI UN LLAVERO podría reas-
 ler las 12 APORES que inci-
 ciaría operaciones este día
 todo, avisaría Fernando Solís,
 presidente de la COM-
 RA...

LA COMISION NACIONAL DEL SISTEMA DE ASEGURO PARA EL
 RETIRO, LA OGRSA, AUTORIZO YA LA OPERACION DE LAS
 PRIMERAS 12 APORES QUE, A PARTIR DE ESTE SABADO,
 INICIARAN LA CONFERENCIA PARA ADMINISTRAR LAS CUENTAS
 PARA EL RETIRO DE LAS DE DIEZ MILLONES DE TRABAJADORES
 AFILIADOS AL IESS...

DE LAS 10 APORES QUE INICIALMENTE RECIBIERON LA
 AUTORIZACION DE LA OGRSA, QUEDAN CINCO PENDIENTES
 POR SUPLENER EL EXAMEN DE OPERACION Y RECIBIR EL
 VISTO BUENO. ESTAS SON: CAPITALIZA. DEL GRUPO
 FINANCIERO GENERAL ELECTRO; APORE 31, DEL IESS;
 COMPURO, DEL GRUPO COMPAÑIA SUICIA; DEL GRUPO DEL
 MISMO NOMBRE Y PROPULSOR, DE PARAGUAYE Y BARRIO
 DEL ASFALTICO...

EN CONFERENCIA DE PUNTA, FERNANDO SOLIS SOMOSO,
 PRESIDENTE DE LA OGRSA, ASEGURO QUE, ANTES QUE
 INICIE EL PROCESO DE AFILIACION EL PRÓXIMO PRUEBO
 DE FRENTE, LAS APORES NO PODRAN ELEGIR A LOS
 TRABAJADORES NI UNO ARTICULO PROVISIONAL, VAMOS, NI
 UN LLAVERO...

Imppps.... 344

LAS DOCE APORES QUE ESTE SABADO PODRAN INICIAR SUS
 CAMPAÑAS PUBLICITARIAS Y EL LUNES LA AFILIACION DE
 TRABAJADORES SON: BARRIO, PARAGUAY, BARRIO,
 LUZERA, FRENTE, YEFELAC, PARAGUAY, GARASA,
 PROPULSOR GEP, SANTANDER Y BARCELONA...

SOLIS SOMOSO INSISTIO EN QUE LA ELECCION DE LAS
 APORES SE LIBRE Y QUE LOS TRABAJADORES TIENEN
 DERECHO A CANCELAR DE ADMINISTRADORA UNA VEZ AL AÑO.
 ANTES, MENCIONO QUE EL TRAMITE ES OBLIGATORIO
 DEL IESS...

- CONFERENCIA

Cuadro 5. Nota informativa con un insert.

2.5. LA LOCUCIÓN DE LA NOTA INFORMATIVA

La nota informativa del periodista radiofónico es sólo la mitad del camino. Si ya la escribió ahora tiene que leerla. En la transmisión de la información cuentan tanto la redacción como la locución. La locución informativa tiene que ser natural. Las noticias no se leen, se dicen. El reportero no toma el teléfono o el micrófono para

repetir como perico lo que ya escribió, su actitud debe ser la de quien va a explicar algo, debe concentrarse en lo que está diciendo. Tiene que encontrar un ritmo de voz moderado y no hay necesidad de engolar la voz.

El radioescucha no sólo está recibiendo una noticia hablada sino que, a través de las voces que escucha, está buscando credibilidad. Si el oyente no confía en quien habla poco valor tendrá el mensaje. Por ello, un locutor que desea obtener la credibilidad de quien lo escucha debe reflejar honestidad, conocimiento y dinamismo.⁴⁵

El locutor debe ser honesto consigo mismo y con su público. Debe desarrollar una reputación de persona honesta e imparcial si pretende que el receptor acepte su mensaje. Si un periodista es identificado con alguna corriente política específica, difícilmente el radioescucha creará que sus comentarios políticos son totalmente imparciales, y ni qué decir si algún reportero aparece en la lista de los narcoperiodistas de Carpizo.⁴⁶

El locutor informativo debe también demostrar sus conocimientos, esto es, su competencia en los temas que desarrolla y el nivel de experiencia que tiene. Un orador que es reconocido como experto, en este caso en la economía y las finanzas, puede esperar más aceptación de su mensaje que otro que no goza de este reconocimiento. De ahí la importancia de la capacitación del reportero y su preocupación por no sólo repetir lo que la fuente le dice, sino entenderlo y explicarlo a sus radioescuchas.

⁴⁵ Cf. Winston y William en Eileen McEntee, Comunicación oral. El arte y ciencia de hablar en público, Ed. Alhambra, 3a ed. México, 1988, pp. 15-17.

⁴⁶ Jorge Carpizo McGregor, en su carácter de secretario de Gobernación durante la parte final del sexenio de Carlos Salinas, aseguró que tenía en su poder una lista con los nombres de algunos periodistas que presuntamente guardaban alguna relación con narcotraficantes. Sólo algunos nombres se hicieron públicos y nunca se supo realmente quienes eran los mencionados o bien si realmente esa lista existió.

El dinamismo del reportero es también importante al momento de enfrentar a sus radioescuchas, una voz extremadamente pausada o acelerada, insegura o arrogante y en un volumen muy bajo o muy alto puede causar un impacto negativo en el receptor respecto al emisor. Baste con escuchar y ver a algunos lectores de noticias de la televisión que con sus palabras arrastradas y sus poses ante las cámaras acaban por caer gordos. En radio también los hay, pero seguro que los de televisión son fácilmente identificables.

Entre los periodistas y locutores primerizos se presenta un hecho inevitable: el miedo al micrófono. Pensar que del otro lado hay no se cuántas personas escuchando provoca estragos hasta en el más valiente de los reporteros novatos. La cobertura de la primera nota para radio nunca se olvida. Se recurre a la fuente y se obtiene la información, se redacta la nota y en ese lapso uno no deja de pensar en el momento en que sea necesario marcar el teléfono para transmitir la información, ya sea para grabar la noticia o, peor aún, si hay que pasar en vivo en alguno de los noticiarios.

Las manos empiezan a sudar, un escalofrío recorre todo el cuerpo de pies a cabeza, la mandíbula se pone a dar de brincos como quien está en el polo norte sin chamarra. No queremos que nadie nos hable y sólo estamos esperando que, por algún milagro, alguien nos diga que no es necesario pasar la información. El nerviosismo que sentimos es una respuesta emocional y física completamente normal que nos está indicando que estamos frente a una situación importante o peligrosa. Tenemos miedo de perder la aprobación social de quien nos escucha y claro está que dicha aprobación es muy importante para nosotros que vivimos en sociedad.⁴⁷

⁴⁷ Cf. Eileen McEntee, op. cit. p. 18

El nerviosismo es una energía que debemos aprovechar, es una reacción natural de nuestro cuerpo que nos alerta y nos previene de confiarnos y cometer un error. El reportero nervioso es un reportero atento que seguramente se fijará muy bien en no cometer algún error con la información que maneja. El nerviosismo se desvanece con la experiencia pero lo que nunca se debe perder es el respeto al micrófono, pues estar en esa posición implica una gran responsabilidad.

El reportero novato puede hacer algunos ejercicios que si bien no está garantizado que le quitarán el miedo al micrófono, si le pueden ayudar a enfrentarlo de mejor manera: Un periodista bien informado es un periodista seguro. Es necesario empaparse bien con la noticia, conocer detalles, antecedentes y tener en cuenta posibles consecuencias para evitar cualquier contratiempo.

En una ocasión un reportero que cubría un evento al aire libre transmitió su información desde un teléfono celular, en un papel había escrito su nota, misma que sostenía en la misma mano que la grabadora donde tenía ya seleccionado el insert. Comenzó a dar su nota cuando el viento le arrebató de la mano el papel donde había escrito su información, su primera reacción fue, sin dejar de hablar, perseguir la hojita que volaba por los aires hasta que optó por comentar lo que sabía de la información y terminar dignamente su participación.

Otro consejo para el reportero radiofónico es practicar la lectura en voz alta. Hablar, hablar y hablar. De esa forma podrá identificar sus fallas de dicción y este ejercicio le dará más confianza de elevar la voz al momento de leer. Sería conveniente que advirtieran a sus familias y a sus vecinos que emprenderán este ejercicio, para evitar que piensen que han perdido la razón.

Hay también que relajarse antes de enfrentar el micrófono. Mientras más nervioso esté el reportero más trabajo le costará hacer un buen papel. Hay que pensar que es una gran responsabilidad pero que no es para tanto. Hay que tomar aire, tener pensamientos positivos y sobre todo estar seguros que sabemos lo que vamos a decir.

El objetivo de saber identificar y consultar las fuentes adecuadas, redactar buenas notas y hablar bien en radio es transmitir información a los radioescuchas. Aunque, desafortunadamente, en muchas ocasiones sean malas noticias y en los últimos tiempos los reporteros de la fuente económico-financiera hemos sido portadores de estas malas nuevas.

En síntesis, podemos decir que el reportero especializado en la economía y las finanzas debe contar con un acervo de conocimientos propios de estas materias, que le permitan entender el mensaje que emiten las fuentes de información especializadas. También, debe tener la capacidad de transmitir esa noticia, en un lenguaje claro a su auditorio.

La relación del reportero con las fuentes es un vínculo entre instituciones, en donde cada una de ellas busca preservar sus intereses. La fuente tratará de que el reportero dé a conocer la información que le convenga, mientras que el periodista tratará de descubrir la noticia que al medio de comunicación le interesa vender. Los instrumentos de contacto del reportero de radio con la información son tan variados como un boletín, un *chacaleo* o una entrevista, y de todos y cada uno de los canales de obtención de información lo que busca es una nota informativa, que redactará de forma concreta y clara para después leerla en voz alta ante su auditorio.

