

00424
146

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
COORDINACION DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION
CENTRO DE EDUCACION CONTINUA

LA REGULACION DE LOS DERECHOS LABORALES DEL
REPORTERO EN LOS MEDIOS IMPRESOS. UN ASUNTO
PENDIENTE EN LA AGENDA DEL ACTUAL GOBIERNO.

T E S I N A
PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
QUE PRESENTA
ELIZABETH TINOCO OROS

TUTOR: PROFR. DR. FRANCISCO PEREDO CASTRO.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

JULIO DE 2003



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.

AGRADECIMIENTOS:

A MIS PADRES OBDULIA Y
ARNULFO:

PORQUE ME DEJARON VOLAR, Y
SIEMPRE ME RECIBEN CON LOS
BRAZOS ABIERTOS CUANDO
REGRESO CON LAS ALAS ROTAS.

A MI HIJA KARLITA:

A QUIEN AMO CON TODA MI ALMA
Y ES LA LUZ DE MI CAMINO Y MI
ESPERANZA.

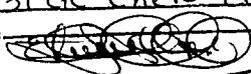
A MIS HERMANOS JULIO, ODETT,
HIBONE, ARNULFO, LENIN Y RUBÍ:

A QUIENES EXTRAÑO
ETERNAMENTE, Y PORQUE ME
EXTIENDEN SU MANO CUANDO
LOS NECESITO.

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la
UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el
contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Elizabeth Tinoco
Oros

FECHA: 31 de Enero de 2003.

FIRMA: 

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

A MI ASESOR DR. FRANCISCO
PEREDO:
POR SU PACIENCIA Y
PROFESIONALISMO.

A MIS SINODALES
PROFESORES NORA SANTACRUZ,
LUZ ELENA PEREYRA, FERNANDO
MUNGUÍA Y MARÍA TERESA
CAMARILLO:
POR EL EMPEÑO Y LA DEDICACIÓN
QUE PONEN EN EL ARDUO
TRABAJO DE LA ENSEÑANZA.

CONTENIDO

	Pág.
Introducción.....	2
Capítulo 1 ¿Debe regularse el ejercicio periodístico?.....	5
1.1.- En qué condiciones laborales trabaja el reportero.....	11
1.2.- Recuento de los intentos por legislar sobre medios de comunicación.....	15
Capítulo 2 La política de comunicación social de la actual administración federal.....	23
2.1.- El papel que juega en el ejercicio periodístico el establecimiento de convenios publicitarios del gobierno con las empresas.....	32
Capítulo 3 El funcionamiento de la autorregulación de la empresa periodística.....	44
3.1.- Ética y periodismo.....	56
3.2.- ¿Cómo sobrevive un reportero defenso?.....	58
Consideraciones finales.....	63
Fuentes consultadas.....	68
Anexo	

INTRODUCCIÓN.

La presente investigación pretende contribuir a concientizar al gremio periodístico sobre la necesidad de organizarse seriamente, en foros y otro tipo de eventos públicos, para analizar y concretar un proyecto de reformas o creación de iniciativas de ley en torno a salarios y prestaciones laborales para los reporteros.

En este trabajo no se abordaron todos los aspectos del quehacer periodístico donde es necesario legislar, pero busca aportar datos de la parte medular, que es la problemática salarial y de trabajo de los comunicadores. Es producto de mi experiencia como profesional del periodismo, del aprendizaje que me dejó el haber contribuido a la discusión de los problemas sociales y políticos durante casi una década, a través de un prestigiado diario ciudadano.

La idea de la reglamentación del salario y las condiciones laborales del reportero, aunque vieja en el gremio, y que a diario se vive, me surgió a partir precisamente de la situación económica difícil por la que atraviesan la gran mayoría de los reporteros, y la necesidad de cambiar poco a poco este estado de cosas. Es decepcionante saber que una secretaria o un mecánico u obrero son mejor remunerados sin haber cursado estudios universitarios.

Cualquier trabajo periodístico, sea un reportaje, una nota informativa o una crónica tiene toda una historia detrás que sólo conoce quién la escribió. Y el lector nunca se imagina cuántas cosas pudieron haber pasado para lograr el género informativo que en esos momentos lee.

En el primer capítulo expongo las razones por las cuales debe regularse el ejercicio periodístico, dando como motivos que hay un evidente rezago en la actualización del marco jurídico de los medios de comunicación en el país, en relación con las normas internacionales por organismos como la Organización de Naciones Unidas (ONU).

Pero sobre todo, porque es rebasado con mucho por la misma sociedad, es decir, ya no vivimos los mismos tiempos de principios del siglo pasado, ya transcurrieron poco más de 80 años y es un reclamo de la sociedad que dentro de las reformas del Estado Mexicano también haya modificaciones al marco legal que rige a la prensa, radio y televisión.

En este mismo apartado hago referencia al modo de vida de los reporteros, a la problemática que enfrentan todos los días por carecer de un salario justo y prestaciones laborales, vinculándolo con las relaciones que tienen con los hombres del Poder, así como con el manejo de la información, y su responsabilidad con la sociedad.

Hago breve referencia sobre cómo el ejercicio periodístico en México, anclado al pasado, impide hacer investigación a fondo sobre hechos relevantes, y se concreta a denunciar lo que le conviene al dueño de la empresa periodística o al reportero, que se resisten a desprenderse de la corrupción institucionalizada.

Comento de las dos escasas ocasiones en que se intentó legislar sobre medios de comunicación, y por qué fracasaron. Y expongo que en esas dos veces en que se pretendió hacer una ley de comunicación social, la propuesta se hizo de manera generalizada.

En el segundo capítulo hago referencia a la actual política de comunicación social del gobierno federal para contextualizar si la apatía para regular los medios se debe a partidos políticos o sistemas de gobierno, y la lucha por el poder entre los diferentes personajes, aún cuando son de una misma fuerza política.

También comento sobre los casos más recientes de las pugnas de los medios de comunicación y el gobierno federal, sobre todo entre personajes de la política que tienen aspiraciones presidenciales.

Asimismo, se discute el rol de la publicidad gubernamental como instrumento de control de los propietarios de periódicos, radiodifusoras o televisoras, de cuyas partidas presupuestales son asignados ciertos porcentajes a los reporteros en determinados diarios para compensarles los bajos sueldos que les asigna el patrón.

Insisto en que en este rubro tampoco hay reglas claras, y que el gobierno federal panista debe modificar el esquema discrecional de distribución del gasto en publicidad,

con el cual las administraciones priistas ejercieron el control sobre los medios durante el tiempo que mantuvieron el poder federal.

El tercer capítulo se refiere a lo que podría representar para la sociedad el establecimiento de la autorregulación de las empresas periodísticas, que apenas surgió en la década de los noventa como reacción a los proyectos de reglamentación en el Congreso de la Unión.

Hago algunas consideraciones sobre los códigos de ética que las empresas periodísticas difundieron, como un primer paso de éstas para avanzar en la democratización del país, pero sobre todo por la exigencia de la sociedad. Pero también doy a conocer que esas buenas intenciones no han logrado concretarse, porque han pasado por alto aspectos fundamentales como la dignificación del trabajo periodístico, así como un sueldo decoroso y las prestaciones laborales del reportero.

Asimismo, retomo los datos de la encuesta sobre las condiciones económicas y laborales de los reporteros de la ciudad de México, elaborada por la Fraternidad de Reporteros de México (Fremac), para dar a conocer información actualizada del tema.

Considero que la encuesta, que la Fremac hizo en el mes de junio de 2002, puede aportar datos valiosos para quienes se interesen en conocer más sobre este asunto, sobre todo porque es la más actual.

1.- ¿Debe regularse el ejercicio periodístico?

En el presente capítulo abordaré únicamente las condiciones laborales del reportero que trabaja en los medios impresos, aportaré elementos para analizar la importancia de que esta actividad sea regulada, y expondré también los intentos por legislar sobre una Ley Federal de Comunicación Social en los últimos 24 años.

El ejercicio profesional del periodismo puede entenderse, según Luis Escobar de la Serna, como la actividad dirigida a la obtención, elaboración, interpretación y difusión de noticias y opiniones dirigidas a la sociedad. (1)

El ejercicio del periodismo comprende diversos aspectos como son: la colegiación profesional, el secreto profesional, la cláusula de conciencia, los derechos de autor, el derecho de réplica, la corresponsalía, los colaboradores y las condiciones laborales del periodista, entre otros. Este último asunto es el propósito de la presente investigación.

Durante décadas el periodismo impreso se ha ejercido en México sin ninguna restricción legal. La única regulación de la actividad es la Ley de Imprenta que data de 1917, considerada por demás obsoleta.

La reforma más reciente fue la que se hizo en 1977 al artículo 6º. Constitucional, al que se le agregó el planteamiento de que "el derecho a la información será garantizada por el Estado", mismo que nunca se puso en práctica. Ahora, 24 años después el Congreso de la Unión aprobó la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, la cual es sólo una vertiente del derecho a la información.

A la fecha nadie se ha ocupado de proponer una ley sobre medios de comunicación que contemple dignificar los derechos laborales del reportero. Ni siquiera las propuestas sobre una Ley Federal de Comunicación Social, que se presentó en las LVI y LVII legislaturas de la H. Cámara de Diputados (que quedaron *congeladas*), exponen en algún apartado la urgente necesidad de legislar al respecto, a pesar de la opinión generalizada de distintos sectores sociales de lo nocivo que es para la democracia el que continúen los vicios y corrupción en el quehacer periodístico.

(1) Luis Escobar de la Serna, *Derecho de la Información*, Madrid, Dikinson, 1998, p. 131.

Francisco Javier Torres afirma que a pesar del desarrollo profesional que ha alcanzado el ejercicio del periodismo (las encuestas revelan que el 95% de los reporteros en activo tienen alguna carrera universitaria vinculada con la comunicación y el periodismo):

Un gran lastre sigue golpeando al quehacer periodístico mexicano y, con ello, constriñendo la posibilidad de elevarlo de nivel: la Ley Reglamentaria del artículo 5º. Constitucional relativo al Ejercicio de las Profesiones en el Distrito Federal, reconoce que algunas profesiones no requieren de título profesional para su ejercicio, y entre las que se incluye el periodismo. En otras palabras ser periodista en México equivale a ser electricista, mecánico o plomero [...] Tal circunstancia ha tenido dos efectos: el bajo nivel salarial y la minusvaloración del trabajo informativo [...] Hace pocos años se aprobó un salario mínimo profesional para el periodista, pero ello de ninguna manera ha representado una mejoría integral del gremio, ya que sólo se consideraron las tareas de reportero diario y la de reportero gráfico. Además, el monto asignado como salario mínimo fue casi idéntico al de las enfermeras no tituladas. (2)

Torres opina que los dueños de las empresas periodísticas anteponen sus intereses, para acrecentar su influencia económica y política, al quehacer de un periodismo profesional, analítico, independiente, responsable y honesto. Indica que la profesionalización periodística tampoco ha logrado un despegue sólido, debido a que el gremio es notoriamente desorganizado y disperso.

Por su parte, Ernesto Villanueva Villanueva afirma que el debate para reglamentar el ejercicio periodístico se ha ido postergando, entre otras razones por "la falta de toma de conciencia y de capacidad organizativa de la mayor parte de los periodistas mexicanos para la mejor defensa de sus reivindicaciones profesionales, laborales y de capacitación permanente, circunstancia que ha retrasado todo avance legislativo posible". (3)

(2) Francisco Javier Torres, "El lento camino de la profesionalización del trabajo informativo en México. Un breve repaso histórico de los factores que lo caracterizan". *Revista Mexicana de Comunicación*, año XII, número 60, octubre-diciembre de 1999, pp.37-39 Francisco Javier Torres es maestro en Comunicación por la Universidad Iberoamericana, y en Periodismo por la Universidad de Texas. Negritas mías.

(3) Ernesto Villanueva Villanueva, *Derecho Mexicano de la Información*. Oxford University Press, México, 2000, p. 130.

Luis Escobar de la Serna afirma que el **derecho de la información** empezó a desarrollarse hace apenas unos 20 años, precisamente por el escaso y pobre desarrollo de la jurisprudencia en materia de medios de comunicación, así como por la obsolescencia de la legislación sobre los mismos, cuya materia de estudio son fundamentalmente cuatro aspectos:

- a).- la teoría general del derecho de la información.
- b).- la regulación jurídica de la actividad del informador profesional.**
- c).- el análisis de las libertades informativas y sus límites.
- d).- el estudio del régimen jurídico de los medios de comunicación impresos y electrónicos. (4)

El investigador dice que una de las funciones de los medios de comunicación, de los que dice que "son un poder en una red de poderes que se controlan y contrapesan mutuamente", es la obtención de datos por el reportero, así como la presentación de éstos de manera objetiva e imparcial, sin ningún tipo de interés personal o de grupo, para evitar la manipulación deliberada del contenido y presentación de la noticia. (5)

Esto se logra si el reportero tiene una capacitación teórica y práctica adecuada, además debe dedicarse exclusivamente a desarrollar su actividad dentro de una empresa informativa, con una remuneración económica adecuada para cubrir sus necesidades personales y familiares. (6)

No se puede hablar del ejercicio periodístico sin referirse a las libertades de información y expresión, debido a que de éstas el periodista hace su actividad principal. De aquí surge la interrogante ¿podrían estar garantizadas éstas si no hay una seguridad jurídica para que los reporteros puedan reclamar sus derechos laborales?

(4) Luis Escobar de la Serna, *op. cit.* p. 20. Negritas mías.

(5) *Ibidem.* p. 35.

(6) *Ibidem.* p. 151. Negritas mías.

Para Ernesto Villanueva es difícil encontrar una definición precisa de *libertad de información*, la cual puede entenderse como "el derecho de todo individuo a recibir, investigar y transmitir hechos dotados de trascendencia pública a través de los medios de comunicación social. Cualquier individuo puede ser sujeto de esto, pero generalmente se delega a los periodistas, porque es aquí donde está el fundamento más importante de su profesión". (7)

Villanueva menciona algunas de las limitantes para el óptimo ejercicio de las libertades de expresión e información, entre las que destaca a la siguiente:

La falta del establecimiento legal del salario mínimo profesional para los periodistas. Actualmente, en forma parcial, la Comisión Nacional de Salarios Mínimos ha creado una figura relacionada con el periodismo, pero su acontecimiento conceptual, además de la falta de pleno fundamento legal, constituyen razones para que el salario mínimo sea sólo un derecho para un sector minoritario del universo periodístico. En otros países se han tomado, en cambio, medidas para brindar sustento jurídico al trabajo periodístico. (8)

Por otra parte, para nadie es desconocido que el periodismo mexicano tiene una estrecha relación de dependencia con el gobierno, lo que ha generado niveles insospechados de corrupción por el control de los medios de comunicación.

Incluso, organismos internacionales señalan que el ejercicio del periodismo en México todavía está lejos de corresponder con los estándares de la prensa de otras naciones, donde sí han llevado a cabo reformas legales sobre la comunicación social. Y se debe en parte a la intervención del gobierno mexicano, sumada a la complicidad de gran parte de los dueños de los medios de comunicación mediante:

- La inserción no especificada de gacetillas gubernamentales en la prensa escrita.
- La práctica del embute y de comisiones pagadas a los periodistas por publicidad recibida de su sector.
- La falta de un salario mínimo profesional, factor que contribuye a dichas prácticas. (9)

(7) Villanueva, *op. cit.* p. 21.

(8) Villanueva, "Los límites legales para el ejercicio periodístico en México. Un panorama de vacíos, confusiones, dudas y obstáculos". *Revista Mexicana de Comunicación*, año X, número 55, julio-agosto de 1998, pp. 31-34.

(9) Leticia Singer, *Mordaza de Papel*, México, El Caballito, 1993, p. 28.

Singer agrega que "una muestra de la pervertida relación entre el Estado y el periodismo es el destierro de un sinnúmero de periodistas", y relata algunos ejemplos, como el caso de "Miguel Becerra Acosta, quien declaró a la revista *Proceso* en el mes de septiembre de 1989 que la Secretaría de Gobernación le entregó un millón de dólares a cambio de la dirección y propiedad del periódico *Unomásuno*", por lo que el periodista se fue a radicar a España. (10)

La editorialista Manú Dornbierer opina que el periodismo que se hace en México es todavía uno de los pilares del sistema político mexicano, y que por lo tanto, carece de independencia, ni siquiera las ediciones consideradas avanzadas como la revista *Proceso*. Por su parte, el columnista Carlos Ramírez indica: "el periodismo mexicano se da en la adversidad de todas las circunstancias, adversidad dentro de los propios medios [...] es una profesión muy mal pagada, y por lo tanto, proclive a la corrupción". (11)

Para el periodista Raymundo Riva Palacio la prensa mexicana será una de las últimas instituciones que se democratizen, quien sostiene que:

La visión global de la prensa está lejos de ser alentadora. Los nuevos problemas son los mismos que antaño, aunque la percepción social sobre la prensa y su impacto es distinta [...] El gobierno mexicano no tiene que luchar mucho por controlar a los medios y lograr su objetivo, debido a que la prensa no está dispuesta a perder sus operaciones lucrativas. La prensa prefiere que se mantenga el *status quo* (por encima de la voluntad de cambio que exige la sociedad), porque no puede soportar la competencia abierta. (12)

En este sentido, el también periodista Fernando Mejía Barquera afirma que la comunicación social en México avanza más hacia el fortalecimiento de los grandes consorcios informativos que hacia la construcción de una determinada estructura que contribuya a alcanzar la democracia en México. (13)

(10) *Ibidem*, p. 33.

(11) Manú Dornbierer y Carlos Ramírez, columnistas entrevistados por Leticia Singer, *op. cit.* p. 44 y 65.

(12) Raymundo Riva Palacio, "La prensa mexicana ¿controlada? Mitos y realidades", *Revista Mexicana de Comunicación*, año V, número 25, septiembre-octubre de 1992, pp. 7-14.

(13) Fernando Mejía Barquera, "Los medios en 1992: una triste historia. Los estatales se adelgazan, los privados se expanden", *Revista Mexicana de Comunicación*, año V, número 27, enero-febrero de 1993, pp. 9-19 y 50-52.

Durante la actual administración federal encabezada por un partido político diferente al que gobernó hegemónicamente durante 71 años, los cambios no se han visto o no han sido sustanciales.

Para Juan Francisco Escobedo "está por verificarse si la alternancia (en el poder) implicará modificaciones significativas en las políticas gubernamentales, o si sólo se observará un ejercicio de gobierno constreñido por la vieja trama de intereses, compromisos, intercambios, pautas de actuación y valores que han prevalecido durante décadas". (14)

Agrega que hay una nueva actitud de los dueños de los medios de comunicación para una reforma, y apunta que el clima de descalificación que permeó en 1997, en el último intento por legislar sobre una Ley Federal de Comunicación Social, *empieza a difuminarse*. Escobedo considera que:

Mientras la opinión pública se muestra favorable a la regulación y transparencia y la disposición de los actores mediáticos crece, el gobierno tiende a la discrecionalidad. Si el terreno de la secrecía sigue cultivándose desde el gobierno, los actores mediáticos tradicionales, dispuestos a la reforma pactada, atenuarán sus disposiciones renovadoras y terminarán por volver al campo de la gestión discrecional de sus intereses. (15)

Es decir, justo cuando se abre la posibilidad de avanzar en el proceso de reforma del Estado, y parece que hay un ambiente de aceptación a las posibilidades de la regulación sobre los medios de comunicación -que la sociedad está exigiendo ya desde hace años-, el gobierno llamado "del cambio" persiste en seguir con las prácticas del régimen anterior, lo que está postergando la posibilidad de adecuar el marco jurídico en la materia acorde a la realidad que vive el país, y conforme las normas internacionales vigentes sobre este tema.

Con el acuerdo que hubo en la madrugada del 10 de octubre de 2002 entre los concesionarios de radio y televisión y el Presidente Vicente Fox Quesada es un claro ejemplo de lo anterior, con lo que se perdieron las pocas esperanzas que aún quedaban a fin de concretar, por fin, una ley que regulara a los medios electrónicos. Entonces, ahora cómo puede esperarse que la legislación sobre medios escritos avance; este hecho abre la posibilidad de que los empresarios también hagan pactos con el Jefe del Ejecutivo sin consultar a nadie y de acuerdo a sus intereses.

(14) Juan Francisco Escobedo, "Medios y legalidad ¿reforma imposible? Los vericuetos del gobierno foxista". *Revista Mexicana de Comunicación*, año XIII, número 68, p. 16. Juan Francisco Escobedo es doctor en Ciencia Política por la Universidad Complutense de Madrid y profesor de la Universidad Iberoamericana.

(15) *Ibidem*, p. 17.

1.1.- En qué condiciones laborales trabaja el reportero

Se volvió una costumbre que el reportero asignado a cubrir una fuente informativa reciba una "ayuda" económica que en la jerga periodística se conoce como *chayote*, *embute* o *sobre*. A cambio, el periodista escribe bien de la institución o funcionario que le dio esa dádiva, trato que es a valores entendidos.

La dádiva a los periodistas se institucionalizó. Era ya algo normal y que se llegó a enviar directamente, por ejemplo, al periódico *Excelsior*. Práctica que no ha desaparecido en los nuevos gobiernos (federal, estatal y municipal) que encabezan partidos políticos diferentes al PRI.

¿Y cuál es el origen de los *chayos*? El trabajo reporteril ha estado tan mal pagado en México que la necesidad económica de los reporteros los obliga a *venderse*, a dejarse sobornar por el funcionario.

La editorialista Manú Dornbierer comenta que "Todos los editores están coludidos con el gobierno, con ciertas excepciones. Si tú como editor le pagaras bien a tus reporteros, entonces les exigirías honradez absoluta, y nadie tendría la necesidad de manipular la información para escribir lo que el político o empresario quiere que se publique". (16)

A su vez, Lourdes Galaz, Premio Nacional de Periodismo, dice que los periodistas que rebasan los 50 años son un caso verdaderamente patético:

Significa andar arrastrando los pies, sin un centavo en la bolsa a pesar de que hayas sido corrupto toda tu vida, corrupto por unas cuantas monedas [...] Como sabemos el gobierno compra a los periodistas por medio de manifestaciones de amistad y con favores personales. Si tienes un hijo grave y debes internarlo en un hospital y no tienes los recursos económicos, por medio de relaciones e influencias logras que tu hijo sea admitido en un hospital del Estado y que sea atendido decorosamente [...] Ese tipo de cosas va creando en tu carrera profesional compromisos de lealtad con los funcionarios del gobierno y eso impide la unidad de los periodistas para erigir una organización fuerte que pudiera competir con los sindicatos de las empresas, por un lado, y con el gobierno, por el otro. (17)

El principal lastre en la actividad del reportero es en lo general el bajo sueldo que le paga la empresa periodística. Aunque a mediados de la década de los noventa empezaron a editarse nuevos periódicos como *Milenio*, *Crónica* o *Reforma*, que son de

(16) Manu Dornbierer, entrevistada por Singer, *op. cit.* p. 45.

(17) Lourdes Galaz, periodista entrevistada por Singer, *op. cit.* p. 109.

los pocos diarios que otorgan salarios que concuerdan en mayor grado con las necesidades del informador.

Otros, como *La Jornada*, tuvieron que volver a implantar la medida de compensar el sueldo del reportero con comisiones por la venta de la publicidad oficial de la fuente que cubren. Medida que había sido eliminada apenas en la década pasada en aras de hacer un quehacer periodístico menos sujeto a compromisos con el poder.

Por otra parte, Riva Palacio comenta que

El poder ha hurgado en diversos mecanismos para controlar al periodista por diferentes vías [...] Una de las formas más sutiles que revela cómo el gobierno ha logrado que los periodistas se autocensuren se dio en los primeros meses del gobierno de Miguel de la Madrid, cuando las oficinas de prensa comenzaron a contratar a periodistas para que les elaboraran sus síntesis informativas. Normalmente llegaron a pagarles por tres horas de trabajo en la madrugada, cinco días a la semana, lo mismo que en su medio les pagaban por jornadas interminables de seis días. ¿cómo criticar a la dependencia que noblemente contrató sus servicios a buena paga? (18)

Otra manera que utiliza el gobierno para corromper y controlar a los periodistas son las gestorías ante las autoridades para la obtención de créditos para viviendas o autos, permisos de importaciones y exportaciones, licencias para restaurantes, bares, cabarets, placas para taxis, bienes materiales y hasta la posibilidad de servir como coyotes en asuntos jurídicos y legales.

La adulación también es un recurso usado por el poder que es camino fértil para la autocensura, dice Raymundo Riva Palacio, quien añade que esto sucede "cuando el funcionario o político le da confianza al reportero, lo invita a comer, le consulta su opinión sobre una decisión que vaya a tomar, les prevé de información privilegiada para sus columnas, en pocas palabras los hacen sentir muy importantes y se aprovechan de la vanidad natural del periodista de creerse el mejor". (19)

Riva Palacio se refiere a la autocensura que se practica en México como un fenómeno muy arraigado en el medio periodístico muy difícil de vencer, y que permanecerá inamovible mientras no haya cambio real y radical en las estructuras del poder político en México que obligue a nuevos patrones en la cultura y la actitud de los periodistas.

(18) Riva Palacio, *op. cit.* pp. 12-14. negritas mías.

(19) *Ibidem.*

Un primer esfuerzo por establecer el salario mínimo profesional

En 1990 el reportero percibía un salario igual o más bajo que el de una secretaria trabajando dentro de una misma empresa periodística. Era considerado "agente de ventas de su empresa, cobrador, promotor de buenas imágenes para los emisores de la información y, por su situación general de indefensión era (o es) también sujeto de las dádivas extra legales". (20)

Aunque la situación laboral de los reporteros no ha cambiado mucho de una década a otra, a pesar de que cada vez es mayor la profesionalización del medio periodístico, quizá porque los salarios mínimos y la garantía de trabajo para el periodista no es un problema laboral, sino incuestionablemente político.

Por ello, en 1989, en el segundo periodo de sesiones de la Asamblea de Representantes (hoy Asamblea Legislativa) de la ciudad de México se aprobó por unanimidad un punto de acuerdo para que se estableciera el salario mínimo profesional para los periodistas, que fue remitido a la Comisión Nacional de Salarios Mínimos.

Tres años más tarde, en 1992, se estableció el salario mínimo profesional para los reporteros y fotógrafos de prensa, no así para los periodistas que trabajan en radio y televisión, y las prestaciones laborales tampoco se consideraron. Este tema siempre ha sido muy controvertido, por la heterogeneidad y la desigualdad de la estructura periodística del país, aunado a la carencia de una sólida organización gremial capaz de vigilar y hacer cumplir una disposición de esta índole.

La polémica del salario mínimo para periodistas es muy vieja, la cual cobra relevancia a partir de los años noventa. , cuando se empezó a ventilar públicamente el asunto. Desde entonces se consideró que el salario mínimo profesional es impostergradable, no sólo porque dignificaría la vida del periodista, sino porque en alguna medida contribuiría a sanear las relaciones entre la prensa y el Estado.

Por otra parte, el salario mínimo implantado en los últimos tres años del sexenio salinista fue insuficiente e incompleto, debido a que sólo favorecía a los reporteros de prensa, cuyo monto ni siquiera alcanzaba para satisfacer las necesidades elementales.

(20) Rogelio Hernández López. "La modernización profesional y laboral de los periodistas". *Revista Mexicana de Comunicación*, año 11, número 12, julio-agosto de 1990, p. 24.

Al respecto el columnista Ricardo Alemán comentó:

si se quiere eliminar el *embute* resulta obligado proponerle al reportero opciones dignas de remuneración [...] Si bien es cierto que los reporteros constituyen tan sólo la parte más delgada, el último eslabón se le ha llamado, de las prácticas de corrupción, se mantiene intocada la relación de los empresarios de la comunicación y el gobierno, y las soluciones dadas a la precaria situación salarial de los trabajadores de los medios, en muchos casos, no superan o excluyen el mínimo establecido en la legislación laboral.(21)

Actualmente el salario de un reportero de prensa oscila entre los \$5,000 y los \$15,000 pesos mensuales, que son compensados en algunos casos, como *La Jornada*, *El Día*, *La Prensa*, *el Diario de México* o *El Sol de México*, con las comisiones (cuyos porcentajes varían según el medio) de la publicidad que contrata la fuente que cubren.