CAPÍTULO TRES

LA INFORMACIÓN FINANCIERA EN *LÍNEA DIRECTA DE FIN DE SEMANA*

La información económica y financiera que incluyen los medios de comunicación tiende más a tratar temas relacionados con la macroeconomía que con la microeconomía.

Cuando la economía enfoca su estudio en los agentes individuales del proceso, el dueño particular de la tierra, de la mano de obra o del capital, o cuando pone de relieve, preferentemente, la manera como un empresario típico organiza la tierra, el trabajo y el capital en su empresa entonces el estudio resultante lo llamamos microeconomía. Sin embargo, cuando la economía enfoca su lente abriéndolo al grado máximo posible, no tanto para estudiar al participante individual en el proceso de la producción, sino para abarcar la actividad global de todos los participantes, entonces a ese estudio se le designa con el nombre de macroeconomía.⁴⁸

Cifras globales, para audiencias masivas. El comportamiento de los agentes económicos públicos y privados, tanto nacionales como extranjeros. En un medio de comunicación masiva, la materia prima informativa en economía y finanzas debe ser acorde con el tipo de audiencia que persigue.

⁴⁸ Robert Heilbroner. *Comprensión de la macroeconomía* Unión Tipográfica Editorial México, 1985 p12

3.1. CUANDO LOS TESOBONOS SE METIERON EN LA CANASTA BÁSICA

En el argot periodístico, cuando una noticia "escapa" al periodista se dice que "se le fue la nota". No la percibió, no la previó y se enteró de ella en otros medios informativos. El 19 de diciembre de 1994, a la gran mayoría de los reporteros y comentaristas especializados en la economía y las finanzas se nos fue la nota.

Visto a la distancia los signos eran claros: el déficit en la balanza de pagos⁴⁹, el alto nivel de sobrevaluación del peso frente al dólar, la salida masiva de capitales extranjeros y nacionales de portafolios, la acumulación de los problemas políticos; en fin, una serie de elementos que indicaban el advenimiento de un problema económico reflejado, de manera inicial, en una devaluación del peso.

Ninguno de los elementos que propiciaron la devaluación monetaria apareció repentinamente. Todos ellos estaban ahí, aunque algunos, hay que decirlo, trataron de ser escondidos por las propias autoridades. Sin embargo, casi nadie se dio cuenta de la cantidad de *vapor* que se acumulaba en la olla económica mexicana, hasta que estalló.

Todavía hoy se discute sobre la autoría de la crisis. Unos hablan del *error de noviembre*, otros del *error de diciembre* con toda la carga política que ello implica. Algunos otros, más analíticos y menos apasionados, reparten responsabilidades entre las dos administraciones: la de Salinas y la de Zedillo. La

⁴⁹ "El comercio internacional, la inversión extranjera directa, la deuda externa, encuentran cabida en la balanza de pagos de cualquier país. La balanza de pagos de un país registra, entonces, las relaciones económicas de ese país con el resto del mundo. Es, en pocas palabras, un registro que comprende el asiento automático de todas las transacciones ocurridas en un periodo dado (generalmente un año) entre individuos económicos del país (residentes) e individuos económicos del exterior (no residentes)". ROSARIO Green: *La Economía*. Ed. Trillas, 2a edición, México, 1985 p. 62.

paternidad de la crisis del 94 es un tema interesante que, no obstante dejaremos hasta aquí ya que no es motivo de este trabajo.

La devaluación no sólo sorprendió a la prensa, sino a una gran mayoría de los sectores sociales que habían confiado en la mejoría económica del país. La información de las primeras horas después de anunciada la medida era confusa, parcial y escasa. Apareció entonces el rumor, esa información diseminada por una fuente desconocida⁵⁰, que además de dificultar la labor informativa, provocó mayor confusión en los mercados financieros.

El concepto devaluación no era nuevo en el vocabulario común de la mayoría de los mexicanos: 1976, 1982, 1985 y 1987 son años que se mantienen en el recuerdo de muchas personas por la depreciación de la moneda nacional frente a la divisa estadounidense. 1994 es un año que seguramente el lector, salvo que sea extranjero, recordará con dureza y relacionará directamente con la crisis. Pero acompañando a la crisis surgieron otras palabras que se hicieron de dominio público como los Tesobonos, que dejaron de ser instrumentos de deuda pública de corto plazo denominados en dólares, para convertirse en sinónimo de la crisis que afectaba al país.

La devaluación del peso frente al dólar, el incremento sustancial de las tasas de interés y en general el desorden financiero provocaron el incremento de la peor de las consecuencias para la sociedad: la inflación. Ese incremento constante de los precios que no se acompañó por un aumento en los ingresos de la gente, lo que se tradujo en una reducción en el poder de compra de los mexicanos que todavía hasta este momento no se logra superar.

⁵⁰ SHIBUTANI en REED Blake, et al.; Una taxonomía de conceptos de la comunicación; Ediciones Nuevaomar; México, 1988 Pg. 34

Estos efectos tan nocivos provocaron mayor interés por parte de la gente en los temas económicos. O, al menos mayor interés de los medios de comunicación por dar cuenta de este tipo de noticias. Seguimientos constantes de la cotización peso-dólar, del comportamiento de la Bolsa Mexicana de Valores, de los reportes inflacionarios quincenales del Banco de México, etcétera, fueron realizados de manera común en la prensa escrita, la radio y la televisión.

Los reporteros de la fuente económico-financiera teníamos constantemente *la de ocho*, esto es, la noticia más importante del día. Jornadas largas de trabajo en las que había que hacer un recuento de los daños provocados por la debacle económica, conseguir los comentarios y reacciones de los diferentes grupos empresariales, además claro, de no perder de vista la nueva mala noticia que con frecuencia se iba generando. La promesa de ingresar al Primer Mundo se había ido junto con el entusiasmo de muchas de las notas que hablaban de cómo administrar el nuevo milagro mexicano. Desde los medios, muchos creyeron en el nuevo milagro mexicano, en el bienestar para las familias, en la prosperidad económica, y de ahí se contagió a la población.

3.2. LAS ADMINISTRADORAS DE FONDOS PARA EL RETIRO, UNA BUENA NOTICIA

La información económico-financiera se popularizó ya que fue la mejor manera de reflejar la crisis económica. "Las estadísticas sobre el ingreso y el producto nacional constituyen indudablemente el más importante conjunto de información económica de la que hoy se dispone. Las oficinas estatales utilizan ampliamente

estas estadísticas a fin de evaluar la marcha de la economía y adoptar decisiones concernientes a la política económica, así como las esperan los hombres de negocios para evaluar las tendencias económicas al estudiar los mercados para sus productos"⁵¹.

Sin embargo, la utilidad práctica de este tipo de información para la gran mayoría de la población permaneció limitada. El hecho de que el Índice de Precios y Cotizaciones de la BMV baje en una sola jornada más del 3% nos habla de que hay factores en el ambiente económico que preocupan a los inversionistas. El mensaje para la parte más amplia de la audiencia es que el país sigue mal. Mientras que una parte muy pequeña de la gente piensa: mis inversiones están mal.

Hay, no obstante, noticias de corte económico-financiero que sí involucran a un número mayor de personas. En estricto sentido el reporte inflacionario del Banco de México es de interés más generalizado, pero en la práctica no lo es. ¿No hemos escuchado acaso que mientras el Banco de México reporta un incremento en el Índice Nacional de Precios al Consumidor de 2% en determinado mes, las amas de casa aseguran que los productos del mercado o el súper subieron al doble? No importa cuánto digan las autoridades que subió la inflación, importa cuánto me gasto para comprar los productos que yo necesito.

Una noticia que sí importa e influye es por ejemplo la aparición del nuevo sistema de pensiones⁵² concesionado a particulares a través de las Administradoras de Fondos para el Retiro, las AFORE, a las que deberán registrarse todos los trabajadores que coticen en el Instituto Mexicano del Seguro Social.

⁵¹ Warren Smith, *Macroeconomía*, Amorrortu Editores, 2a Ed. Buenos Aires, p. 37.

⁵² Publicado en la nueva Ley del Seguro Social, Diario Oficial de la Federación, Diciembre 21, 1995

Surgió así el interés de quienes se preocupan por su retiro, pero surgió también la atención de los que pensaban que había llegado el momento de hacer del retiro la preocupación del momento. "Los problemas que suscitan la atención del hombre cambian, no al azar, sino de acuerdo, en su mayor parte, con las variantes demandas de la sociedad y la economía"⁵³

¿La aparición de las AFORE es, verdaderamente, una buena noticia? Tema, sin duda, de un largo debate que llama a una confrontación de ideas de cómo procurar un retiro digno a los trabajadores y que no tiene cabida en este documento. Sin embargo, las AFORE pueden ser una buena noticia dependiendo el punto de vista del que se mire.

Ha quedado establecido que los medios de comunicación son empresas con fines de lucro que, en el caso de la radio, obtienen sus ingresos principalmente de la publicidad. Así es que si nace un nuevo sistema de administración de pensiones para unos diez y medio millones de trabajadores que alentará la competencia entre 16 opciones, seguro es que necesitarán anunciarse y eso, indiscutiblemente, es buena noticia para las empresas radiofónicas.

En el caso de las AFORE, y a diferencia de las operaciones de la bolsa de valores, hay más gente que participa directamente en su operación, y eso explica también el hecho de que las personas pidan más información.

Desde el punto de vista periodístico, el interés general en un tema abre una veta informativa que se tiene que explotar. Si el tema prevalece en el gusto informativo de la opinión pública lo acertado es dar seguimiento a la noticia. Sin embargo, la

⁵³ Paul Lazarsfeld, et al, en Miquel de Moragas, op cit. p. 23

realidad de las noticias por radio es que se da una clara discontinuidad en el seguimiento de los hechos importantes. Un hecho relevante que hoy es la noticia principal del noticiario radiofónico, pasa en pocos días a ocupar lugares secundarios y después, sencillamente esa noticia, ese seguimiento de la información, ya no aparece. Esta falta de seguimiento es común en la radio porque este medio no da cuenta de procesos sino de hechos: tal día, a tal hora, pasó tal cosa. Rara vez se vinculan con antecedentes o hechos alternos⁵⁴.

"De hecho, lo que la información radiofónica da a sus escuchas es sólo la punta del iceberg; la gran masa que se halla debajo del agua permanece desconocida"⁵⁵. Nuestro noticiario, *Línea Directa*, no es la excepción.

3.3. EL NOTICIARIO LÍNEA DIRECTA DE FIN DE SEMANA

Línea Directa es un noticiario que Radio Fórmula ha tenido al aire durante los últimos 5 años, en una emisión de lunes a viernes. Este programa informativo complementa la barra de noticiarios matutinos de la radiodifusora: *Buenos Días* con Héctor Martínez Serrano, *Cúpula Empresarial* con Oscar Mario Beteta y *Ensalada de Lechuga* con Héctor Lechuga. Actualmente, los titulares de Línea Directa de lunes a viernes son Mauricio Hernández de 6 a 7 de la mañana y Eduardo Ruiz Healy, de las 7 a las 10 de la mañana.

⁵⁴ Cf. José Luis Gutiérrez, et al. *Información radiofónica: el mundo en tres minutos*, en María A. Rebel, et al. Perfiles del Cuadrante Editorial Trillas; México, 1989. p 156

⁵⁵ Idem

A diferencia de la variedad de programas informativos que Radio Fórmula tiene de lunes a viernes, durante el fin de semana no había una opción noticiosa por parte de esta cadena radiofónica. En agosto de 1996, quien esto escribe junto con el director de noticias de Radio Fórmula, Rafael Lugo, enviamos a la presidencia de la empresa un proyecto para lanzar al aire un noticiero de información general que cubriera el espacio vacante.

La iniciativa fue aprobada y, después de negociar los términos económicos, se dio la autorización para que arrancara el proyecto el 28 de septiembre de ese mismo año. Se hizo a través de la emisora líder del grupo, Radio Fórmula 970 de amplitud modulada y bajo el nombre de *Línea Directa*, el programa informativo institucional de la radiodifusora.

El equipo humano, para la transmisión del programa, quedó constituido por el autor de este trabajo como conductor titular y director de la emisión, Adrián Boza como co-conductor y Germán Silva como productor. Adicionalmente, el noticiero contaría con los comentarios de Ramón de Florez en temas internacionales, Jesús González Shmal en temas políticos, Catalina Noriega también en temas políticos, Roberto Blanco Moheno en temas diversos, David Páramo en temas económicos, Juan Antonio Jiménez en temas deportivos, y Ana María Alvarado en temas relacionados con los espectáculos y el mundo de la farándula.

El horario inicial para esta emisión fue: los sábados de las 7 a las 8:30 horas, y los domingos de las 7 a las 9 horas. Línea Directa de Fin de Semana, como llamamos al noticiero para distinguirlo de la emisión semanal, ocupó el lugar que tenían los programas *En la Feria con Cepillín* y *el Tío Tacho*, de corte infantil, lo que al principio nos valió la queja de algunos radioescuchas.

Desde el punto de vista comercial, nuestro noticiario era la oportunidad de aumentar el número de oyentes captados esos días por la estación. La radio comercial tiene el cuidado de estudiar a sus audiencias ya que son consumidores potenciales de los artículos y servicios que se anuncian a través de sus emisiones, y para ello sirven los *raiting*s⁵⁶ que son encuestas realizadas por compañías especializadas en ello, entre la población para determinar sus preferencias radiofónicas, en este caso.

Los niveles de audiencia, o *raiting*s, son datos que los grupos radiofónicos guardan muy celosamente. No obstante, pudimos saber que al iniciar el noticiario, a finales de septiembre, el *raiting* de la XEDF-AM 970, los sábados y domingos, de 8 a 9 de la mañana, era de .04 puntos, nivel muy bajo si se compara con el 1.43 que marcaba quien sería nuestra competencia: *Monitor* de Infored, que se transmite a través de Radio Red en la frecuencia 1110 de A.M. de las 6 a las 10 de la mañana, en su emisión sabatina.⁵⁷

Los principales lineamientos que establecimos para el noticiario eran: acompañar la nota informativa del comentario de nuestros colaboradores; dar cabida a todo tipo de información: política, económico-financiera, social, deportiva, cultural, policiaca, etcétera; y algo muy importante, leer las llamadas del auditorio tal cual las dictaban a las telefonistas, cuidando solamente el respeto a la privacidad y evitando la calumnia.

En los meses subsecuentes, el noticiario sufrió algunas variaciones. A finales de octubre nos ampliaron el horario, para empezar ya no a las 7 sino a las 6 de la mañana. Ramón de Florez, comentarista internacional, ocupó un lugar en la mesa

⁵⁶ Cf. *Ibidem* Pg. 245

⁵⁷ International Research Associates, *Raitigs de Personas*, septiembre de 1996; global sábados y domingos de 6 a 24 horas.

de trabajo como co-conductor y Juan Antonio Jiménez, comentarista deportivo, obtuvo una sección fija de 10 minutos cada hora. Para noviembre de ese año la mejoría en el rating era notable. Radio Fórmula 970 A.M. marcaba de 6 a 7 de la mañana 0.11 puntos⁵⁸; de las 7 a las 8 registraba 0.20 unidades; mientras que de 8 a 9 el rating era de 0.44 puntos. Lo que nos ponía en tercer lugar de audiencia abajo de Monitor de Infored y del programa de Héctor Martínez Serrano de la XEW, emisiones que marcaron, de 8 a 9, más de 1.50 puntos⁵⁹.

Esta tercera posición puede considerarse muy decorosa si tomamos en cuenta que competimos con un noticiario con más de 20 años al aire y que goza del prestigio de José Gutiérrez Vivó, como lo es Monitor, y con un hombre también de mucha tradición en la radio como Héctor Martínez Serrano.

Lo que nunca pensamos respecto a este último personaje es que tendríamos que competir con él, pero dentro de Radio Fórmula. Ya en febrero de este año, concretamente el día 15, unos cuantos minutos antes de entrar al aire recibimos la instrucción contundente desde la vicepresidencia de la empresa: presentar al aire al señor Martínez Serrano quien a partir de esa fecha se integraba a Radio Fórmula.

Si bien esta historia es posterior a la fecha de las emisiones que a continuación presentamos, considero importante destacar que ese no fue el fin de Línea Directa de Fin de Semana. Los directivos de la radiodifusora reconocieron que el producto que presentábamos al aire era bueno y rentable, por lo que la única opción fue cambiarlo de emisora. Dejamos la estación líder, XEDF que tiene cobertura

⁵⁸ Hay que tomar en cuenta que Línea Directa de Fin de Semana tenía menos de un mes en este horario

⁵⁹ International Research Associates, Rating de Personas, noviembre de 1996, global sábados y domingos de 6 a 24 horas.

nacional, para transmitir por la XESM 1470 A.M. de cobertura local, esto es, el Distrito Federal y su zona metropolitana. Y desde ahí empezamos de nuevo.

Asimilamos el cambio entendiendo las razones económicas de la radiodifusora. Martínez Serrano es un líder de opinión muy escuchado y con muy altos niveles de audiencia. Entendimos que su presencia en Radio Fórmula beneficiaba a la empresa y agradecimos que en lugar de desaparecer nuestro programa, nos buscaran una alternativa.

3.4. LOS PROGRAMAS DEL SÁBADO 23 Y DOMINGO 24 DE ENERO DE 1997. CUANDO LA INFORMACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA NO PROVOCÓ LA RETROALIMENTACIÓN DE LA AUDIENCIA.

A lo largo de este trabajo hemos hablado de la manera de divulgar la información de corte económico-financiera a través de la radio. Sin embargo, para hablar del impacto que ésta tiene entre el auditorio sería necesario realizar alguna encuesta para conocer, por ejemplo, si este tipo de información es lo suficientemente clara. Una tarea así sería deseable pero demasiado ambiciosa y tardada para un trabajo como éste.

De ahí que me pareciera conveniente experimentar con el auditorio de mi programa radiofónico en busca de alguna respuesta. La idea no era plantear a los radioescuchas que estaban participando en una encuesta o sondeo, sino más bien, dentro de la dinámica del programa obtener respuestas espontáneas.

Busqué la reacción a dos tipos de noticias de corte económico-financiero: las de orden marcoeconómico, como el reporte de la balanza comercial de México con el resto del mundo de todo 1996. Y las que involucran los intereses directos de la gente, como la puesta en marcha de las AFORE.

Ambas noticias estaban calendarizadas. La balanza comercial se dio a conocer, tal y como estaba previsto, el jueves 23 de enero de 1997, por lo que retomé la información el sábado siguiente. Mientras que la entrada en vigor de las AFORE también estaba determinada con varios meses de anticipación y la fecha era el 3 de febrero de 1997.

3.4.1. SÁBADO 25 DE ENERO DE 1997

El sábado 25 de enero de 1997 Línea Directa de Fin de Semana inició con estas noticias como las más importantes del día:

- La competencia, tanto económica como política, debe ser sana para que al final ganemos todos, aseguró el presidente Ernesto Zedillo durante su gira de trabajo por el Estado de Nuevo León.
- Murieron dos de los septillizos nacidos el pasado 21 de enero en el hospital de Gineco-obstetricia del IMSS.
- Una multa de 20 salarios mínimos fue dictada al ex fiscal especial del caso Ruiz Massieu, Pablo Chapa Bezanilla, por no presentarse a declarar en el Reclusorio Norte.
- La ciudad de México es una de las más peligrosas del mundo, reconocieron las autoridades capitalinas al decidir la instalación de un

Consejo de Protección Civil que facultará al jefe del gobierno de la ciudad para decretar, de ser necesario, el estado de emergencia.

- Los empresarios no somos hermanitas de la caridad, declaró Carlos Abascal, presidente de la COPARMEX. Sin embargo, dijo que no van a permitir que se siga deteriorando el poder adquisitivo de los trabajadores.