Pero hay reporteros, como los que trabajan en *El Día*, cuyas percepciones salariales son menores a los \$5,000 pesos mensuales, ingresos que por lo regular dejan de ser compensados dado que la publicidad de las instituciones es escasa, por la casi nula circulación del periódico.

El periódico *El Día* se ha caracterizado a lo largo de las décadas por pagar un sueldo bajo a sus reporteros, por lo que una vez que el informador novato adquiere la experiencia necesaria abandona la empresa para buscar mejores oportunidades.

En este diario se han formado periodistas exitosos como el columnista Carlos Ramírez o Lourdes Galaz, y otros que pudieron haber hecho de *El Día* un medio crítico e independiente. Actualmente éste se encuentra en bancarota, a punto de su extinción, por lo que los trabajadores dejan de percibir ingresos económicos hasta por 3 meses consecutivos, o más.

El Día cuesta \$3.00 pesos, prácticamente sin ingresos de publicidad, hasta el mes de Mayo tenía un adeudo de alrededor de 40 millones de pesos, de los cuales 32 millones eran por impuestos no pagados a la Secretaría de Hacienda (situación que en determinado momento podría ser proclive a negociaciones ilícitas para la condonación de la deuda bajo el entendido de que la línea informativa sea favorable al gobierno foxista).

Otros datos de *El Día*:

- tira mil ejemplares diarios, de los que tiene una devolución del 80%, es decir, sólo vende 200 periódicos.

- su planta laboral es de 65 trabajadores, los que hasta el mes de marzo de 2002 no habían cobrado sus salarios desde octubre de 2001, ni el aguinaldo que por ley les corresponde.
- Ha recibido diversos apoyos de *La Jornada* y *El Financiero*, por ejemplo, rollos de papel (cada uno con un valor de seis mil 50 pesos de 450 kilogramos). (22)

Esa es la situación de los reporteros de *El Día*, que prefieren laborar, a veces sin salario, pero con la posibilidad de tener ingresos económicos ofreciendo sus servicios extras a los servidores públicos, a personajes de la política o de la iniciativa privada, que permanecer en el desempleo.

Esta situación ha impedido que en México se haga periodismo de investigación, debido a que el tiempo que los reporteros deberían destinar para documentarse, indagar, visitar fuentes, etcétera, es utilizado para cumplir con otro tipo de trabajos que también les sean remunerados. Así, en el periodismo mexicano prevalecen las notas informativas sustentadas en declaraciones, más que en investigación a fondo de hechos.

1.2.- Recuento de los intentos por legislar sobre medios de comunicación

La Comisión Interamericana de los Derechos Humanos (CIDH) en su informe de 1999 consideró a México como uno de los siete países con menor revolución jurídica en derecho de la información dentro de las naciones del mundo.

En México la única ley que regula la actividad periodística impresa es la Ley de Imprenta, que entró en vigor desde 1917, pero que es obsoleta, porque "si realmente se acatara revelaría su fondo restrictivo y autoritario". (23)

La primera reforma constitucional en materia del derecho a la información se hizo en el mes de diciembre de 1977, cuando se adicionó al artículo 6º Constitucional el siguiente párrafo: "El derecho a la información será garantizado por el Estado". Esto nunca se cumplió, debido a que la correspondiente ley de acceso a la información gubernamental quedó pendiente hasta los primeros cuatro meses del año 2002.

(22) "El Día, con vida artificial", comentarios de la revista *etcétera*, número 17, marzo de 2002, p. 8.

(23) Consúltese el informe de la CIDH en las siguientes páginas electrónicas:

<http://www.cidh.org/countryrep/mexico08sp/indice.htm>, y, <http://www.cidh.org/annualrep/99/spanca/capitulo5b.htm>

De 1978 a 1982 se hizo un primer esfuerzo por reglamentar el derecho de acceso a la información. No así de una ley general que regulara en su conjunto el quehacer periodístico de los medios de comunicación, y sobre todo su relación con el Estado para garantizar transparencia y responsabilidad con la sociedad.

El 18 de noviembre de 1979 la H. Cámara de Diputados convocó a una consulta pública para analizar la necesidad de legislar sobre medios de comunicación y el derecho de acceso a la información, y se efectuaron 20 sesiones durante las cuales se recopilaron 135 ponencias de diferentes sectores sociales.

De acuerdo con el análisis elaborado por Sergio López Ayllón, el 60% de los ponentes de radio y televisión se manifestaron en contra de legislar en la materia, mientras que el otro 40% tuvo una postura positiva y neutra. En la prensa el 38% de los ponentes estuvo de acuerdo, un 31% se declaró en contra, y otro porcentaje igual se mostró ambigüo. (24)

El 80% de los ponentes de los partidos políticos que participaron dijeron que si eran urgentes esas reformas, porcentaje con el que coincidieron los sindicatos, mientras que las instituciones universitarias también se pronunciaban favorablemente porque se reglamentara ese derecho. Y el 90% de las ponencia del sector gubernamental se pronunció a favor de las reformas.

De las 135 ponencias el 84% afirmaban la necesidad de legislar en la materia, es decir sólo 22 de éstas mostraban reticencias. Lo anterior denotaba que por primera vez había voluntad del gobierno de México para elaborar un proyecto de reformas y adiciones al marco legal vigente y reglamentar por lo menos una parte de lo que es el derecho a la información.

Se elaboró entonces un documento titulado *Bases estratégicas para la construcción de un sistema nacional de comunicación social*, de 6 mil 550 páginas divididas en tres tomos, que proponía reglamentar, entre otras cosas, sobre los siguientes puntos:

- El derecho de réplica
- Las agencias de información.
- Transparentar el presupuesto federal asignado a las oficinas de prensa.
- El derecho de acceso a la información.
- El otorgamiento de las concesiones de radio y televisión.

(24) Jorge Carpizo McGregor y Ernesto Villanueva Villanueva, "Crónica de los frustrados intentos reformistas", *Revista Mexicana de Comunicación*, año XIII, número 68, pp. 7-13.

El objetivo que en ese momento se buscaba era que México se actualizara con los niveles internacionales en materia de legislación sobre medios, debido a que desde 1948, con la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas, se hacía patente que los países adheridos al organismo debían actualizar sus constituciones para garantizar las libertades de expresión e información, y transparentar el ejercicio del periodismo.

Aunque no se pudo concretar esa reforma jurídica "por la red de complicidades entre medios y gobierno" se consiguió que el Poder Ejecutivo ratificara en 1981 la Convención Americana de Derechos Humanos y el Pacto de Derechos Civiles y Políticos. (25)

En 1983 se convocó a otra consulta pública con el mismo fin, cuyos resultados se truncaron "al desatarse una campaña en su contra que obligó a la suspensión del proyecto reglamentario". (26)

Así, 17 años después, el Poder Legislativo (ahora no el Ejecutivo) hizo un segundo intento por modernizar el marco legal del derecho a la información, y el 28 de enero de 1995, la H. Cámara de Diputados creó la Comisión Especial de Comunicación Social, la cual convocó el 5 de abril a una consulta pública que se efectuó del 8 de junio al 11 de julio del mismo año en 10 sedes regionales del país.

En la consulta sobre comunicación social se presentaron 694 ponencias con 2 mil 908 propuestas, cuyo tema general fue el de *Estado, Sociedad y Medios de Comunicación*, de las cuales el 89% se pronunció porque hubiera una reglamentación al respecto. (27)

En la consulta pública se tocaron cuatro temas fundamentales: a) la responsabilidad del Estado en materia de comunicación social, b) la función social de los medios, c) globalización, interdependencia y comunicación social, y d) la comunicación social y la reforma política del Estado. (28)

(25) *Idem.*

(26) Diario de los Debates de la H. Cámara de Diputados, año III, número 13, abril 22 de 1997, p. 1047.

(27) Jorge Carpizo McGregor, *op.cit.*

(28) Consulta pública en materia de comunicación social. Primera etapa, relatoría de foros regionales de consulta. Comisión Especial de Comunicación Social de la H. Cámara de Diputados, 25 de octubre de 1995.

Aunque en la propuesta de Ley Federal de Comunicación Social presentada en la LVI Legislatura de la Cámara de Diputados no se tocó un renglón específico sobre la necesidad de hacer legal un salario mínimo profesional para los reporteros, durante la consulta pública los ponentes sí abordaron el tema.

En el documento que elaboró la Comisión Especial de Comunicación Social de la LVI Legislatura de la Cámara de Diputados se especificó en el apartado *Responsabilidad del Estado ante los comunicadores*, que el quehacer de los comunicadores necesita de garantías y protección social. Las propuestas fueron en el sentido de:

- “obligar legalmente a las empresas periodísticas a pagar un sueldo digno a los comunicadores”.
- “establecer un padrón de comunicadores para analizar sus condiciones contractuales y exigir a la SHCP y al IMSS una revisión de las prestaciones que las empresas de comunicación otorgan a sus trabajadores”.
- “que el Estado garantice el respeto irrestricto de la actividad laboral y profesional de los periodistas y comunicadores”. (29)

Y en la exposición de motivos de la propuesta de Ley se hizo una breve mención al respecto: “hoy se busca cambiar los lineamientos represores por derechos, por garantías para el trabajo profesional de los informadores”. (30)

Asimismo, durante la exposición de motivos de la Ley Federal de Comunicación Social, la diputada María Teresa Gómez Mont y Urueta responsabilizó del fracaso de la dictaminación de la iniciativa al entonces secretario de Gobernación, Emilio Chuayffett Chemor, de quien dijo, al ser enterados por éste de que la reforma no se haría:

(29) Consulta pública en materia de comunicación social. Primera etapa, relatoría de foros regionales de consulta. Comisión Especial Comunicación Social de la II. Cámara de Diputados, 25 de octubre de 1995, p. 53.

(30) Diario de los Debates de la II. Cámara de Diputados, año III, número 13, abril 22 de 1997, p. 1049.

Gómez Mont se expresó así en la tribuna de la Cámara de Diputados:

Un juego de dos caras que mal habla de quien tiene a su cargo la coordinación de la política interna de nuestro país, una situación que debe preocuparnos mucho. ¿Por qué el Secretario de Gobernación no quiere que se legisle en la materia? ¿Por qué desde su llegada a la Secretaría de Gobernación comenzó a cambiar el rumbo de las actividades legislativas? ¿Por qué su influencia? ¿Por qué su intromisión? ¿Por qué obstaculizar? [...] Eso sin lugar a dudas crea toda una serie de suspicacias sobre las que sería muy sano reflexionar [...] esto nos lleva a comprender que México es aún un país de ataduras, de compromisos bajo el agua que alteran el proceso informativo, que los controles se dan [...] Lo que para la Secretaría de Gobernación ha sido un factor de control político, para la de Comunicaciones y Transportes ha sido una fuente infinita de jugosos negocios (no en balde el entonces titular de la dependencia, Carlos Ruiz Sacristán, se opuso concretamente a lo relacionado con el proceso de licitación para el otorgamiento de las concesiones para radio y televisión). (31)

A partir de esta propuesta el tema de legislar sobre medios de comunicación ha sido consistente hasta la fecha. Cada vez hay más sectores sociales que se pronuncian por esa reglamentación.

El tercer intento se hizo en el siguiente periodo legislativo, en 1998. La iniciativa de la anterior LVI Legislatura es revisada y analizada en la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía, para la cual se vislumbraban más probabilidades de dictaminarse por las siguientes circunstancias:

Por primera vez en la historia del país, los partidos de oposición se convierten en mayoría en la Cámara de Diputados, quedando también de manera inédita la presidencia de la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía en un diputado de oposición, Javier Corral Jurado, del Partido Acción Nacional. Esta doble circunstancia permitió que se rescatara el proyecto de la legislatura anterior y se procediera a realizar una serie de consultas con los distintos sectores sociales, como periodistas, editores, académicos, y organizaciones sociales y gremiales. (32)

Sin embargo, los propósitos quedaron nuevamente truncados aún cuando la propuesta de reglamentación estaba apenas en la etapa de análisis. Otra vez la mano del gobierno federal intervenía y los medios de comunicación también se resistían al tercer intento.

Desde el 30 de septiembre de 1998 los periódicos, estaciones de radio y televisoras "sospechosamente" implantaron una campaña de desprestigio en contra del Congreso de la Unión de pretender dictaminar una "ley mordaza".

(31) Diario de los Debates de la H. Cámara de Diputados, año III, número 13, abril 22 de 1997, p. 1050.

(32) Carpizo y Villanueva, *op. cit.* p. 10.

El legislador panista, Javier Corral Jurado, entonces presidente de la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía (CRTC) declaraba: "hubo una uniformidad en la reacción y eso me hizo suponer que se trata de decisiones concatenadas para confrontar a los medios con la Cámara y desprestigiar a la oposición. El me dijo (refiriéndose al Subsecretario de Comunicación Social) que la Secretaría de Gobernación no tenía nada qué ver y que la resistencia es de los editores de periódicos". (33)

Así, el diputado panista Javier Corral Jurado responsabilizó directamente al entonces presidente Ernesto Zedillo Ponce de León de ser el principal personaje que frenó la modernización del marco jurídico para asegurar los derechos y obligaciones de los ciudadanos y la responsabilidad social de los medios de comunicación, así como la relación del Estado con éstos. Declaró el legislador:

Zedillo ha alimentado esta zona de impunidad... el gobierno prefiere abdicar de su responsabilidad constitucional de promover leyes claras, a finiquitar las deplorables alianzas y complicidades con los medios de comunicación, fincadas en reglas no escritas, que han enriquecido a un puñado de potentados mediante favores mutuos. (34)

Mientras que Porfirio Muñoz Ledo (PML), quien coordinó la bancada del Partido de la Revolución Democrática en la LVII Legislatura, y encabezó los trabajos para la reforma del Estado al inicio del gobierno foxista, aseguró que en las reuniones que sostuvo con representantes de los medios de comunicación descubrió que en realidad están de acuerdo con la reglamentación.