- En los Estados Unidos, William Cohen asumió el cargo de secretario de la defensa en sustitución de William Perry.

Después de este resumen, los cinco temas que más desarrollamos en la mesa fueron:

-La inseguridad de la ciudad de México. A propósito de que en días pasados a esa fecha el Departamento de Estado de los Estados Unidos había advertido a sus ciudadanos que resultaba peligroso utilizar taxis en la Ciudad de México.

- El ambiente preelectoral de la capital. Informamos que el PRI estaba realizando una encuesta pública en las calles pero utilizando los servicios de boleros, taxistas, vendedores ambulantes, que preguntaban a la gente sobre sus preferencias electorales.

- Los nombres de los precandidatos al gobierno del DF por parte del PAN, el PRI y el PRD. Francisco José Paoli y Carlos Castillo Peraza se habían registrado como aspirantes a la candidatura de Acción Nacional, lo que además nos dio opción de especular respecto a los precandidatos de los otros dos partidos.

- El enfrentamiento entre las fuerzas públicas y los comerciantes ambulantes en Naucalpan. Los motivos políticos que podría haber en esta confrontación tomando en cuenta que los ambulantes son militantes priistas y las autoridades son de extracción panista.

- La desaparición de Pablo Chapa Bezanilla, quien se encontraba prófugo de la justicia.

A las 7:32 de la mañana informé al auditorio sobre el resultado de la balanza comercial de México con el exterior durante 1996 e hice la invitación para que nos llamaran a la cabina para que nos dijeran ¿qué les parecía el hecho de que México había logrado ese buen resultado y que la economía mostrara, lentamente, cierta recuperación? Esta es la transcripción de lo que dije al aire aquel sábado:

CORTINILLA: Línea Directa con las finanzas

Continuamos adelante con la información financiera. Recuerde nuestros números telefónicos, el 282-2026 y el 280-2874, lo invito a que nos hable y nos dé su opinión respecto a esto que le voy a platicar. Fíjese que apenas el jueves pasado la Secretaría de Hacienda informó sobre el comportamiento de la balanza comercial del país, esto es, la cantidad de productos que México compra del exterior y los que vende al extranjero. El superávit, esto es, el resultado positivo para México fue de 6, 292 millones de dólares. Las exportaciones mexicanas crecieron durante el año pasado en 20 por ciento, mientras que las importaciones aumentaron 23.3 por ciento, lo que significa que las importaciones crecieron de una forma más dinámica que las exportaciones. De cualquier forma, al final del año en pesos y centavos, mejor dicho, en dólares y centavos vendimos más de lo que compramos. No deja de llamar la atención que la importación de bienes de consumo, que son los productos que compramos en el súper, o las computadoras, en fin, todos aquellos productos importados, crecieron 24.8 por ciento, lo que significa que otra vez las importaciones están igualando los precios de los productos mexicanos. Es precisamente este tipo de importaciones las que más hay que vigilar, ya que durante 1994 uno de los problemas que tuvimos con la economía fue la compra compulsiva, o excesiva, de productos del exterior. ¿Se acuerda en los supermercados que había pasillos enteros en los que se veían productos importados? Desde papas hasta jabones. Claro que a estas alturas, pues, ya no podemos pensar en limitar los productos extranjeros, pero comprarlos significa mandar nuestro dinero al extranjero. Claro que si los productos mexicanos no tienen la misma calidad, pues claro que compraremos lo importado.

Aprovechando esta información, yo quería preguntarle a usted ¿Para qué nos sirve la información económica-financiera? ¿Qué utilidad tiene el enterarnos de la balanza comercial o de la bolsa, o de estos datos macroeconómicos? ¿Le sirve que aquí en Línea Directa le informemos de estos datos? ¿Por que no nos habla al 282-2026 o al 280-2874 y nos dice qué piensa de la información económica-financiera de Línea Directa? Todos los fines de semana les hablamos aquí de cuestiones económicas, hoy fue de la balanza comercial, también hablamos confrecuencia de la inflación y de ahí la importancia de que usted nos de su opinión. 282-2026, 280-2874. Vamos a hacer una pausa y regresamos a platicar de la situación de Perú en donde todavía no hay una solución al asunto de la toma de la embajada japonesa en Lima.

Después de esto esperamos una respuesta por parte del auditorio, pero no llegó ninguna respuesta del auditorio a estas preguntas. No decidí insistir en la petición para evitar que se perdiera el toque de naturalidad que pretendía. Opté por repetir la fórmula al día siguiente. En este mismo capítulo aparecen unas gráficas en las que muestro el origen de las llamadas, el sexo de quienes las hicieron y los temas que trataron en sus comunicaciones.

3.4.2. DOMINGO 26 DE ENERO DE 1997

Al día siguiente las noticias del día no eran de ninguna trascendencia. Declaraciones y reacciones a hechos anteriores. Este es el teaser, o resumen inicial, del noticiario:

- El Clero pidió que comparezca el ex secretario de Gobernación Jorge Carpizo para que aclare muchas dudas respecto al asesinato del Cardenal Juan Jesús Posadas Ocampo.

- El líder del PRI en la Ciudad de México, Roberto Campa Cifrián, aseguró que sí habrá debates entre los candidatos al gobierno del Distrito Federal, y confirmó que su partido asistirá al encuentro.
- El PAN y el PRD le apuestan al fracaso, aseguró Humberto Roque Villanueva, líder nacional del PRI.
- El titular de la Dirección General de Política del Departamento del Distrito Federal, Alfonso Malagón, aseguró que se reconfigurarán las fuerzas policiacas de la ciudad, sobre todo en el área bancaria.
- Unos 200 taxistas protestaron ayer en el Zócalo en contra de las acusaciones de Estados Unidos que los señalan como un transporte público inseguro.
- Pide Japón a Perú que reanude de inmediato la ayuda humanitaria a los rehenes de la casa del embajador japonés.
- Este domingo hay todo un banquete deportivo. Se juega el clásico América-Guadalajara, además de que hoy es el día del Superbowl.

Los cinco temas que más tratamos durante este domingo fueron: La protesta de los taxistas en el Zócalo. El cobro de cuotas al comercio ambulante y el manejo político de estos grupos. La gira del presidente Zedillo por Nuevo León. La situación jurídica de Raúl Salinas de Gortari. Y los partidos de fútbol soccer y americano de ese día.

Poco antes de las ocho de la mañana⁶⁰ retomé las preguntas del día anterior, sólo que en esta ocasión hablé de precios. Aquí la transcripción de la transmisión:

⁶⁰ En este caso no puedo precisar la hora ya que no la mencioné al aire ni antes ni después de hacer el comentario.

CORTINILLA: Línea Directa con las finanzas

Continuamos adelante en Línea Directa, nuestros números telefónicos el 282-1016 y el 280-2874. De acuerdo con las autoridades del Banco de México la inflación mantiene una tendencia a la baja. Dicen que los precios ya no están subiendo tanto como pasó durante el año pasado y también durante 1995. De cualquier forma, la gran mayoría de la gente ve cómo ya no le alcanza el dinero, y ya no digamos para las vacaciones o para algún lujo. No, no alcanza para comprar la despensa, y si le preguntamos a cualquier ama de casa qué opina de la inflación del Banco de México nos va a decir que eso es falso y que no es cierto, que cada vez que va al mercado le alcanza menos el dinero y que los precios suben mucho. Como dice mi compañero Nino Canún ¿Usted qué opina?

Adrián Boza: Sí Enrique, el dinero ya no alcanza y esto lo vemos con el gasto de la casa. Las esposas piden más dinero a sus esposos, pero, pues, si no les pagan más ¿qué pueden hacer? Si muchos con suerte todavía tienen su trabajo, ¿cuántas personas se han quedado en la calle? Ya no digas con esos suelditos, sin nada.

Enrique Campos: Pues sí, pero dicen que la inflación baja y que el empleo se está recuperando y vemos esto en las calles, pues como que hay una gran contradicción. Ahora, lo que sí dijeron, y lo dijo el secretario de Hacienda, Guillermo Ortiz, es que los últimos que iban a sentir la recuperación eran, desafortunadamente, los mexicanos; en su poder de compra. ¿Que le parecen a usted estas cifras oficiales de la inflación y el desempleo? Y bueno, en general, ¿qué utilidad le ve usted a este tipo de información económica que le transmitimos? Porque no nos habla y nos da su opinión al 282-2026 y al 280-2874.

¿Cree usted que hay congruencia entre los datos que da el Banco de México de la inflación y la realidad cotidiana? Ahora, muchos analistas han coincidido en que las cifras del Banco de México no son maquilladas, que no son alteradas para conseguir un resultado a su medida. Lo que sí pasa es que mezclan manzanas con peras y pues eso arroja un resultado que no nos dice mucho. Mire en el Índice Nacional de Precios al Consumidor, como se le llama técnicamente a la inflación, se incluyen desde las tortillas y la leche hasta los automóviles de lujo último modelo. Como que no todos compran esos coches y bueno, tampoco no todos comen tortillas. Lo que pasa es que las autoridades miden todos los precios de la economía, todos. Por eso cuando vamos al mercado y vemos que la carne subió más de la mitad y vemos u

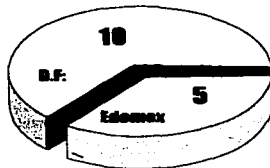
oímos el reporte inflacionario que dice que los precios subieron apenas uno por ciento, pues, como que no nos cuadran las cifras, ¿verdad? Ahora, hay otro indicador el mismo banco, el Banco de México, que mide los precios sólo de la canasta básica, le puedo informar que estos precios se han elevado más que los del índice general. Pero, de cualquier forma, si bien los productos contemplados en la canasta básica se supone son los de consumo diario, la pregunta es ¿quién puede en estos días comprar todos los productos de la canasta básica? Bueno, pues ahí tiene usted estos datos de la economía, que, bueno, en el caso de la inflación si nos afecta todos los días. Ojalá nos pudiera hablar para damos su opinión de esto, 282-2026 y 280-2874. Si le parece hacemos una pausa y regresamos.