Muñoz Ledo subrayó que los dueños de las radiodifusoras, televisoras y periódicos preferirían una relación digna prensa-gobierno, sin ningún tipo de presión de la Secretaría de Gobernación, y que se eliminara cualquier intento de intimidación o de soborno.

(33) Alvaro Delgado, "Se reglamentará la libertad de expresión y el derecho de la información, pese a la 'línea' del gobierno: Corral", reportaje, *Proceso*, número 1144, 5 de octubre de 1998.

(34) Alvaro Delgado, "Javier Corral y Muñoz Ledo responsabilizan a Zedillo de prolongar una relación viciosa y antidemocrática. Pese a la campaña sucia y mentirosa del gobierno y los medios de comunicación, no hay marcha atrás: se legislará y punto", *Proceso*, número 1146-01, 19 de octubre de 1998.

Al cuestionamiento del por qué, entonces, los concesionarios de radio y televisión, así como los dueños de los diarios se oponían a la iniciativa sobre la regulación de los medios de comunicación, PML respondió:

Primero, fundamentalmente, porque fueron engañados por funcionarios priistas, y segundo, porque la relación viciosa entre el gobierno y los medios es la que todavía prevalece, la cual ha sido discrecional por la obsolescencia de las leyes [...] el gobierno no acepta esto porque no cree en la aplicación de la ley, sino en la discrecionalidad que existe hasta ahora. Cree en la presión, en la intimidación y el compadrazgo. (35)

Después de varias semanas de impugnaciones del gobierno y la campaña de desprestigio de los periódicos, televisión y radio, la comisión cameral (CRTC) informó que se elaboraría una nueva propuesta que sería enviada al Congreso en un próximo periodo de sesiones. El periodista Raymundo Riva Palacio describió el hecho de esta manera:

El efímero, pero destructivo debate, fue artificial y estuvo caracterizado por la desinformación. Medios y periodistas hablaron de una iniciativa que no conocían, que no habían leído [...] la tuerca vuelve a dar una vuelta contra todo escenario de cambio. Es lamentable y vergonzosa la actitud asumida por muchos para mantener un estado de cosas inalterable y pretender que los medios de comunicación sean portadores de credenciales de la impunidad y puedan vivir al margen de la rendición de cuentas a la sociedad que los rodea. (36)

En eso terminaron los intentos reformistas en materia de medios de comunicación del régimen hegemónico priista. Sin embargo, una vez que Vicente Fox Quesada hacía campaña por la Presidencia de la República por el Partido Acción Nacional (PAN), ya generaba opiniones de intentar preservar la impunidad de los medios.

Las opiniones que un sector de la sociedad hacía sobre las actitudes del entonces candidato del PAN a la Presidencia de la República eran en el sentido de que prefería mantener la impunidad y la discrecionalidad que por siempre han gozado los dueños de los medios de comunicación.

La investigadora Beatriz Solís, quien ha sido una de las principales impulsoras para de la reglamentación de la comunicación social y del derecho a la información en México desde hace poco más de 25 años, le envió entonces una carta al dirigente nacional del partido albi azul, Luis Felipe Bravo Mena, inconformándose por las actitudes de Vicente Fox, a las que calificaba de complacientes.

(35) *Ibidem*.

(36) Antonio Jáquez. "Nada ha cambiado en 20 años: medios ligados al poder, funcionarios y priistas se sunaron al griterío contra la supuesta ley mordaza", reportaje, *Proceso*, número 1146-02, 19 de octubre de 1998.

Ya en el nuevo sexenio la H. Cámara de Diputados recibió en el 2001 tres iniciativas de ley de acceso a la información pública. Los tres proyectos (uno del Ejecutivo Federal, otro del Grupo Parlamentario del PRD, y uno más del Grupo Oaxaca, integrado por académicos, empresarios y periodistas) se discutieron, y finalmente el dictamen se aprobó en lo general por unanimidad de las ocho fracciones parlamentarias, el 24 de abril de 2002.

La Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental fue calificada como "el legado jurídico de mayor trascendencia para la vida democrática del país". Sin embargo también se dijo que "aunque se logran avances, faltan pasos por darse, de acuerdo a los estándares internacionales en la materia". (38)

Esta es sólo una parte de lo que debiera actualizarse jurídicamente en cuanto a la relación medios-estado, al quehacer periodístico (que incluya el añejo reclamo de los reporteros: un salario justo y condiciones laborales dignas) y transparentar el presupuesto federal destinado a comunicación social, a fin de dar un paso más en la reforma del Estado y la democratización del país.

2.- La política de comunicación social de la actual administración

Este capítulo tiene como propósito establecer cuál es la política de comunicación social anunciada por la actual administración federal, comentar si ésta corresponde a lo que está ocurriendo en los hechos en el país respecto del proyecto gubernamental en la materia, así como relatar algunos incidentes ocurridos en el primer año y medio del gobierno foxista con periodistas.

Asimismo, comentar cuál ha sido la función de la propaganda pagada por el Estado a los medios de comunicación, y si ésta sigue operando de la misma manera en lo que va del sexenio 2000-2006.

El subsecretario de Comunicación Social, de la Secretaría de Gobernación (Segob), José Luis Durán Reveles, afirma que desde el primero de diciembre de 2000 "nuevas formas y actitudes han marcado la relación con la sociedad", así como con los medios de comunicación, "basadas en la transparencia, el diálogo, la veracidad y el respeto donde no existen tratos especiales ni actitudes sectarias". (1)

El funcionario federal sostiene que la administración del presidente de la República ha fortalecido la relación con los medios de comunicación "con base en reglas claras, trato equitativo y transparencia en las acciones del gobierno", y que se caracteriza por el respeto irrestricto a la libertad de expresión, unida a la responsabilidad de quien la ejerce, es decir, "libertad con responsabilidad". E insiste en que no ha habido limitación alguna a su ejercicio. (2)

Pero el Subsecretario de Comunicación Social no menciona que a un año y medio de la administración foxista, la Presidencia de la República llevaba ya el tercer cambio de vocero. Cabe preguntarse si los dos anteriores no lograron diseñar una estrategia efectiva de comunicación social, y a qué se deben las frecuentes pugnas de los medios de comunicación con el presidente Vicente Fox.

(1) José Luis Durán Reveles. Conferencia Magistral sobre las *Líneas Generales de la Política de Comunicación Social del Gobierno de la República*, impartida por él en la Ilustre Universidad Autónoma de Puebla, el miércoles 17 de abril de 2002.

(2) *Ibidem*. Negritas mías.

Al respecto Juan Francisco Escobedo, catedrático de la Universidad Iberoamericana, señala:

Los voceros de la presidencia y el Presidente mismo han operado bajo el estímulo de ciertas nociones básicas en la materia, pero no disponen de un pensamiento ni un programa estratégicos [...] siguen atrapados en el torbellino de la campaña presidencial que terminó con la derrota del PRI como partido de régimen [...] el punto de quiebre del esquema comunicativo centrado en el *marketing* que ha desplegado el gobierno de Fox, ya ha ocurrido. La salida del segundo vocero en turno, Francisco Ortiz, es la mejor evidencia de que los esquemas mercadológicos resultaron insuficientes para alimentar de perspectiva y estrategias una política comunicativa que quiere ser *nueva y estratégica*. Nada más lejos de ello. (3)

José Luis Durán Reveles indica que una de las principales metas de la actual administración federal es fortalecer la comunicación entre el gobierno, la sociedad y los medios, así como promover la cultura de libertad y apertura informativa.

Escobedo señala que hasta este momento no hay planteamientos precisos de lo que se pretende hacer, y menos aún los propósitos que se quieren obtener en el campo de la comunicación gubernamental.

Durán Reveles subraya: "la época de los tratos preferenciales o de conveniencia ha sido superada". Apunta que el objetivo es "informar eficazmente a la población sobre las acciones de Gobierno, sobre las políticas públicas y, de esa manera, contribuir a establecer canales de comunicación entre la autoridad y los demás sectores del país y, así, motivar la participación ciudadana". (4)

Por su parte, Juan Francisco Escobedo apunta que "los apetitos del Presidente y la complicidad que suscitan las relaciones entre el gobierno y los medios de comunicación son los imperativos que orientan la comunicación gubernamental. Esa fue la constante en la política comunicativa oficial hasta el gobierno de Zedillo. Y esa es la dinámica que prevalece en la administración actual". (5)

Entonces siguen operando las viejas reglas del régimen del *priato* y los pactos no escritos entre los grupos mediáticos. Hasta el momento siguen inalterables las negociaciones *por debajo del agua* entre los operadores de la política gubernamental de la comunicación social y los propietarios de los medios.

(3) Juan Francisco Escobedo, "Comunicación gubernamental sin perspectiva estratégica. Nuevas reglas, parte irremplazable de la agenda del cambio de régimen", *Revista Mexicana de Comunicación*, Fundación Manuel Buendía, año XIV, número 74, marzo-abril de 2002, pp. 26 y 27. Escobedo es doctor en ciencia política y sociología por la Universidad Complutense de Madrid y miembro del Sistema Nacional de Investigadores.

(4) Durán, *op. cit.* Negritas mías.

(5) Escobedo, *op. cit.* p. 27.

Para Juan Francisco Escobedo en el actual régimen político no se espera que haya una nueva política comunicativa, porque ni siquiera se advierte la existencia de un adecuado diagnóstico acerca de los alcances y limitaciones del proceso de cambio político.

El Doctor en Ciencia Política dice que para el gobierno federal implantar nuevos lineamientos de comunicación implicaría el establecimiento de límites razonables, legales e institucionales entre el régimen político y el Estado. Y puntualiza que nada nuevo se forjará en la materia salvo la renovación de los personajes de la vieja política de complicidades.

El gobierno no tiene una posición unificada y favorable para acometer acciones en vertientes básicas, bien sea por falta de claridad política, por confusión o por deliberada omisión [...] Se trata de tomar decisiones para enfrentar en serio los siguientes cursos de acción: a) formular y gestionar una Ley de Transparencia Publicitaria aprobada por el Congreso, b) reformar el diseño institucional y el sustento legal de los medios de comunicación en manos del gobierno para darles una dimensión de Estado, c) promover una Ley de Archivos Públicos, y d) establecer por acuerdo presidencial una política de acotamiento temático y reducción del gasto público en materia publicitaria. Definir la publicidad asociada a la promoción de las políticas públicas de Estado y evitar la promoción institucional *per se*, que sólo ha servido para alimentar complicidades[...] Sin nuevas reglas legales, nuevo diseño institucional y políticas públicas pertinentes, no habrá nueva política de comunicación gubernamental, sino únicamente alimento para la complicidad y condiciones para la regresión autoritaria. (6)

Es necesario hacer hincapié en que el Subsecretario de Comunicación Social omitió comentar en su conferencia magistral si hay alguna propuesta para legislar en materia de medios de comunicación impresos. Sólo mencionó que el gobierno federal entregó la iniciativa de ley sobre el acceso a la información (que ya fue aprobada como Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental por la Cámara de Diputados en el mes de abril de 2002).

Durán Reveles sostiene que otra de las prioridades de la presente administración federal es tener una Ley Federal de Radio y Televisión (*Leferyt*) reformada, "acorde a las transformaciones sociales y tecnológicas" del país, debido a que la vigente data de 1960.

Al respecto, informó, el 5 de marzo de 2002 se instaló la Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos con el objetivo de establecer una propuesta de reforma integral a la *Leferyt*, de la manera más consensuada posible, que sea producto del diálogo responsable entre los diferentes sectores sociales involucrados.

Pero desde el 8 de febrero del mismo año se había informado que el proceso de reforma a la *Leferyt* permanecía en la congeladora, pues no se había instalado la mesa de consulta que la Secretaría de Gobernación había abierto. (7)

De acuerdo con el Subsecretario de Comunicación Social, la Mesa que instaló la Segob se dividió en 7 grupos de trabajo que son: a) participación social, b) principios fundamentales, c) jurisdicción y competencia, d) concesiones y permisos, e) programación, f) medios del Estado, y g) competencia económica.

Y los primeros acuerdos consensuados fueron: 1.- eliminar la discrecionalidad y fomentar la transparencia en el otorgamiento, refrendo y revocación de concesiones y permisos. 2.- garantizar el derecho de réplica en la nueva legislación de medios electrónicos. 3.- crear un nuevo órgano plural que sustituya al actual Consejo Nacional de Radio y Televisión. 4.- la programación de los medios electrónicos debe observar el respeto a los derechos de la niñez, la juventud y los grupos vulnerables.

Sin embargo, los hechos demostraron que no había voluntad del Gobierno Federal por llevar a cabo reformas a la Ley Federal de Radio y Televisión, porque entonces no hubiera acordado, en la madrugada del 10 de octubre de 2002, con los integrantes de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) sobre la disminución del tiempo de difusión de 12.5% a 1.5% que le correspondían al Estado.

Causó sorpresa y malestar entre los sectores sociales que el Presidente Vicente Fox decidiera unilateralmente *regalarle* a los concesionarios de los medios electrónicos el 11% del tiempo de difusión que le venían pagando al Estado, a manera de gravamen, por usar el espacio aéreo mexicano.

(7) José de Jesús Guadarrama. "Blindaje Constitucional a la Ley de Telecomunicaciones". *El Financiero*. 8 de febrero de 2002, p. 17.

También los mismos panistas mostraron indignación con el acuerdo Fox-CIRT, al grado de llamar "traidor" al Jefe del Ejecutivo, porque respondió más a los intereses empresariales, que a la doctrina del partido blanquiazul. Contrario a lo que el Gobierno Federal había anunciado de llevar a cabo reformas integrales a la legislación sobre medios de comunicación electrónicos de manera consensuada, el Presidente de la República y los miembros de la CIRT literalmente *madruguetearon* el acuerdo para casi eliminar los tiempos de transmisión que las radiodifusoras y televisoras destinaban al Estado para la difusión de los programas oficiales.

La decisión se tomó en una coyuntura pre electoral, al margen de la participación de las organizaciones no gubernamentales (ONG's) y otros sectores sociales que venían participando en la Mesa previamente establecida por la Segob. Y fue publicada en una insólita edición vespertina del Diario Oficial de la Federación del 10 de octubre de 2002.

Después de esta fecha las ONG's abandonaron la Mesa de Diálogo de la Segob, por considerar una burla a la sociedad la decisión del Presidente Fox, y decidieron entregar su propia propuesta de reformas integrales a la *Leferyt* a las Comisiones Especiales para la Reforma del Estado de las Cámaras de Diputados y Senadores.

Asimismo, el panorama para tener una nueva Ley Federal de Telecomunicaciones (*Lefete*) también es gris, y bastante complicado. De hecho, lo que parecían ser esperanzas repentinamente se volvieron frustraciones, debido a que una vez que el proyecto de ley estaba casi listo para dictaminarse se truncó, después de dos años de discusiones, porque surgió de manera inesperada (apenas el 30 de abril de 2002) otra propuesta que se presentó en el pleno de la Cámara de Diputados.

Para el senador panista Javier Corral Jurado --quien como diputado de la LVII legislatura de la Cámara de Diputados impulsó la legislación sobre medios de comunicación, y ahora dentro de la Conferencia Parlamentaria de Telecomunicaciones (*Conparte*) presidió los trabajos para sacar la nueva *Lefete*--, fueron los intereses económicos de Carlos Slim, presidente de Teléfonos de México (Telmex), lo que frenó la dictaminación de la *Lefete*. (8)

(8) Angélica Mercado, "La Ley de Telecomunicaciones no pasó por culpa de Slim: Corral", *Milenio Diario*, 2 de mayo de 2002, p. 12.

Para Corral Jurado el dueño de Telmex ejerció “un poder sin escrúpulos” en el Congreso de la Unión durante el último día de sesiones del tercer periodo ordinario, del segundo año de la legislatura, para que esta ley no fuera presentada al pleno.

El senador panista también acusó al priista Jesús Orozco Alfaro, presidente de la Comisión de Comunicaciones, así como al perredista Víctor Manuel Ochoa Camposeco, ambos diputados de la LVIII legislatura de la Cámara de Diputados, de tener intereses ligados a los empresarios que detentan el poder económico en telecomunicaciones.

Corral señaló que Orozco Alfaro y Ochoa Camposeco “querían dar el albayo y reventar el mecanismo” para hacer efectivo el proceso de reformas, sobre todo en lo concerniente al apartado que llamado Dominancia, “que quizá sea el fantasma o mayor preocupación de Slim”. Sostuvo que ambos diputados abandonaron las reuniones de la *Conparte*.

Y es que el senador panista se refiere a que el diputado federal perredista Víctor Manuel Ochoa Camposeco presentó otra iniciativa de *Lefete* en las últimas horas del último día de sesiones del periodo ordinario, el 30 de abril de 2002, a la que se calificó como “el proyecto Slim”. Pero las acusaciones de Corral Jurado fueron más allá. Sostuvo que hubo fuertes presiones del dueño de Telmex, hasta chantajes y amenazas, para abortar la dictaminación del proyecto de ley, lo que “ni siquiera se veía en los peores tiempos del *priato*”.

Las fuertes discusiones no sólo fueron con la iniciativa privada, sino también con el gobierno federal, “al que literalmente se le tuvieron que arrancar atribuciones que concentrará el órgano regulador” establecido en el proyecto de la nueva *Lefete*. En este sentido, Javier Corral dijo que “Slim ha acumulado tanto poder que ha podido no sólo atravesar al PRD o al PRI, sino que ya hasta regaña al presidente de la República”. (9)

Aquí es necesario reflexionar por qué de último momento se presenta al pleno de la Cámara de Diputados un proyecto alterno de *Lefete*, si la *Conparte* --integrada por senadores y diputados, incluyendo al mismo Ochoa Camposeco-- llevaba más de 50 sesiones para consensuar acuerdos sobre esas reformas. Entonces, la nueva propuesta del diputado federal perredista debió plantearse y discutirse ahí mismo, en el seno de la *Conparte*, y no mantenerse oculta.

(9) José de Jesús Guadarrama, “Reformas a la *Lefete* amenazan las inversiones de Telmex: Chico Pardo”, *El Financiero*, 2 de Mayo de 2002.

Por su parte, Jaime Chico Pardo, director general de Telmex, sostuvo que el proyecto de la *Lefete* tiende a dismantlar a esta empresa mexicana que ha puesto todo su capital en inversiones, y que busca favorecer a otras compañías que quieren competir en mercados preferenciales. Chico Pardo aseguró que el proyecto de ley incluye esquemas de regulación ya rebasados, y que Telmex lo único que reclama es reciprocidad de apertura a las inversiones extranjeras. (10)

Empero, José Luis Durán Reveles también guardó silencio durante su ponencia sobre la política de comunicación de la Presidencia de la República respecto de la necesidad de legislar para reformar o hacer una nueva *Lefete*. Ni siquiera mencionó de manera simple que se encuentra en el Congreso de la Unión un proyecto de *Lefete* para adecuarla a las nuevas necesidades y desarrollo que México requiere.

Algunos de los incidentes entre los periodistas y Fox

Durante el primer año y medio del sexenio 2000-2006 se suscitaron algunos incidentes entre el gabinete foxista con los medios de comunicación impresos y electrónicos, y con periodistas, en el sentido de que la prensa mexicana sólo se dedicaba a criticar negativamente las acciones del gobierno, menospreciando logros obtenidos, sobre todo en las giras presidenciales internacionales.

Uno éstos fue lo ocurrido en el mes de noviembre de 2002, cuando el presidente Vicente Fox prometió, en una de sus giras por Europa, que México crecería al 7% durante 2003, y después se desdijo públicamente. Ante esto el vocero presidencial, Rodolfo Elizondo Tores, adujo "fallas en la comunicación" por los errores cometidos en la traducción que se hizo del discurso del Jefe del Ejecutivo. El suceso fue criticado severamente por la prensa mexicana.

Posteriormente, ya en México, Vicente Fox les dijo públicamente a los reporteros de la fuente que su gira por Europa "fue muy exitosa", y luego añadió: "respeto mucho a quienes tienen otra óptica de lo que sucedió en el viaje, pero fue muy exitoso para traer inversiones al país".

(10) *Ibidem*, p. 22.

Mientras que los encabezados de los periódicos nacionales decían: "Arremete de nuevo Vicente Fox contra medios de comunicación" o "Rodolfo Elizondo se echa la culpa del incidente en Europa", otra era la postura del secretario de Relaciones Exteriores, Jorge Castañeda, quien dijo al ser entrevistado por el programa radiofónico *Monitor de la Mañana* que "la impresión general" sobre los reportes informativos es que hubo "dos giras, completamente diferentes". La primera reveló una "recepción muy impresionante al presidente Fox...una gira tremendamente bien recibida" en la prensa internacional. La segunda no lo reflejó (refiriéndose a la prensa nacional). (11)

Pero de lo que publicaron de esa gira los medios escritos en Inglaterra, Irlanda y Francia, por lo menos el 64% fue pagado. De acuerdo a la carpeta titulada "Cobertura de la Prensa Extranjera", elaborada por la Presidencia de la República, alrededor de las dos terceras partes de las 101 páginas corresponde a los suplementos institucionales habitualmente pagados para promover al Jefe del Ejecutivo, integrantes del gabinete, gobernadores y empresarios. (12)

Entonces, de todo esto puede desprenderse que una de las principales pugnas de los medios de comunicación, sobre todo los impresos, se debe a la selección que hace Presidencia de la República en la designación del presupuesto hacia radio, televisión y periódicos para sostener la imagen de Vicente Fox. Hasta antes del 2000 ni pensar en que se diera a conocer públicamente una polémica así entre reporteros y el Presidente de la República, quizá porque antes no había esa selectividad.

Otro hecho similar fue lo que pasó en el ámbito de las relaciones prensa-gobierno fue la salida del periódico *Milenio Diario* del periodista Raymundo Riva Palacio, como director general, quien afirma que su destitución se debió a que:

el reportero (de éste diario) Miguel Castillo investigaba una presunta adjudicación de un contrato para un hijo de la señora Sahagún (Martha Sahagún de Fox) para la construcción de mil 800 viviendas de Infonavit en Guanajuato. Esta pesquisa generó una amenaza directa de la señora Sahagún al propietario de *Milenio Diario* y a la empresa en su conjunto, que terminó con usted (refiriéndose a Federico Arreola, vicepresidente Ejecutivo del periódico) ofreciendo mi cabeza. (13)

(11) El Cancellor da clases de periodismo, *Milenio Diario*, 19 de noviembre de 2002, p. 4.

(12) El 64% de lo que publicó Europa de Fox fue pagado, *La Crónica de Hoy*, 21 de noviembre de 2002, p. 4.

(13) Anónimo, "las rodillas y las ventas", *éxcelsior*, número 17, marzo 2002, p. 14.

El periodista sostiene que con su salida habría un cambio en el proyecto editorial original del periódico *Milenio Diario*, y asegura que hay testimonios que tras su destitución se dieron órdenes de darle un "tratamiento muy cuidadoso" a los géneros periodísticos que hablen de la esposa de Vicente Fox, sobre todo los que son críticos de ella.

Riva Palacio acusó al vicepresidente Ejecutivo de *Milenio Diario*, Federico Arreola, de que ser capaz de cualquier cosa para vender publicidad, en relación a que prefirió los contratos de publicidad de la Presidencia de la República, en lugar de sostener un línea crítica para hacer del diario un ente independiente.

A esto Federico Arreola contestó: "es verdad, lo admito, porque he aprendido que el vendedor es como el político en campaña electoral: todo lo pide de rodillas porque los clientes no están obligados a comprar nada a nadie". (14)

Estos dos aspectos demuestran la importancia económica de la publicidad que paga el Estado a los periódicos, radio y televisión; esto incide negativa o positivamente sobre la cobertura periodística. También que los discursos del Presidente de la República sobre derecho a la información se contradicen con los hechos. Y lo mismo sucede con los dueños de los medios de comunicación, quienes tampoco son congruentes entre lo que dicen y lo que hacen.

El discurso oficial foxista ha sido en el sentido de no decir o hacer más de lo mismo. Si en el pasado las administraciones priistas se regían por las reglas no escritas o los pactos establecidos *por debajo del agua*, ahora con un partido político en la Presidencia de la República las cosas cambiarían. Pero en la práctica no ha sido así, y los hechos lo demuestran.

2.1.- El papel que juega en el ejercicio periodístico el establecimiento de convenios publicitarios del gobierno con las empresas

El pago de publicidad del gobierno a las empresas periodísticas siempre ha sido un punto muy criticable en la relación prensa-Estado, debido a que se otorga de manera discrecional y poco transparente. Aún cuando la administración federal fije lineamientos para la asignación de los recursos, nadie vigila que se cumplan ni hay quién sancione.

Las oficinas de Comunicación Social han sido la *caja chica* de las instituciones gubernamentales, desde donde se conviene ejercer cierto presupuesto con cada medio de comunicación a cambio de un trato especial, a valores entendidos, para los funcionarios públicos.

El apoyo económico a las empresas periodísticas vía inserciones pagadas opera, sobre todo, en épocas electorales. Al respecto Ernesto Villanueva Villanueva comenta que “este ejercicio discrecional del presupuesto público en materia de difusión y publicidad oficial se explicaba en gran medida la amplia cobertura periodística que solían tener los candidatos a cargos de elección popular del Partido Revolucionario Institucional”. (15)

Villanueva señala que de acuerdo al análisis de contenido que hizo la Academia Mexicana de Derechos Humanos en 1994 sobre la difusión en medios de comunicación de las campañas presidenciales, son sugerentes los datos que arrojó, por ejemplo en el periódico *La Prensa* —de mayor tiraje en el país— que dedicó entre el 25 y 29 de julio de 1994, 17 notas al candidato priista Ernesto Zedillo, 10 al perredista Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, y 10 al panista Diego Fernández Cevallos.

Aunque ahora que las administraciones federales, estatales o municipales están en manos de los partidos Acción Nacional o de la Revolución Democrática, la asignación de contratos de publicidad tienen el mismo fin: construir una imagen positiva del gobernante, y evitar que el reportero informe sobre irregularidades que cometen los funcionarios públicos. Es decir, la discrecionalidad continúa.

Se puede afirmar categóricamente que hasta ahora ningún partido político ha sido capaz de manejar transparentemente los recursos públicos en relación con los medios de comunicación.

(15) Villanueva, *op. cit.* p. 117.

Un ejemplo de lo que representa la publicidad para medios y gobierno fue lo que dijo el expresidente José López Portillo el 7 de junio de 1982: "¿una empresa mercantil, organizada como negocio profesional, tiene derecho a que el Estado le dé publicidad para que sistemáticamente se le oponga? Ésta, señores, es una relación perversa, una relación morbosa, una relación sadomasoquista". Desde entonces se conoce la frase que pronunció López Portillo, que se volvió célebre: "no pago para que me peguen". (16)

Esta relación viciosa es fomentada por la gran mayoría de las empresas periodísticas, debido a que pagan bajos salarios a los reporteros, a los que les dan compensaciones según las ventas de publicidad que hagan a las instituciones, a cuya cobertura informativa son asignados. Los porcentajes por comisiones que reciben los reporteros varían entre 7.5% y 15%, según el medio.

¿Se acabaron los *embutes* en el gobierno del cambio?

La pregunta obligada en este sexenio, que representaba (o todavía representa para alguna parte de la sociedad) la esperanza de cambio, es si ya desaparecieron los *embutes* o *chayos* una vez que el panista Vicente Fox Quesada inició el sexenio.