Entre todas las llamadas que recibimos después de este comentario, finalmente llegó una relacionada con el planteamiento hecho al aire. Fue la llamada de un hombre, del Distrito Federal, quien comentó: "El pueblo de México estamos totalmente irritados por el mal manejo que el gobierno está haciendo de las finanzas públicas. Esas cifras estratosféricas que el gobierno ha destinado a los partidos es una vergüenza para el pueblo que se está muriendo de hambre. ¿Ese es el bienestar para la familia que habían prometido?"⁶¹ Es evidente en esta llamada telefónica que además de responder al planteamiento económico, está acompañada de un comentario político relacionado con los partidos políticos y una clara alusión al slogan de campaña del ahora presidente Zedillo.

La semana que inició ese domingo fue intensa en materia informativa, por lo que para el sábado siguiente no sólo teníamos el ya previsto tema de las AFORE sino, además una gran cantidad de temas, algunos muy escandalosos y seguros detonadores de la reacción de la audiencia.

⁶¹ Llamada telefónica recibida en la cabina de Radio Fórmula durante la transmisión del noticiero del domingo 26 de enero de 1997.

A continuación aparecen dos gráficas con información de los días 25 y 26 de enero. En ellas aparece el número de llamadas recibidas, su origen geográfico, el sexo de los que hacen las llamadas y, sobre todo, el tema tratado en las mismas. Dentro de este último apartado aparece una categoría denominada *programa* que hace referencia a las llamadas de felicitación o reclamo a los conductores o a la estación. Al final del análisis de los programas de los días 1 y 2 de febrero aparecen las dos gráficas correspondientes.



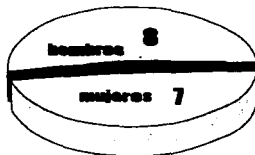
número de llamadas por entidad de origen

**Sábado 25
de enero de
1997**

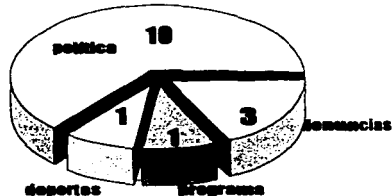
**Línea Directa
radio fórmula**

**Total de
llamadas
recibidas:**

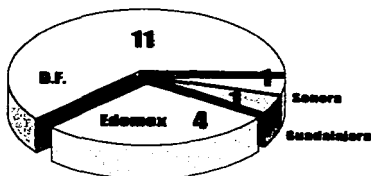
15



sexo de los radioescuchas participantes



temas abordados por los radioescuchas en sus llamadas



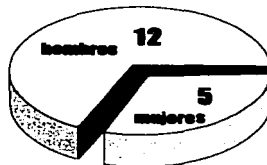
número de llamadas por entidad de origen

**Domingo 26
de enero de
1997**

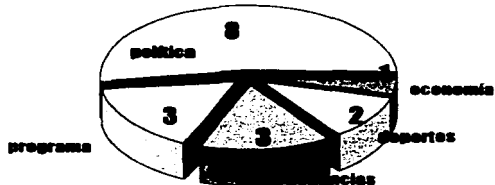
**Línea Directa
radio fórmula**

**Total de
llamadas
recibidas:**

17



sexo de los radioescuchas participantes



temas abordados por los radioescuchas en sus llamadas

3.5. LOS PROGRAMAS DEL SÁBADO 1 Y DOMINGO 2 DE FEBRERO DE 1997. CUANDO LA INFORMACIÓN DE LAS AFORE PROVOCÓ LA REACCIÓN DE LOS RADIOESCUCHAS.

Destapes políticos, escándalos policíacos, entrevistas inesperadas, condenas a narcotraficantes fueron algunos de los temas que compartieron la cartelera informativa con la entrada en vigor de las AFORE. Ese sábado las Administradoras de Fondos para el Retiro tenían la autorización para iniciar con las campañas de publicidad, mientras que el lunes siguiente, el día 3, estaban autorizadas para iniciar la afiliación de los trabajadores.

3.5.1. SÁBADO 1 DE FEBRERO DE 1997

Empezamos esta emisión como siempre con un resumen de las noticias más importantes generadas hasta ese momento. Aquí el lector podrá darse cuenta del peso de las informaciones que hubo ese día:

- Se aclaró el misterio de El Encanto. Francisca Zetina Chavez, alias *la Paca*, junto con otras personas, sembraron la osamenta encontrada en esa propiedad de Raúl Salinas de Gortari. No era Manuel Muñoz Rocha sino el consuegro de *la Paca*.
- El narcotraficante Juan García Ábrego fue condenado a 11 cadenas perpetuas en Houston, Texas, donde permanece recluso. También tendrá que pagar una multa de 128 millones de dólares.

-Sigue provocando reacciones la entrevista que Carlos Salinas de Gortari concedió al periódico *Reforma*, sobre todo por asegurar que en su momento dirá más de lo que sabe.

- A partir del próximo lunes entran en vigor las AFORES⁶². La CONSAR autorizó a 12 administradoras para que se diputen las cuentas de más de 10 millones de trabajadores.

- Fernando Ortiz Arana fue designado ayer como candidato del PRI al gobierno de Querétaro. Todavía no se sabe si su hermano José contendrá por el mismo puesto.

- Continúa el presidente de Perú Alberto Fujimori con sus encuentros internacionales para encontrar una solución a la crisis de los rehenes. En Washington se encontrará con la secretaria de estado Madeliene Albright.

Los cinco temas que más desarrollamos durante la transmisión de ese sábado fueron: La osamenta de El Encanto, la entrevista de Salinas con Reforma, la diferencia en el trato a los narcotraficantes entre México y Estados Unidos, la disputa entre los hermanos Ortiz Arana por el gobierno de Querétaro y las AFORE.

Esta es la transcripción del programa cuando se trató el tema de las AFORE:

CORTINILLA: Línea Directa con las finanzas

Enrique Campos: 7.43 minutos, continuamos adelante con temas económicos que nos interesan a todos, tiene que ver con la entrada en vigor de las AFORES, las famosas Administradoras de Fondos para el Retiro, que a partir de este día empieza la competencia publicitaria por parte de las diferentes AFORES, las 12 que ya están autorizadas, y a partir del lunes ya tienen permiso para afiliarse a los trabajadores. Así es

⁶² Inicialmente llamaba AFORES a las Administradoras de Fondos para el Retiro hasta que caí en la cuenta de que no habla por qué pluralizar las siglas. Con el objetivo de respetar la redacción original no cambiaré AFORES por AFORE.

que usted que estaba cotizando al IMSS, o que daba sus cuotas al IMSS, va a cambiar a este sistema donde va usted a ahorrar para su futuro, su retiro con una empresa privada, por lo que no se sorprenda si le llueven los promotores de las diferentes Administradoras de Fondos para el Retiro.

Vale la pena recordar los nombres de estas AFORES, de estas administradoras que van a participar que se van a disputar este gigantesco pastel que somos los trabajadores, 10.5 millones de trabajadores vamos a entrar al sistema de las AFORES. Es importante que usted vaya contemplando las diferentes opciones, que las analice muy bien antes de tomar una decisión. Vámonos en orden estrictamente alfabético: están las AFORES de Bancomer, Banamex, Bitel, Génesis, Inbursa, Previnter, Tepeyac, Bancreer-Dresner, Garante, Profuturo GNP, Santander-Mexicano y Sólida Banorte. Esas son las 12 AFORES que se van a disputar justamente el gran pastel del ahorro para el retiro. Y bueno, pues seguramente habrá muchas dudas en torno a qué hacer ahora con esto de las AFORES, quien nos va a escoger la AFORE, ¿a caso el sindicato? ¿A caso el patrón? No, definitivamente cada trabajador tiene el derecho de escoger quien le va administrar sus recursos para el retiro.

Mire, aquí algunos consejos y con mucho gusto si usted tiene una duda y con los elementos que tenemos la podemos responder lo haremos y si no lo encauzamos hacia las instancias correspondientes para que usted no tenga ningún problema al momento de elegir esto que, créame, es muy importante porque de esto depende el retiro de muchos trabajadores, el tener recursos para poderse retirar, esto además de que, bueno, es benéfico para el país porque se incrementa el ahorro interno y tiene una mejor posición para recibir los golpes del exterior como aquel que seguramente a nadie se nos va a olvidar de diciembre de 1994.

Mire, usted puede elegir libremente la AFORE que más le convenga, nada de que el sindicato, nada de que el patrón le dice tú te vas con éste tu te vas con aquel, esto es como el voto, es libre, usted decide con quién se va.

Otro aspecto importante es que hay que registrarse directamente en las oficinas de la AFORE, o bien a través de los agentes promotores de éstas que deben tener identificación, una credencial con un número de registro de la CONSAR. Revise usted muy bien que la persona que se acerque a usted a tratarlo de convencer, o a registrarlo si ya se convenció, tenga una credencial que lo identifique con un número de la CONSAR.

Asimismo, usted debe llenar y firmar la solicitud de registro y el contrato para que usted quede inscrito. Para registrar a un trabajador, es obligación de la AFORE informarle lo siguiente, cuando usted se vaya a inscribir le tienen que decir esto: el objetivo y el funcionamiento de su ahorro para el retiro, esto es, para qué va a servir, cuánto le van a dar, cuánto le van a cobrar de comisiones, tenga mucho cuidado con estos numeritos de las comisiones compárelos, vea cuál es la mejor opción, asesórese, para que tome usted una decisión acertada.

También le deben informar los servicios a los que el trabajador tiene derecho. Asimismo, las AFORES, y los agentes promotores de éstas, para registrar a un trabajador tienen estrictamente prohibido ofrecer objetos o beneficios que no estén directamente relacionados con el objeto social de la AFORE. Vamos, dicho en otras palabras, a usted no le pueden decir: mira tú te inscribes conmigo y yo te regalo este balón de fútbol profesional, o te regalo este llaverito, esta pluma. Nada, no le pueden regalar absolutamente nada, va contra la ley porque es una especie de intento de comprar su aportación, su dinero, y eso no se vale.