Al inicio de la actual administración federal la entonces vocera Martha Sahagún advirtió que en la relación del gobierno con los medios no habría más corrupción, "no habrá favoritismos ni tratos especiales, seremos inflexibles". (17)

Durante la reunión que sostuvo con los directores generales de comunicación social de las dependencias gubernamentales, la exvocera presidencial definió *La Política de Comunicación Social del nuevo gobierno*, en donde dejó muy preciso que no se toleraría "la impunidad ni el libertinaje" de los medios de comunicación, y estableció en el documento: "Tenemos claro que los medios de comunicación son un negocio. No estamos en contra de su derecho lícito a obtener utilidades. Sin embargo, es claro que los medios también tienen una responsabilidad social, y es preciso que no confundan el interés público con el interés comercial". (18)

(16) Julio Scherer García. *Los Presidentes*, Grijalbo, México, 1993, p. 152.

(17) Rodolfo Montes. "Advierte Martha Sahagún: Ni impunidad ni libertinaje en los medios", *Proceso*, número 1257-08, 4 de diciembre de 2002.

(18) *Ibidem*.

Sin embargo, la diputada federal panista Teresa Gómez Mont --quien también como legisladora en la LVI legislatura impulsó un proyecto de Ley Federal de Comunicación Social que no concluyó-- dijo estar preocupada con el manejo de los medios de comunicación por parte de la entonces Vocera de la Presidencia de la República.

Gómez Mont acusó a Carlos Salomón Cámara (quien fue funcionario en las anteriores administraciones priistas, y en este gobierno federal panista se desempeñaba como asesor de la exvocera presidencial, Martha Sahagún) de hacer "pactos al estilo del viejo régimen (priista) para intercambiar favores y el pago de gacetillas por dependencias federales a medios de comunicación". (19)

La legisladora dijo que era preocupante que Salomón estuviera tejiendo "acuerdos no escritos" con los medios de comunicación, a pesar de que los concesionarios de radio y televisión, así como los dueños de los periódicos, tienen disponibilidad para construir una nueva relación de respeto con el gobierno.

Según algunos reporteros asignados a diversas fuentes informativas les fueron suprimidos los apoyos económicos que anteriormente se les otorgaban, sólo les dan mil pesos en vales para despensa o alimentos. Por ello tienen que buscar *chambitas* con los diputados, a fin de compensar el bajo sueldo que les paga la empresa para la que trabajan.

Por otra parte, desde la campaña presidencial Vicente Fox Quesada dio la pauta de lo que sería la relación de su gobierno con los medios de comunicación, lo que le valió el reclamo de algunos sectores sociales, entre estos, el de los académicos que le criticaron que prefería "mantener la impunidad y la discrecionalidad que hasta hoy han gozado los grupos empresariales de los medios de comunicación favorecidos por el régimen que él dice querer cambiar.

En del 3 de noviembre de 1999 con la Asociación de Editores de Periódicos de la República, integrada por Novedades, El Heraldo de México, Diario de México y México Hoy, entre otros, Vicente Fox negó que él tuviera en consideración la propuesta panista sobre una iniciativa de Ley de Comunicación Social que en esos momentos se debatía en la Cámara de Diputados.

(19) Alvaro Delgado. "La relación prensa-gobierno de Fox: pactos no escritos y gacetillas disfrazadas". *Proceso*, número 1270-11, 5 de marzo de 2001.

(20) Gerardo Albarán de Alba. "La investigadora Beatriz Solís: Fox intenta preservar la impunidad de los medios". *Proceso*, número 1202-45, 15 de noviembre de 1999. Beatriz Solís es colaboradora cercana del panista Javier Corral Jurado, y ambos han impulsado desde hace dos décadas reformas al marco legal de los medios de comunicación.

Si el gobierno federal ha tenido reclamos por la forma en que empezó a establecer sus relaciones con los medios de comunicación, desde la campaña presidencial, queda claro que la sociedad no quiere más de lo mismo, sino la transformación del sistema político mexicano, en el que por decenios los sectores del poder se hicieron cómplices.

A cuánto asciende el gasto del gobierno en publicidad pagada a los medios de comunicación

Hasta ahora se desconoce cuánto gasta la Presidencia de la República o alguna de las instituciones en el pago de gacetillas u otro tipo de inserciones en los periódicos, radio o televisión.

De acuerdo a la información proporcionada por el senador Javier Corral Jurado, en 1998 el monto alcanzó, sólo en prensa, 7 mil 800 millones de pesos, pero estimó que si se hubiera tomado en cuenta el gasto no documentado la cifra pudo haber alcanzado más de 11 mil millones como gastos de comunicación social de las dependencias gubernamentales.(21)

El mayor derroche de recursos públicos se hace en las campañas electorales, como por ejemplo en la del presidente del Comité Ejecutivo Nacional del Partido Revolucionario Institucional, Roberto Madrazo Pintado, cuando contendió por la gubernatura de Tabasco:

En tan sólo un día los estrategas que cuidaban la imagen de Roberto Madrazo destinaron a la prensa nacional un millón 403 mil 125 nuevos pesos, más de la cuarta parte del tope de gastos de campaña dispuesto por las autoridades electorales del estado para todo el proceso [...] ese día, el 18 de octubre de 1994, el PRI-Tabasco emitió cheques para hacer dos pagos por inserciones de publicidad (entre otros medios) a *La Jornada* --por 453 mil nuevos pesos--, *El Universal* --por 250 mil nuevos pesos--, a Aurora Berdejo (columnista) --por 50 mil nuevos pesos--, cuyo monto no especifica el concepto. (22)

La compra de gacetillas puede hacerse, incluso, en la primera plana del periódico, como ocurrió con *La Jornada* en la campaña política del tabasqueño, a la que se le pagó 97 mil 625 nuevos pesos "por concepto de 100 líneas ágata en primera plana y otra nota en interiores, pero en la factura correspondiente se especificó con letra manuscrita "de esta factura 28702 sólo se paga la primera plana, 65, 000 nuevos pesos, no la nota de 23,750, porque no es favorable para Madrazo". (23)

(21) Gerardo Galarza. "El gobierno no tiene nada que hacer en ese campo: Junco de la Vega. Intereses económicos detrás de la embestida contra Notimex: Medina Vieclas", *Proceso*, número 1220-06, 20 de marzo de 2000.

(22) Alejandro Caballero, Alvaro Delgado y Armando Guzmán. "En un solo día, el PRI Tabasco gastó en la prensa nacional, para la campaña de Madrazo, casi un millón y medio de nuevos pesos", *Proceso*, número 0983-10, 4 de septiembre de 1995.

(23) *Ibidem*.

Un ejemplo del gasto indiscriminado del presupuesto que hacen las instituciones para *limpiar* la imagen que la sociedad tiene de los legisladores es la Cámara de Diputados (CD), de quienes la gente opina que cobran elevados sueldos, pero que no le devengan con trabajo, debido a las exageradas ausencias en las sesiones de los plenos, retratada con la crónica de los diarios, las imágenes televisivas o la toma fotográfica, además de que las leyes que aprueban tampoco son las más adecuadas ni benéficas para la población.

Las fracciones parlamentarias de las tres principales fuerzas políticas tienen una mayor cobertura de radio y televisión, de las que se difunden más número de notas positivas que de la propia CD como institución. Mientras que en el mes de febrero de 2002 el PRI tiene 141 menciones en radio y televisión, de las que 93 son positivas, 12 negativas y 36 neutrales, la CD tiene en total 94 menciones, de las cuales 32 son positivas, 32 negativas y 30 neutrales. (24)

Al respecto el conductor Javier Solórzano critica que la CD invirtió 7 millones de pesos en una campaña publicitaria en televisión, que equivale a 500 mil pesos diarios para revertir la pésima imagen que los medios de comunicación construyen de los legisladores. Pero el director de Radio y Televisión de la CD, Héctor Murillo Cruz, dice que a esa inversión en publicidad no es un derroche si se considera que la Presidencia de la República gasta 2 mil 600 millones de pesos anuales para promocionarse. (25)

Entonces, es verdaderamente oneroso el gasto que hace el gobierno en publicidad para *lavar* la imagen de los funcionarios en turno, sin que ninguna instancia gubernamental o ciudadana tenga la capacidad jurídica de cuestionar si hubo licitación de por medio, o sobre qué bases se autorizó ese gasto para publicidad y a quiénes.

En este contexto convergen diversos intereses de los reporteros, los medios de comunicación y la misma CD. Los primeros *pegan* quizá porque ya no se les apoya económicamente, lo que es un riesgo latente de manipulación de la información. Para los segundos los errores de la CD les deja ganancias publicitarias, y la que sale perdiendo de cualquier modo es la población, cuyos impuestos son derrochados por la CD y el Gobierno mediante el pago de publicidad.

(24) Análisis que hace el Departamento de Monitoreo de Medios Electrónicos de la CD, del mes de febrero de 2002.

(25) *Ibidem*.

En cuanto a la VLIII legislatura de la CD es importante reflexionar por qué la fracción parlamentaria del PRI es la que tiene, por lo regular, mes con mes el número más alto de menciones en los medios electrónicos, según el análisis que realiza el Departamento de Monitoreo de la institución.

A pesar de que las bancadas del blanquiazul y del tricolor tienen un número casi igual de legisladores, poco más de 200 curules cada uno, son los segundos los que tienden al control de los medios de comunicación, aún cuando la composición administrativa y espacios políticos de la CD está dividida entre PRI-PAN. Ambos encabezaron la presidencia de la mesa directiva de la institución en los dos primeros años de la legislatura, así como la titularidad de los órganos de gobierno y administrativos.

De acuerdo al monitoreo efectuado por la CD, en el mes de enero de 2002, el grupo parlamentario priista tuvo 153 menciones en radio y televisión, de las cuales 93 fueron positivas, 29 negativas y 31 neutrales, seguido por el albiazul con 89 menciones (64 menos que el PRI), de las que 49 son positivas, 12 negativas y 28 neutrales.

La explicación se debe quizá a que el PRI se resiste a abandonar las viejas prácticas para el control de los medios de comunicación. Por ejemplo, la bancada tricolor en la CD organizó un viaje a Oaxaca por el trabajo de comisiones, los días 23 y 24 de mayo de 2002, al que invitó a los reporteros de la fuente legislativa, con gastos pagados, cuando debió haber sido el medio para el que trabaja el reportero el que cubriera todos los gastos de éste.

Y no es que el PAN no quiera emplear estos mecanismos para tener el manejo de los medios, sino más bien carece de estrategias para operar. El mejor ejemplo de ello son las constantes pugnas entre el Presidente de la República, Vicente Fox, y los medios de comunicación. Hay un gasto en campañas publicitarias, pero sin estrategia, y lo mismo sucede en otras áreas donde los panistas administran.

La discrecionalidad, ingrediente principal en los lineamientos oficiales sobre el gasto en publicidad

La administración federal comenzó a emitir acuerdos desde 1992 con el propósito de establecer las normas de las partidas presupuestales destinadas a la publicidad en los medios de comunicación, los cuales de poco o nada han servido para el control del gasto en este rubro.

Para Ernesto Villanueva Villanueva esos lineamientos se han caracterizado por ser un conjunto de buenas intenciones, sin excepción del "Acuerdo por el que se establecen las normas y lineamientos generales para las erogaciones destinadas a la publicidad, propaganda, publicaciones oficiales y, en general, todas aquellas referentes a comunicación social, para el Ejercicio Fiscal del año 2001", que se publicó el 23 de enero de ese mismo año en el Diario Oficial de la Federación (DOF).

Es decir, que en lo que va de la actual gestión federal 2000-2006 continúa la práctica de antaño, de emitir acuerdos con las mismas graves carencias que se han advertido en el pasado inmediato. Aunque Villanueva sostiene que hay elementos positivos de ese acuerdo, porque, entre otras cosas, inhibe la utilización del erario público para promocionar a los servidores públicos, y menos aún cuando son aspirantes a candidatos de elección popular, en la práctica de nada o poco sirve, porque no hay quién vigile ni quien castigue, debido a que los conflictos se resuelven mediante componendas políticas.

Sin embargo, al no estar reglamentado por ley, la sociedad nada puede reclamar contra el derroche del erario que hace el gobierno para promocionarse. Si el gobierno federal atiende las necesidades elementales de la población, como es el empleo, la salud y educación, entonces no tendría necesidad de hacer un gasto oneroso en campañas publicitarias. Sigue vigente el *marketing* político que desplegó Vicente Fox desde su campaña presidencial para construirse una imagen ante la sociedad.

Villanueva opina que, sobre el particular, "se puede advertir que se sigue alimentando el uso intensivo de la discrecionalidad administrativa, se reivindica el secreto y se promueve en suma, el mantenimiento del *status quo* y su correspondiente *establishment* en la relación impropia entre el gobierno federal y buena parte de los medios de comunicación". (26)

(26) Ernesto Villanueva Villanueva. "Lineamientos para la publicidad oficial ¿más de lo mismo?, *Proceso*, número 1265-21. 29 de enero de 2001.

Entre los elementos de interés que omite el Acuerdo está lo referente a las gacetas en los periódicos, que son los comunicados oficiales que paga la dependencia gubernamental, pero que podrían confundir al lector, debido a que el diario puede publicarla como mejor le parezca, dado el vacío legal que hay al respecto.

Hasta antes del año 2000 solía ocurrir que la gran mayoría de los periódicos aceptaban facturar la publicidad contratada por los candidatos a cargos de elección popular priistas durante sus campañas políticas. Pero una vez que éstos llegaban a ocupar los puestos para los que habían sido electos esas facturas eran pagadas con el erario público.

Y todavía, con el mayor cinismo, el jefe de prensa y el reportero, de común acuerdo, cambiaban los soportes de las facturas, es decir, la nota informativa del candidato por la nota informativa de esta misma persona, pero ya como servidor público, con el propósito de que no hubiera rastro de alguna irregularidad en el caso de que hubiera auditorías a la gestión pública.

De hecho, era una tradición que el medio de comunicación difundiera las actividades de los candidatos priistas, pero una vez que ocupaban el cargo el periódico les hacía llegar las facturas correspondientes de manera *maquillada*.

Pero durante la década de los noventa, cuando los entonces partidos de oposición empezaron a ganar alcaldías y gubernaturas, y que por lo tanto el PRI ya no garantizaba al medio el pago de la difusión hecha en la campaña política, entonces los políticos priistas dejaron de tener "crédito" de los periódicos, de radio y hasta de la televisión.