Asimismo, hay que informarse bien, antes de elegir compare. A partir de hoy va a escuchar, va a ver, va a conocer diferentes opciones, compárelas muy bien antes de que usted seleccione AFORE.

Además, usted en un año tiene la oportunidad de cambiarse de AFORE, así que la decisión que usted tome este año bien puede cambiarla si ve que no le conviene. Eso sí, una sola vez por cada año. Para que usted lo tome en cuenta, evalúe cómo le están administrando sus recursos y si no le conviene les dice adiós y se va a otra.

Algo muy importante: El trámite es gratuito, no le pueden cobrar un peso de comisión por el trámite, se lo pueden cobrar por el manejo de sus recursos, sí, pero por el trámite no le pueden cobrar absolutamente nada.

Así que bueno, si usted tiene alguna duda en cuanto a este sistema de las AFORES, por favor hablemos al 280-2874 y al 282-2026, trataremos de responder a sus dudas. Y le repito, si con los elementos que tenemos sobre esta mesa de trabajo no podemos contestar alguna, los vamos a encausar hacia las instancias correspondientes para que usted esté al tanto. Créame es una decisión muy importante y hay que reflexionarla muy bien..

Justamente de esto nos platica David Páramo: nos va a platicar de la importancia de escoger bien una AFORE.

David Páramo: Hola, que tal, buenos días, para esto de las AFORES hay que no sólo pedir que te traten bien, sino que te den información,

que tengas información completa, suficiente. ¿Cuáles son los trámites que tú tienes que cumplir para inscribirse en una AFORE? Primero y antes que nada, tener su credencial, esa azul-blanco, la nueva del Instituto Mexicano del Seguro Social, porque las AFORES sólo son para los trabajadores que están afiliados al IMSS, y hay que presentar otra identificación que es: ya sea la credencial de elector, que ojalá la tenga, ojalá usted haya sido de los que cumplieron en tiempo y forma con tener su credencial de elector, porque luego no se vale que el regente no lo queremos, o no queremos este gobierno si usted no fue a votar, no se vale criticar si usted no fue a votar. Hay quien dice que para qué voto si siempre ganan los mismos, pues porque no votar es votar en favor de los mismos, pero bueno y si quiere que sigan los mismos pues tiene que ir a votar porque los mismos ya no ganan tan fácil, hay que ver las encuestas, pero bueno, me estoy desviando del tema. Su credencial para votar o tiene que entregar su acta de nacimiento, no le deben cobrar un sólo peso por el trámite, no le vaya a pagar, que oiga que yo le hago la gestión que... Nada. No le pueden dar regalitos, ni camisetas, ni playeras, ni sudaderas, ni libretones, ni cosas así, no le pueden dar regalos relacionados, ni ofrecerle servicios relacionados con la AFORE, es decir, "si tú abres la AFORE conmigo te voy a dar un crédito avalado por tu AFORE, no se va a poder. Si le van a dar un crédito va a ser el banco porque conoce sus datos no va a ser la AFORE, no se le puede dar nada de eso. Le tienen que entregar una solicitud que del otro lado tiene el contrato que usted lo va a firmar y tiene que recibir esa misma solicitud. Sólo trate con personas autorizadas por la Comisión Nacional del SAR, se despide de ustedes David Páramo.

Enrique Campos: Son las 7 de la mañana con 51 minutos, hacemos una pausa y regresamos.

Ese sábado recibimos en total 18 llamadas telefónicas, de las cuales seis estaban directamente relacionadas con el tema de las AFORE. Éstos son los temas tratados por los radioescuchas.

SEXO	ENTIDAD	LLAMADA TELEFONICA
Hombre	Edo. de Méx.	¿Los que son burócratas cómo se manejan en esto de las AFORES? ¿Tienen derecho a ellas?
Hombre	Edo. de Méx.	No pidieron nuestra opinión para afiliarnos al SAR, ¿podemos reclamar?
Mujer	D.F.	Si tengo 7 trabajadores, ¿Cómo le hace el patrón para depositarle en las cuentas de la AFORE que elijan?
Hombre	Tampico, Tamps.	¿Qué hago si decido quedarme con el IMSS?
Mujer	D.F.	¿En qué posición quedamos los trabajadores que ya estamos jubilados?
Hombre	D.F.	Estoy jubilado ¿Cómo le hago para poder cobrar el dinero ahorrado en el SAR?

Las llamadas telefónicas respondían a un tema económico-financiero pero, ante todo, fueron llamadas personales. Puntos específicos que reflejaban una posición especial ante la entrada en vigor de las AFORE. Vimos que las llamadas relacionadas con temas político-sociales provocaron reacciones generales, no hubo un interés particular en sus comentarios. Por ejemplo, recibimos 5 mensajes relacionados con *la Paca* y la osamenta de El Encanto, cuyo contenido no reflejaba ningún contenido o interés personal, solamente una opinión en torno a un asunto tan delicado como increíble.

3.5.2. DOMINGO 2 DE FEBRERO DE 1997

Los temas políticos y los escándalos policiacos continuaron con mucha fuerza durante este día. Al mismo tiempo, la publicidad de las AFORE comenzaba a aparecer en los periódicos, la radio y la televisión, por lo que fueron dos temas abordados durante la emisión dominical.

Las noticias de entrada del noticiario fueron las siguientes:

- Francisca Zetina, alias *La Paca* se niega a declarar en torno a la siembra de la osamenta en la finca de El Encanto, propiedad de Raúl Salinas de Gortari. El delito es considerado como grave por lo que *La Paca* y coacusados seguramente no alcanzarán libertad bajo fianza.
- El ex procurador, Antonio Lozano Gracia, aseguró que está dispuesto a declarar en el momento que las autoridades lo requieran. Aseguró que *La Paca* y sus cómplices deben ser castigados conforme a derecho.
- Ahora es El Barzón el que vende frijoles baratos. Integrantes de esta organización vendieron ayer en pleno Zócalo este grano a 8 pesos el kilo. Esto para hacerle la competencia a la CTM que también está vendiendo frijoles y arroz.
- El proceso de certificación de México en su lucha contra el narcotráfico lejos de promover la cooperación con Estados Unidos, complica el combate a este mal, aseguró la Secretaría de Relaciones Exteriores.
- El presidente de Perú, Alberto Fujimori, se reunió con el primer ministro japonés, Ryutaro Hashimoto, en Canadá, para evaluar la crisis de los rehenes.

Los cinco temas más ampliamente abordados durante este programa fueron: La situación de *La Paca*, el proceso electoral en el Distrito Federal, la inseguridad, el proceso de certificación de la lucha contra las drogas de Estados Unidos a México y la crisis de los rehenes en Perú.

En esta ocasión, el tema de las AFORE no se abordó en un solo momento. A lo largo del programa hice cuatro invitaciones a los radioescuchas para que nos expusieran sus puntos de vista y sus dudas respecto al funcionamiento de este sistema. Utilicé como punto de partida, para retomar el tema, las propias llamadas del auditorio cuya lectura no transcribo a continuación ya que más adelante presento un cuadro con el contenido de las mismas. Esta es la transcripción de esas intervenciones:

Enrique Campos: Siete de la mañana con 26 minutos, continuamos adelante, pero déjeme comentarle que ayer hablamos de las AFORES, de estas Administradoras de Fondos para el Retiro que a partir de mañana iniciarán la afiliación de los trabajadores para que, a través de ellas, ahorren para su jubilación. Le recuerdo que son 12 opciones, 12 AFORES, para que usted elija libremente una, sin que nadie lo presione, ni le diga con cual se tiene que ir. Es una elección personal, por lo que ni patrones ni sindicatos, ni nadie, lo pueden obligar a registrarse con una en especial. La AFORE del IMSS, y de hecho otras 4 AFORES, todavía no han sido autorizadas por la CONSAR para iniciar sus operaciones, pero lo más probable es que durante este mes las autoricen y que empiecen a trabajar en marzo. Si tiene usted alguna duda respecto a cómo inscribirse en una AFORE o sencillamente qué son las AFORES, llámenos aquí al 282-2026 y al 280-2874 y con gusto le ayudamos. Ahora que si no tenemos la respuesta, pues lo encausamos con las autoridades para que le contesten sus dudas. Vamos a hacer una pausa y regresamos.

Enrique Campos: No se si ya vio usted los periódicos de hoy, bueno, de hecho desde ayer y la televisión, ya empezaron a anunciarse las AFORES, acuérdesese que desde ayer ya tienen permiso para hacer

publicidad y que mañana ya pueden lanzar sus ejércitos de promotores a las calles para afiliar trabajadores. Somos más de diez millones de trabajadores los que tendremos forzosamente que incriminos a una. Pero sólo los trabajadores que cotizamos en el IMSS, vamos, los que trabajamos para alguna empresa privada, ya que los que trabajan para el gobierno van a seguir con el mismo sistema del SAR y de pagar sus cuotas al ISSSTE. Acuérdense también que las personas que están a punto de jubilarse siguen bajo el sistema anterior de pensiones del IMSS, no significa que vayan a perder ese derecho. Nuevamente les doy nuestros números telefónicos para que nos llamen y nos expongan sus dudas, son el 282-2026 y el 280-2874, y de una vez les doy el número de la CONSAR, en donde les deben contestar todas sus dudas respecto al funcionamiento de las AFORES, el número de la CONSAR es el 230 9630, y bueno pues ahí yo creo que hasta mañana para que planteen sus dudas, si no, pues hablemos aquí a Línea Directa. Una pausa y regresamos.