Asimismo, el subsecretario de Comunicación Social de la Segob, José Luis Durán Reveles afirma que hubo una "descentralización" en la asignación de los recursos públicos destinados a la publicidad gubernamental. Empero, Durán Reveles deja de ser congruente entre sus discursos y los hechos: cuando él fue presidente municipal de Naucalpan, estado de México, su Director de Comunicación Social estableció numerosos convenios publicitarios con los medios de comunicación para promover políticamente a Durán Reveles, dadas las aspiraciones que tenía de llegar a ser el gobernador de esa entidad para el periodo 1997-2003.

Durán Reveles señala que antes un 89% del gasto se centraba en los medios nacionales, pero no especifica ahora qué porcentaje se destina a éstos y qué porcentaje a los medios de comunicación regionales.

El Subsecretario sostenía que "la ventana más importante de difusión del Estado, y en particular del gobierno federal" era la asignación del 12.5 del tiempo en radio y televisión de las frecuencias concesionadas por el Estado, según el Acuerdo Presidencial de 1969. Y da cifras del año 2001: se programaron alrededor de 500 campañas oficiales, que representaron el 97.5% del aprovechamiento total y que significa aproximadamente la utilización de 520 mil horas en 518 canales de televisión y 1425 estaciones de radio. (27)

Esto se contradice con el acuerdo Fox-CIRT que casi eliminó ese 12.5%, además de que Durán Reveles omite cantidades presupuestales, dato importante para que la sociedad conozca cuánto dinero se gasta realmente en la publicidad gubernamental. Con ello incumple con el compromiso adquirido con la población de proporcionarle la información precisa sobre las acciones del gobierno, sobre todo en cuanto a la transparencia del manejo del erario público.

El gobierno federal estableció el Acuerdo para el gasto de la publicidad, pero de manera ambigua, sin la transparencia que dice se debe ejercer en cualquier gestión pública. En este sentido Villanueva afirma que

No es conveniente que el Subsecretario de Comunicación Social, ante la falta de compromiso ante la ley -lo único que da certidumbre en la civilización, dicho sea de paso--, con absoluto desparpajo, prometa que dará información, [...] como una concesión graciosa para los ciudadanos, sobre los gastos de publicidad del gobierno federal. Ése es el tamaño del cambio democrático en comunicación que se ve hasta el momento. Es de sabios rectificar, y uno puede esperar que haya pasos concretos en ese sentido. (28)

Y todavía más vicios

En aras de conseguir la adjudicación de la publicidad que otorgan las instituciones gubernamentales hay una disputa constante entre el reportero y los agentes de ventas del mismo periódico para el que laboran, debido a que a veces son convenios de millones de pesos, por ejemplo los que se firman con el Congreso de la Unión o con Petróleos Mexicanos, por mencionar algunas.

(27) Durán Reveles, *op. cit.*

(28) Villanueva. "Lineamientos para la publicidad oficial: ¿más de lo mismo?"

Lo citado sobre la CD es el ejemplo de la discrecionalidad con que se conducen las instituciones gubernamentales en el gasto del presupuesto para la publicidad.

El reportero que a toda costa quiere adjudicarse la contratación de la publicidad utiliza el olfato reporteril para buscar hechos irregulares de la institución, y la información recabada es publicada con el objetivo de presionar al jefe de prensa a que se le tome en cuenta en la asignación de los convenios publicitarios, o antes de elaborar su nota informativa negocia los datos de su investigación por apoyos económicos y contratos publicitarios a cambio de no publicar nada.

Aunque no siempre es así. Los medios que les dan un sueldo decoroso a los reporteros no tienen que darles comisiones por publicidad, por lo que la empresa periodística se adjudica la totalidad del monto de los contratos publicitarios, y el periodista se dedica sólo a su trabajo reporteril: la investigación de hechos.

Hace falta una ley para regular la asignación de la publicidad a los medios.

En México ya es tiempo de que se legisle sobre la asignación de contratos de publicidad oficiales hacia los periódicos con base en calidad y cantidad.

Aunque lo ideal sería que el gobierno federal cancelara ese presupuesto en el rubro de gacetillas, es decir, la información pagada que habla sobre las giras de trabajo del Presidente de la República o Secretarios de Estado, y únicamente se insertaran licitaciones, contratos, y demás desplegados específicos de trámites administrativos para transparentar el gasto del erario público.

Al respecto, el investigador Raúl Trejo Delarbre comenta que en España las publicaciones periódicas reciben, por su importancia, un subsidio abierto del Estado, "un subsidio que no es vergonzoso y que no limita su libertad, sino que permite la supervivencia de una prensa que no está ligada solamente a los circuitos comerciales".

(29)

(29) Raúl Trejo Delarbre, "Falta una ley para asignar publicidad oficial a diarios: Trejo Delarbre". *La Crónica de Hoy*, sección Cultura, 23 de mayo de 2002, p.26.

Sin embargo, en México no se tiene la misma cultura que en Europa. De hecho, los medios impresos siempre han tenido subsidios del gobierno, no sólo en la adquisición de papel periódico, sino en el pago de convenios publicitarios, lo que ha sido aprovechado por ambas partes para sacar provecho, cada cual, de los intereses económicos o políticos que tienen.

Primero habría que cambiar toda una cultura sobre la relación que para no pocos es *perversa* entre el gobierno y los medios. Si ya se empezó con el establecimiento de los acuerdos sobre el gasto de la publicidad, entonces ahora que sea regulado jurídicamente para evitar que se quede en buenas intenciones.

José Luis Durán afirma que las inserciones publicitarias en prensa deben hacerse tras un estudio de penetración de cada periódico, pero esto aplicado en los hechos resultaría un caos, dado que nadie confía en los tirajes, pero sobre todo porque las ediciones más leídas, aunque carezcan de calidad, son, por ejemplo, *La Prensa*, o las revistas de entretenimiento como *TV y Novelas*, *Teleguía*, *Eres*, *Tú*, etcétera.

Lo más sano es que los medios de comunicación financien su actividad de la publicidad comercial, reglamentándola, a fin de evitar que el anunciante o patrocinador en determinado momento cancelara el contrato si la difusión de algún género informativo con información trascendente sobre un hecho que lo incomodara. Con ello se evitaría lo que ocurrió hace algunos años en Canal 40 cuando el principal anunciante, la empresa Bimbo, retiró su publicidad porque difundió un reportaje sobre canónigos pederastas; lo que produjo una severa crisis en esa televisora.

Los medios de comunicación deberían dejar muy claro que hay una separación definida entre lo que es el manejo de la información, y lo que son las finanzas internas de la empresa. Asimismo, mejorar los procesos administrativos que hagan más rentables a esas empresas para poder enfrentar cualquier embestida del gobierno o de la iniciativa privada en el momento en el que se oponen a la difusión de información con la que están en desacuerdo por afectarles sus intereses.

En esta etapa de la transición democrática en México es harto complicado establecer la línea divisoria entre medios y gobierno, quizá la discusión al respecto entre los sectores sociales involucrados lleve todavía mucho más tiempo para poder cambiar esta relación perversa.

Pero se están dando los primeros pasos. Ahora es más frecuente leer los artículos de opinión de investigadores, principalmente en los periódicos --más no así en radio o televisión—sobre la polémica de si debe haber un cambio o no en la relación prensa-gobierno, que tiene que ver, entre otras cosas, con los montos económicos millonarios que hay de por medio y con intereses políticos.

Hay un debate constante en la sociedad sobre el los medios de comunicación y su relación con el Estado, aunque éstos mismos todavía rehuyen abordar el tema en su totalidad, y en los hechos se pensaría en que hubo un retroceso con el último acuerdo del Presidente de la República y la CIRT, de lo cual sólo hubo opiniones a favor de los mismos dueños de las principales televisoras y del mismo gabinete foxista.

Es un tema controvertido, del que menos se discute en los propios medios de comunicación, paradójicamente, así como aquel que se refiere a sus trabajadores. Poco se difunde lo que atañe a la prensa y su relación con el Poder.

3.- El funcionamiento de la autorregulación de la empresa periodística

Un recuento breve

El objetivo del presente capítulo es analizar sobre si es o no suficiente que los medios de comunicación impongan códigos de ética para el funcionamiento de sus empresas, y exponer la relación de éstos con el trabajo periodístico, que tiene que ver con la conducta de los reporteros, con sus salarios y prestaciones laborales, así como con la ética profesional.

Busca también reflexionar sobre estos códigos deontológicos, cuyas medidas obligan a la planta de reporteros a cumplir con ciertas normas, y comentar si es importante que hagan mención o no, en algún apartado, a qué derechos y sanciones se hacen acreedores los trabajadores de la pluma de las empresas con las que comprometen su trabajo reporteril.

Los medios de comunicación han sido uno de los poderes más importantes en el sistema político mexicano, y representan un gran contrapeso en la vida del país, sin embargo, cuando el propósito es sólo elevar el *rating* o ampliar la clientela, "y éste es el único criterio que guía a la actividad periodística, entonces los medios de comunicación renuncian a su papel fundamental de ser instituciones democráticas y pasan a ser simplemente empresas dentro del mercado". (1)

Uno de los sectores sociales que actualmente goza de mayor impunidad es precisamente el gremio periodístico. "Como toda actividad social, el trabajo de los medios debe ser regulado. En realidad no entiendo por qué la actividad que desarrollan los periodistas debería colocarse en una especie de estado de excepción, en donde sólo ellos sean los únicos jueces de lo que debe ser su propio código de conducta". (2)

(1) Jesús Silva -Herzog Márquez, entrevistado por Raúl Godínez, reportero de la *Revista Mexicana de Comunicación*, Fundación Manuel Buendía, año XIII, número 68, marzo-abril de 2001, p. 14 y 15.

(2) *Ibidem*.

El suceso ocurrido en 1976 (con la intervención del periódico *Excelsior* por el gobierno de Luis Echeverría Álvarez para expulsar al equipo directivo encabezado por Julio Scherer García, quien empezaba a practicar un periodismo menos subordinado al poder) inició una etapa de recomposición, aún en marcha, de las relaciones prensa-Estado.

Pero fue hasta los noventa cuando los medios de comunicación concretaron las primeras propuestas de autorregulación. En 1992 el diario *Unomásuno* propuso la creación de un defensor del lector. Un año más tarde el diario *El Economista* instituyó aun ombudsman y presentó un primer esbozo de código deontológico en el país.

Otros medios de comunicación hicieron sus códigos de ética, entre ellos: *El Norte de Monterrey*, *El Nacional* (ya desaparecido), *Novedades*, *Reforma*, *El Universal*, la revista *Proceso*, *El Financiero*, y recientemente *La Crónica de Hoy*.

A partir de 1990 diferentes sectores sociales se pronunciaban porque los medios de comunicación cumplieran con su responsabilidad de informar con imparcialidad a la sociedad, "y a lo largo de 1994 la mayor insistencia de que se debía discutir la necesidad de que los medios asumieran códigos de ética fue, no un periodista, sino el entonces secretario de Gobernación, Jorge Carpizo McGregor". (3)

En las LVI y LVII legislaturas del Congreso de la Unión (periodos 1995-1997 y 1998-2000) hubo intentos por legislar sobre medios de comunicación, por lo que los empresarios, sobre todo de radio y televisión, tras oponerse a cualquier regulación, elaboraron sus respectivos códigos éticos en 1998.

Ya en los albores del siglo XXI, parece que la preocupación sobre legislación y medios de comunicación está cobrando mayor importancia y el asunto se ventila cada vez con más frecuencia y de manera más abierta.

(3) Omar Raúl Martínez, "Un acercamiento a la ética y la deontología periodísticas en México. ¿recurso ornamental o mecanismo para la profesionalización", *Revista Mexicana de Comunicación*, de la Fundación Manuel Buendía, año XIII, número 66, pp.28, 29-31.

Aunque todavía prevalecen las reticencias de los medios, ya se dieron los primeros pasos para establecer los códigos de ética en sus empresas periodísticas, que si bien no obligan a nadie a comportarse de manera ética, la ciudadanía ya les puede reclamar si violan sus mismos parámetros de comportamiento en el quehacer de la difusión.

Pero también volvemos al mismo planteamiento inicial, objeto del presente trabajo: si no han sido mejoradas las condiciones salariales de los reporteros, de qué manera la empresa periodística les puede reclamar que cumplan estrictamente con sus funciones de investigación, con ética y responsabilidad. Este es un cuestionamiento fundamental.

Omar Raúl Martínez dice que es mínima la preocupación de los medios y periodistas por hacer un trabajo periodístico apegado a los códigos deontológicos. Da algunas cifras: en México hay alrededor de 1330 radiodifusoras, casi 600 canales de televisión, cerca de 400 periódicos y unas 200 revistas (en éstos laboran poco más de 35 mil periodistas).

De total de los medios de comunicación en el país, 2 mil 530, sólo se conocen los códigos de ética periodística de nueve diarios y una revista. Las radiodifusoras y televisoras tienen como punto único de referencia la propuesta trazada por la Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT). (4)

Si como dice Martínez ni siquiera el 1% del total de medios de comunicación en el país se ha ocupado de establecer reglas claras sobre cómo ser responsable con la sociedad a la hora de ejercer el periodismo, a lo largo de una década, entonces es muy mínimo el interés que hay sobre los códigos deontológicos.

Obligaciones del código de ética ¿y los derechos de los reporteros?

¿Los periodistas realmente se ciñen a los códigos de ética de las empresas para las que prestan sus servicios? La respuesta dependería, entre otras razones, de si el reportero tiene remuneraciones económicas acordes a las necesidades personales y familiares. Aunque habrá reporteros que ni siquiera se hayan tomado la molestia de leer ese documento, los que lo leyeron tampoco lo consultan para ver qué si deben hacer y qué no, sino más bien actúan en función de sus necesidades profesionales, económicas y personales.