Enrique Campos: Siete de la mañana con 49 minutos y antes de pasar a la información del mundo con Don Ramón de Florez, déjeme leer estas llamadas que tienen que ver con las AFORES...(lectura de llamadas)... con mucho gusto repito el teléfono de la CONSAR más despacio es el 230-9630, 230-9630. Quiero insistir también en que las personas ya jubiladas, o que estén a punto de jubilarse, y bueno a punto puede ser en cinco años, todas estas personas seguirán bajo el sistema anterior, más lo que puedan ahorrar en la AFORE, porque, bueno, en cinco años no se puede ahorrar tanto como para asegurar el retiro. Entonces, no desaparece el sistema de pensiones del IMSS, para que estén tranquilos los jubilados. Ahora, por lo que hace a las cuentas del SAR, el dinero que tengan en estas cuentas va a pasar a su AFORE y con eso empiezan su ahorro en este nuevo sistema. Ese dinero no se pierde. Lo que si tienen que hacer es pedirle al patrón que les dé el estado de cuenta del SAR para que la gente de la AFORE sepa donde está ese dinero y se pueda transferir. En fin, son muchas cosas, muchas dudas específicas que trataremos de seguir respondiendo aquí en Línea Directa, así que hablemos al 282-2026 y al 280-2874, y vámonos ahora sí al mundo...

Enrique Campos: Gracias por sus llamadas con respecto a las AFORES...(lectura de llamadas)... Quiero decirles que el dinero que se tiene ahora en el SAR y el que se tenga en las AFORES no lo podemos sacar sino hasta que nos jubilemos, así que si usted tiene dinero en una cuenta del SAR, pues, lo podrá ver hasta después de los 60, no antes.

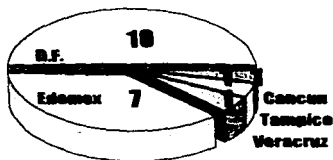
Por lo que toca a la cobertura de las AFORES, bueno, pues dependiendo el grupo, pero la gran mayoría, yo diría todas, tienen alcance nacional, como son principalmente bancos los que están detrás de las AFORES, pues se pueden hacer trámites e inscribirse en las AFORES en prácticamente todo el país. Ya finalmente, le recuerdo que las AFORES son las Administradoras de Fondos para el Retiro que a partir del segundo semestre de este año van a sustituir al anterior sistema de pensiones, la idea es que los trabajadores ahorremos una parte de nuestro salario ahí para que, al momento de retirarnos contemos con un ingreso que supuestamente deberá ser decoroso y nos permitirá vivir bien, claro, si la inflación no hace de las suyas como ya hemos visto, pero en fin. Son las ocho de la mañana con 38 minutos y vamos a hacer una pausa y regresamos.

El interés del auditorio por las AFORE fue mucho más marcado durante la transmisión de ese domingo. De 24 llamadas recibidas, 16 fueron en relación con ese tema. Solamente una de las llamadas que tuvieron que ver con las AFORE fue un comentario general, mientras que las otras 15 llamadas fueron dudas específicas. De las ocho llamadas restantes, cuatro fueron opiniones respecto a *La Paca* y la osamenta de El Encanto, tema, que desde el punto de vista noticioso, era el más trascendente.

SEXO	ENTIDAD	LLAMADA TELEFONICA
Hombre	Hermosillo, Son.	¿No será otro fraude esto de las AFORES?
Hombre	Monterrey, N.L	Coticé 25 años en el IMSS, ¿perderé mi dinero?
Hombre	D.F.	¿Qué pasa con las personas que no trabajan y tienen SAR?
Hombre	Edo. de Méx.	Ya estoy jubilado, ¿qué va a pasar conmigo? ¿Quién pagará mi pensión?
Hombre	D.F.	Cumplo 60 años en julio, ¿todavía me puedo integrar a una AFORE?
Mujer	D.F.	Pago voluntariamente el IMSS, ¿tengo derecho a una AFORE?
Hombre	D.F.	Solicito el número de la CONSAR
Hombre	D.F.	Tengo 65 años, ¿qué va a pasar conmigo con eso de las AFORES?
Hombre	Edo. de Méx.	Trabajé en el ISSSTE, ¿dónde puedo pedir mis cuotas?
Mujer	D.F.	Soy jubilada, ¿seguiremos con el mismo sistema de pensiones?
Hombre	D.F.	Ahora no estoy trabajando, pero tengo cuenta en el SAR, ¿puedo cobrar ese dinero?
Mujer	D.F.	Mi hijo trabaja por su cuenta, ¿puede inscribirse en una AFORE?
Hombre	D.F.	¿Qué pasa con la cuenta del SAR en la AFORE?
Mujer	D.F.	Vivo en el D.F. pero mi empresa está en San Luis Potosí, ¿dónde tengo que ver lo de la AFORE, aquí o allá?
Hombre	Hidalgo	Tengo 30 años de cotizar en el IMSS, ¿qué pasa conmigo?
Mujer	Guerrero	¿Podrían explicarme qué son las AFORES?

Si bien a las personas que llaman a Radio Fórmula no se les pregunta su edad, si podemos ver en la tabla anterior que predominan las personas maduras, dos jubilados, dos personas mayores de 60 años, tres personas que han cotizado en el

IMSS por más de 25 años, una mujer con un hijo que trabaja por su cuenta; al menos 9 personas, de 16 que hablaron con preguntas sobre las AFORE, que sabemos son maduras o cercanas a la tercera edad. No es posible determinar si esto se debe al perfil de la audiencia del noticiario, o bien porque es la gente de más edad la que se ocupa más de asuntos como este de las pensiones tras la jubilación. Si bien responder esta pregunta requeriría de toda una investigación, me inclino a pensar más en la segunda opción. A continuación aparecen las dos gráficas con la información estadística de las emisiones del 1 y 2 de febrero.



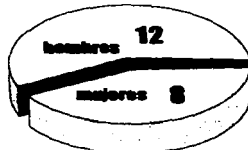
número de llamadas por entidad de origen

**Sábado 1 de
febrero de
1997**

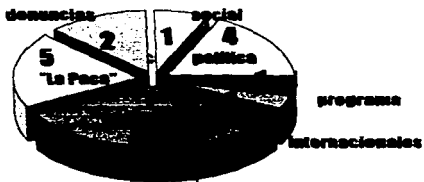
**Línea Directa
radio fórmula**

**Total de
llamadas
recibidas:**

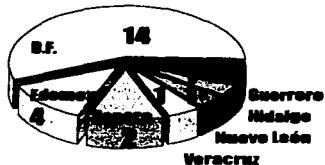
20



sexo de las radioescuchas participantes



temas abordados por los radioescuchas en sus llamadas



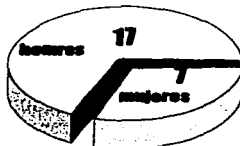
número de llamadas por entidad de origen

**Domingo 2
de febrero
de 1997**

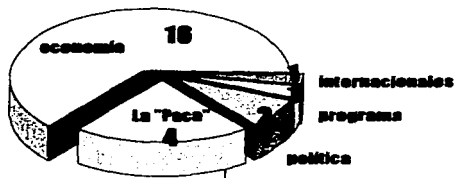
**Línea Directa
radio fórmula**

**Total de
llamadas
recibidas:**

24



sexo de los radioescuchas participantes



temas abordados por los radioescuchas en sus llamadas

Después de conocer parte del contenido de estas cuatro emisiones de *Línea Directa de Fin de Semana*, y el tipo de información económico-financiera que se trató en las emisiones podemos llegar a algunas conclusiones.

Con el análisis de la información económico-financiera en *Línea Directa de Fin de Semana* pudimos ver, en primer lugar, que este tipo de noticias son una parte permanente del menú noticioso de este programa no especializado en el tema y, en segundo lugar, que la retroalimentación por parte del auditorio se logra de mejor manera cuando el asunto que se trata tiene un vínculo directo con sus intereses.

La información económico-financiera, y de hecho de cualquier tipo, se incluye en los noticiarios como parte de la función que tienen los medios de comunicación de informar. No es posible esperar una retroalimentación de todos y cada uno de los temas tratados en un programa de este tipo. El hecho de no recibir llamadas del auditorio como respuesta a un tema, no significa ni el fracaso de una sección específica, ni la necesidad de eliminar ese tipo de noticias del contenido del programa. Claro está que las llamadas del auditorio reflejan interés en la transmisión y también implican que el producto está siendo consumido y por lo tanto cumple con los objetivos de la radio comercial.

Cuando los días 25 y 26 de enero se habló en el programa de temas macroeconómicos, concepto que no obstante constituye la base de la estructura económica del país, su sola mención implica un alejamiento de la cotidianeidad de la mayor parte de la población. La respuesta fue mínima y no considero que la falta de retroalimentación se debiera al mensaje, que pudiera haber sido complicado, extremadamente técnico o mal planteado. Estimo que la falta de llamadas telefónicas se debió al poco interés particular en el tema y, si también, a

la falta de un entendimiento de los efectos de la macroeconomía en la vida cotidiana.

Los mensajes del 25 y 26 de enero no incitaban a preguntar, sino a formular algún comentario. No despertaban intereses y preocupaciones personales, más bien pudieron haber motivado planteamientos generales e impersonales que es como se concibe regularmente a la macroeconomía.

La economía es una materia difícil. Son cifras, números, gráficas que no se prestan tanto para la polémica como, por ejemplo, las andanzas de *La Paca*, personaje singular que puede despertar el comentario de todo tipo de personas.

En los programas del 1 y 2 de febrero, la situación fue diferente. Se habló de temas económicos, también macroeconómicos de hecho pero sin mencionar al aire el término, y la respuesta fue abundante. El mensaje pudo haber sido tan complicado y técnico como el de una semana atrás, sin embargo, al hablar del ahorro para el retiro se está involucrando a los beneficiarios de éste. Es mi dinero, es mi jubilación y me tengo que inscribir en una AFORE, por lo tanto, el tema me interesa.

Finalmente, en este sentido podemos decir que las personas tendrán más preguntas e interés en los temas económico-financieros tratados en noticieros radiofónicos como Línea Directa de Fin de Semana, cuando éstos los impacten directamente.

CONCLUSIONES

Los medios de comunicación cumplen una función dentro de la sociedad y las personas que trabajan en ellos tienen la tarea de divulgar toda clase de mensajes, desde noticias y comentarios hasta éxitos musicales, telenovelas o cómics. Los contenidos de los medios masivos están definidos por los intereses propios de cada organización, que pueden ser comerciales, ideológicos o políticos.

En el caso específico de la radio encontramos un medio de fácil acceso y que no requiere de una preparación de la sociedad para acceder a él. La información noticiosa por radio se puede dar en el momento en que ocurren los hechos transmitiendo la voz misma de quien hace la noticia, pero con las desventajas de que la mayoría de los radioescuchas no pueden conservar o "releer" el mensaje y de que no hay apoyos visuales que refuercen las ideas.

Estas ventajas y desventajas hacen que el periodista de la radio posea ciertas características que debe desarrollar para cumplir adecuadamente con su trabajo. El reportero de un medio radiofónico debe divulgar mensajes cortos, claros y completos. El tiempo entre el momento que se genera la noticia y su transmisión debe ser breve.

Además de la especialización que requiere el medio radiofónico, la gran variedad de temas informativos implica la adquisición de habilidades específicas por parte del periodista para cumplir de una forma eficaz con su labor. Concretamente nos enfocamos a la economía y las finanzas.

La información económico-financiera se compone más por cifras y estadísticas que por declaraciones y consideraciones, por lo que el reportero asignado a esta especialidad necesita formarse un catálogo de conocimientos específicos que le permitan entender a sus fuentes de información para divulgar correctamente los mensajes.

El periodista especializado en la información económico-financiera debe tener la habilidad de traducir una gráfica estadística en una nota informativa accesible para la gran mayoría de sus radioescuchas.

La especialización es una condición indispensable para un mejor desarrollo profesional, sobre todo en estos tiempos en los que la gente mejor preparada tiene más oportunidades de obtener un empleo o éxito en los negocios. Los medios de comunicación demandan personal más capacitado para poder hacer frente a una muy cerrada competencia en un entorno económico-social no muy favorable como el que priva actualmente.

El campo laboral de los periodistas es relativamente restringido y definitivamente muy competido. Los comunicadores formados en universidades ocupan cada vez más espacios dentro de los medios masivos sustituyendo a las viejas generaciones de periodistas empíricos formados sobre la marcha. No obstante, la formación escolar no es suficiente para un ejercicio profesional competitivo, se requieren habilidades prácticas que sólo se obtienen en la calle.

El periodista, independientemente del área de acción que elija, debe iniciar su formación práctica desde la universidad. No sólo para ganar tiempo, sino también para tener un mejor aprovechamiento de los conocimientos teóricos.

Es común que el estudiante, cuando está en el aula, no encuentre un sentido práctico a métodos o conocimientos teóricos de las Ciencias de la Comunicación. Pueden parecerle aburridos e innecesarios, pero cuando el egresado se enfrenta al campo de trabajo añora muchas de las direcciones de sus maestros al momento de intentar resolver una situación en su vida profesional.

Claro está que no todos los estudiantes de Ciencias de la Comunicación podrán acceder a un empleo en el medio periodístico, ya que además de que no todos tendrán ese interés, la realidad es que es una profesión saturada aunado esto a la situación laboral que priva en el país. Muchos periodistas con experiencia no encuentran trabajo en estos días.

El estudiante de comunicación que desee tener una experiencia práctica cercana a la realidad puede tomar en cuenta algunos aspectos de lo que diariamente se vive en esta profesión: el periodista está bajo presión constante, trabaja siempre en equipo, no puede suponer o dar ciertas las cosas sin antes comprobarlas, debe conducirse con ética y debe respetar jerarquías.

El trabajo bajo presión es el ingrediente principal de la noticia, más si hablamos de un medio electrónico como la radio. La nota del mediodía puede ser ya historia por la tarde. El periodista y el estudiante que aspira a serlo deben hacer las cosas rápido, bien y a la primera vez.

El trabajo en equipo es elemental en el periodismo. En la escuela, al formar equipos nunca falta el que no trabaja y recibe la misma calificación que el resto de los integrantes. Pero en la vida profesional el que no trabaja bien en equipo pierde su empleo. Para que una noticia llegue hasta un aparato receptor de radio o de

televisión, o bien sea publicada en un periódico o revista debieron intervenir muchas personas en el proceso, por lo que aprender a trabajar en equipos productivos es indispensable.

La certeza y la objetividad son elementos indispensables en la noticia. El reportero no puede suponer nada, debe confirmar todos y cada uno de los datos que ofrece a su público. El reportero también debe ser objetivo, si toma partido la gente, empezando por sus jefes, lo notan y pierde la credibilidad. Muy ligado a esto se encuentra la ética, valor indispensable en el periodismo. ¿Permitiría usted que un dentista le metiera las manos sucias a la boca? ¿Permitiría usted que un periodista con la pluma sucia lo entere? Lástima que a diferencia de los dentistas a los que les vemos las manos, a muchos periodistas no les podemos ver sus plumas.

El respetar jerarquías no significa rendir pleitesias. Claro que el respeto es fundamental. Las jerarquías periodísticas hablan de quién da las órdenes de trabajo, quién las cumple. Quién fija la línea editorial, quién la respeta. Los medios de comunicación son finalmente empresas con dueños, ejecutivos y empleados.

En el caso específico del periodismo económico-financiero, la persona interesada en ingresar a esta especialidad deberá, en primer lugar, mostrar gusto o al menos disposición por esta materia. El periodista especializado en economía y finanzas no tiene que ser un experto matemático que calcule tasas de interés o determine las variaciones mensuales inflacionarias, pero sí debe ser capaz de interpretar a los expertos que hacen este trabajo.

El contacto habitual con este tipo de noticias en los diferentes medios de comunicación, preferentemente con los especializados, es un buen paso inicial para quien desea adentrarse en esta especialidad. Ya en el ejercicio, el periodista novato asignado a la economía y las finanzas debe tener presente un principio: el que tenga dudas que pregunte.

El objetivo final de la especialización y la capacitación es que su auditorio reciba un mensaje claro e interesante. En los casos analizados de las emisiones del noticiario *Línea Directa de Fin de Semana* encontramos mensajes económico-financieros suficientemente claros para una audiencia no especializada durante los cuatro programas. Sin embargo, no todos los mensajes despertaron el mismo interés.

Al principio de este trabajo consideré que el auditorio de un noticiario radiofónico como *Línea Directa de Fin de Semana* muestra su interés en la información económico-financiera, cuando ésta es divulgada de forma comprensible y sencilla y, sobre todo, cuando sienten que es de trascendencia personal.

El interés en este tipo de noticias puede existir sin que necesariamente se exprese abiertamente en la forma de una llamada telefónica de retroalimentación. La respuesta del auditorio a temas como el de las AFORE es posible por la capacidad que tiene la radio, específicamente el noticiario de referencia, de transmitirse en vivo, con líneas telefónicas para el auditorio y con una política de dar lectura a esos mensajes. Estas facilidades dan la opción a los radioescuchas de comentar, aprobar o reprobar ciertas posturas, de preguntar, etcétera.

La reacción a la información económico-financiera de las AFORE, demostró, si, el interés que tiene la audiencia de *Línea Directa de Fin de Semana* en este tipo de noticias. Pero, sobre todo, despertó dudas respecto a este nuevo sistema de pensiones, amplio y complejo, que involucra directamente la economía personal de muchos millones de mexicanos.

BIBLIOGRAFÍA

- BLAKE**, Reed H. et. al. Una taxonomía de conceptos de la comunicación. Ediciones Nuevomar. 4a. reimpresión. México, 1988. 196 pp.
- CIMPEC-OEA**. Periodismo educativo y científico. Edit. Época, 2a. ed. Quito, Ecuador. 1976. 206 pp.
- CORRAL**, Manuel. La ciencia de la comunicación en México. Edit. Trillas. 2a. ed. México, 1989. 135 pp.
- COSNET**. Experiencias de la divulgación de tecnología y ciencia en México. Serie comunicación: educación y tecnología. SEP-COSNET. México, 1985. 163 pp.
- FUENTES**, Gloria. La radiodifusión. Historia de las comunicaciones y los transportes en México. SCT. México, 1987. 201 pp.
- HEILBRONER**, Robert. Comprensión de la macroeconomía. Unión Tipográfica Editorial. México, 1985. 228 pp.
- INRA** (International Research Associates). El mediómetro-radio. Raitings de personas. Global sábado y domingo 6 a 24 horas. Septiembre y noviembre de 1996.
- LEÑERO**, Vicente y **MARIN**, Carlos. Manual de periodismo. tratados y manuales Grijalvo. 4a. ed. México, 1986. 315 pp.
- McENTEE** de Madero, Eileen. Comunicación oral, El arte y ciencia de hablar en público. Edit. Alhambra, 3a. ed. México, 1988. 292 pp.
- MORAGAS DE**, Miquel. Sociología de la comunicación de masas. II Estructura, funciones y efectos. GG MassMedia. Edit. Gustavo Gili. Barcelona, España, 1985. 205 pp.
- NEWMAN**, John F. Periodismo radiofónico. Edit. Limusa. 2a. ed. México, 1971. 187 pp.
- PRADO**, Emilio. Estructura de la información radiofónica. Edit. Ate. Barcelona, España. 1981. 106 pp.
- REBEIL**, María A., et. al. Perfiles del cuadrante. Editorial Trillas. México, 1989. 313 pp.
- RIBADENEIRA**, Raúl. La opinión pública. Edit. Trillas. 3a. ed. México, 1989. 223 pp.
- SIGAL**, Leon V. Reporteros y funcionarios, la organización y las normas en la elaboración de noticias. Ediciones Guernika. México, 1978. 240 pp.

SILLER, Bob; et al. Noticias por radio y televisión. Edit. El Mundo de Hoy. México, 1965. 263 pp.

SMITH, Warren L. Macroeconomía. Amorrortu editores. 2a. ed. Buenos Aires, Argentina. 583 pp.

STIJNS, Marcel, et. al. The training of journalists. A world-wide survey on the training of personnel for the mass media. UNESCO. Holland, 1958. 222 pp.