(4) *Ibidem.*

El código deontológico de uno de los diarios de circulación nacional dice:

[...] Las normas de conducta profesional requieren apego al interés público. La búsqueda de ventajas personales y el fomento de cualquier interés privado, contrario al bienestar general, por cualquier razón, no es compatible con esa conducta profesional [...] El periodismo y los periodistas deben estar al servicio de la verdad, de la justicia social, de los derechos humanos, de los ideales de mejoramiento de la sociedad y de la paz entre los pueblos. (5)

Éste refiere, en cinco cuartillas, que el propósito de la empresa es que el desempeño de todos los que laboran en ella (aunque básicamente se refiere a las tareas de los reporteros) se haga de manera responsable, honesta, con respeto e imparcialmente, para mantener la independencia del diario y estar libre de presiones. Sin embargo, las violaciones más graves que podrían ocurrir en un periódico se dan con quienes ocupan los cargos directivos y los mismos propietarios. Al reportero simplemente se le despiden y ya, pero ¿quién puede juzgar o castigar los excesos de los dueños?

¿Pero pueden garantizarse las normas de conducta ante la sociedad si el reportero adolece de estabilidad económica para él y su familia?

Entonces pareciera que la ética periodística en México permanece más como un recurso ornamental para dar la apariencia de ser más como una empresa independiente, crítica y responsable que como un verdadero instrumento mediante el cual se pudiera profesionalizar y dignificar el trabajo informativo.

El código de ética que se retomó como ejemplo dice que para tener independencia se deben eliminar los conflictos de interés (que surgen cuando el reportero se desvía de su trabajo profesional para obtener beneficios económicos o materiales), las compensaciones y los regalos de cualquier personaje de la vida pública o privada, así como los gastos pagados por las instituciones. Pero el documento omite precisar si la empresa está garantizando la profesionalidad mediante la capacitación, viáticos, compensaciones a la productividad y demás necesidades económicas para que el reportero pueda cumplir con su trabajo honestamente.

Sin embargo, en el periodismo mexicano están profundamente arraigados los conflictos de interés, que difícilmente podrán desterrarse si primero no se resuelve la profesionalización y capacitación del reportero mediante la dignificación económica, sobre todo. Hace apenas una década que empezaron modificarse las condiciones salariales del reportero. La cultura de la profesionalización del periodismo apenas empieza.

Al respecto Martínez sostiene que:

Hay dos razones fundamentales por las que el reportero falta a la ética profesional y a su responsabilidad con la sociedad: a) la corrupción, y b) los conflictos de interés, las cuales están enquistadas en el periodismo mexicano. Y advierte que hay otros dos problemas complicados por resolver, que son: la falta de capacitación y profesionalización, así como las irrisorias condiciones salariales y laborales en que los informadores ejercen su oficio. Tales aspectos ciertamente no pueden soslayarse si se desea explicar o entender el desarrollo ético de la prensa mexicana. Porque un periodista íntegro no puede concebirse si se disocia su formación técnica e intelectual o la cuota de sus ingresos profesionales, de su perfil ético. (6)

Entonces, la autorregulación es un mecanismo por el que los dueños de los medios de comunicación se obligan a ser responsables con la sociedad, pero no debe ser a través de un código de ética, porque la experiencia dice que éstos tuvieron su origen en el temor y fueron ideados como un medio para protegerse de las críticas del público y las medidas oficiales para regularlos. (7)

Aunque la autorregulación periodística se haya implantado en México hace poco menos de 10 años, ¿realmente funciona?, ¿quién vigila que se cumplan los postulados de los códigos de ética?

En la medida que aumenta el protagonismo y la influencia de los medios de comunicación en la esfera pública, también debe incrementar en la misma proporción los mecanismos que promuevan su uso responsable, para que haya un equilibrio, contrapesos y evitar el exceso, de lo contrario siempre habrá riesgos.

Según Hugo Aznar la autorregulación es una alternativa para hacer más responsables a los medios de comunicación, aunque esto supone que se daría un desplazamiento del ajuste normativo desde el Estado, y que anula la disminución de la libertad.

(6) Martínez, *op. cit.* pp. 29 y 31.

(7) Fátima Fernández Christlieb, *La responsabilidad de los medios de comunicación*. México, Paidós Mexicana, Colección Cromo, 2002, p. 117.

(8) Hugo Aznar, y Ernesto Villanueva, coord., *Deontología y autorregulación Informativa*. "Medios de comunicación y esfera pública: el papel de la autorregulación en México", México, Universidad Iberoamericana, Fundación Manuel Buendía, y UNESCO, 2000, p.143.

Dice que la autorregulación no debe presentarse como la solución a todos los problemas de la comunicación social, debido a las "tentaciones" de poder que tienen los dueños de los medios y los periodistas. "La tarea de ésta es contribuir a mejorar el mundo de la comunicación y sobre todo a establecer ciertas vías para que la sociedad pueda reclamar a los medios mayor responsabilidad". (8)

Si se toma en cuenta que una de las razones por las que surgieron en México los códigos deontológicos fue por el temor de los empresarios a que se llegara a legislar sobre medios de comunicación, entonces se pensó más en los intereses económicos y políticos entre medios-gobierno, que en un verdadero cambio en la cultura del quehacer periodístico.

Si no, entonces por qué seguir conservando la vieja, pero vigente, Ley de Imprenta, que de cualquier modo ni siquiera se aplica, pero que permite mantener los condicionamientos mutuos en materia económica y política entre los dueños de los medios y el poder público.

El estado que guarda la legislación sobre medios

De acuerdo a la investigación de Rogelio Hernández López a partir de la fecha en que se aprobó la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, el 30 de abril de 2002, se abrió paso para modificar o crear otras leyes relacionadas con la comunicación social. (9)

Hernández menciona el estado que guardan las nueve leyes que están en puerta para reformarse o crearse, menos la Ley de Imprenta, de la que dice que permanece como cuando fue promulgada en 1917. "De todas las leyes relacionadas con la Comunicación Social ésta seguirá igual, a pesar de múltiples demandas y burlas de académicos, periodistas y conductores de los medios electrónicos. Por ningún lado se mencionan intenciones por derogarla. El alud de reformas la hará más ahistórica".

Las otras ocho son:

- Ley Federal de Protección de Datos Personales. Es nueva y sólo ha sido aprobada por el Senado de la República.

(9) Rogelio Hernández López, "Vienen en cascada ocho leyes sobre comunicación", *Milenio Diario*, 22 de mayo de 2002, p. 9.

- Ley Federal de Telecomunicaciones. Es reformada y actualmente está trabada en la Cámara de Senadores.
- Ley Federal de Radio, Televisión y Cinematografía. Es modificada, cuya redacción está en proceso para presentarse al pleno del Congreso de la Unión.
- Ley Federal para la Regulación y Control de la Publicidad Gubernamental en materia de prensa, radio y televisión. Es nueva, cuyo avance es aún mínimo.
- Ley de Medios Públicos. Es nueva, la que aún está consensuándose.
- Ley Federal de Archivos. También es nueva.
- Ley de Información, Estadística y Geografía. Es modificada. y
- Ley sobre el Secreto Profesional del Periodista y/o Estatuto Jurídico para los Periodistas. Está apenas estudiándose.

Un riesgo regular el periodismo. Un peligro no hacerlo.

Los periodistas y empresarios están acostumbrados a regirse por la mejor ley, que es la que no existe, a decir de ellos. Y prefieren ser sujetos de los códigos de ética, aunque sólo estén ahí, como documentos que hablan bien de quien los exhibe, sin lograr llenar el vacío que hay, ni ponerlos en práctica realmente.

La autorregulación surgió como alternativa para evitar la reglamentación planteada por diversos sectores de la sociedad. De hecho, está bien que los medios se impongan sus propias normas, pero no a costa de la legislación impuesta por el Estado, sino como complemento, porque de otro modo la impunidad continuará, es decir, no habrá sanciones cuando los periodistas o empresarios cometan excesos, y las cosas seguirán como hasta ahora.

El objetivo de la regulación de los medios debe ser la búsqueda de la responsabilidad con la sociedad, que debe complementarse con el ejercicio de la autocritica. Lo que hasta ahora se ha observado, ante la falta de un contrapeso para los dueños de periódicos, radio y televisión, es que han acumulado más poder económico, expandiendo sus empresas difusoras, adquiriendo con ello más poder.

La revista *etcétera* difundió en uno de sus editoriales que:

Si a ello se añade la falsa pero harto contagiosa metáfora de la prensa como "Cuarto Poder", la lógica del control de los medios deja de ser sólo una tentación y aparece como una necesidad de sobrevivencia (para los otros tres poderes públicos, claro). Así, mientras medios y periodistas se asumen como vigilantes de gobernantes, legisladores y jueces; éstos ven a aquéllos como a sus empleados. Tremenda desubicación, que se reproduce sin tregua ni vergüenza en una tensión cómplice: el poder quiere medios de comunicación a su servicio; éstos, a su vez, pretenden un Estado a su gusto. En medio de esa pugna, la gran ausente -la siempre olvidada (obviada)- es la ciudadanía, pese a ser la auténtica titular del derecho a la información. (10)

Una reflexión planteada desde siempre, que hoy en la polémica de la regulación de los medios vuelve a cobrar importancia, es que, si bien, éstos sirven de contrapeso de los poderes públicos, pero a ellos quién los controla, es decir, ¿quién controla a los controladores?

Sobra poner de ejemplo a Televisa, cuya familia encabezada por los Azcárraga obtuvo decenas de concesiones de radio y televisión en las 31 entidades del país, y en la ciudad de México, en donde adquirió también periódicos, como *El Herald de México*. Este tipo de expansión ilimitada debería impedirse por una legislación porque de lo contrario parecería implícita la aceptación de que toda persona que tenga dinero va a poder comprar para su servicio todo tipo de medios que pueda, con fines políticos y económicos.

Los empresarios propietarios de periódicos, radiodifusoras o televisoras han calificado como *ley mordaza* a las propuestas de regulación de los medios. Ellos siempre llaman así a cualquier cosa que atente contra sus intereses económicos, a veces disfrazado de *atentados* a la libertad de expresión e información:

(10) "Regular el periodismo. No puede existir sino en función de la sociedad", *etcétera*, número 331, primera época, 3 de junio de 1999.

Un ejemplo de cómo puede manejarse la información, según el interés del medio es el siguiente:

El 13 de enero de 1987 *El Universal* publicó a ocho columnas: "Atentado contra nuestro director, Lic. Ealy Ortiz". La nota indicaba: "Manos criminales atentaron contra la vida del licenciado Juan Francisco Ealy Ortiz, presidente y director general de *El Universal*, el pasado 10 de enero, a las 11:40 horas" [...] la nota informativa suponía, describía, adivinaba "fueron dos disparos hechos por el tirador experto, que sin duda alguna, utilizó un rifle de alta precisión" [...] Pero luego el atentado dejaba de serlo: "afortunadamente nuestro director general no se encontraba en sus oficinas" [...] el viernes 16, la nota relativa al caso informaba que, según los peritajes de la Procuraduría del D.F., los disparos no fueron contra las ventanas de la oficina de Ealy Ortiz, situada en el cuarto piso, sino que afectaron una ventana del departamento de fotomecánica, situado en el tercer piso. Las balas no fueron encontradas. Se llegó a la conclusión de que habían sido tiradas a la basura por los encargados de hacer la limpieza en el interior de *El Universal*. Aún así el periódico insistía "repudió en el interior del país por el atentado al licenciado Ealy Ortiz..." (11)

Ante otro hecho que afrontó el dueño de *El Universal*, por defraudación al fisco por alrededor de 40 millones de pesos, ocurrido el 13 de septiembre de 1996, cuando agentes de la Procuraduría General de la República (PGR) querían aprehenderlo, el encabezado del editorial de primera plana decía "Atentado contra la libertad".

En ese entonces hubo acusaciones mutuas de los directivos del diario y del gobierno. Los primeros afirmaron que las amenazas contra el director general de *El Gran Diario Independiente de México* eran porque "el gobierno no tolera la tendencia crítica respecto del régimen. (12)

Pero a su vez, el subsecretario de Ingresos de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), Tomás Ruiz, declaró: "Al señor Ealy no se le persigue por lo que dice ni por lo que escribe. Se le persigue por lo que nos debe. No se le persigue como periodista. Se le persigue como empresario evasor". (13)

(11) Francisco Ortiz Pinchetti, "Con López Portillo, el director de *El Universal* estuvo formalmente adscrito a la nómina de Los Pinos. Ealy Ortiz: adulador de presidentes y beneficiario de los gobiernos a los que, a conveniencia propia, a veces crítica", *Proceso*, número 1037-01, 16 de septiembre de 1996.

(12) Agustín Ambríz y Fernando Mayolo López, "El gobierno quiere 'desviar' la línea de *El universal*, dice el periódico", *Proceso*, número 1037-04, 16 de septiembre de 1996.

(13) Carlos Acosta Córdova, "El expediente de Hacienda: Ealy estaba consciente de los engaños y manipulaciones de la empresa para defraudar al fisco y los permittió", *Proceso*, número 1037-02, 16 de septiembre de 1996.

Cabe señalar que no hubo otro medio de comunicación que como *Proceso* investigara sobre la vida profesional y privada del dueño de *El Universal*, por razones quizá personales con el director general de ésta, Julio Scherer García. De ello dan cuenta los reportajes publicados en varios números de la revista para dar a conocer las propiedades que adquirió Juan Francisco Ealy Ortiz, como la finca "Los Juanes", que en 1996 tenía un valor de 3.5 millones de pesos, o para afirmar que el empresario (que no periodista) cobraba en la nómina de la Presidencia de la República por "asesorías en asuntos especiales". Estas versiones son extraídas del libro *Historias de familia*, Grijalbo.

Aquí las dos versiones tienen credibilidad. El diario contrató a columnistas para que escribieran críticamente, quizá de manera parcial, contra el entonces Secretario de Gobernación, Emilio Chuayffett Chemor, quien a su vez amenazó al propietario de *El Universal* con auditarlo y acusarlo de defraudación fiscal. Ni una ni otra cosa hubieran sucedido si ambos personajes hubieran "arreglado" sus diferencias con el clásico "no me pegues y no pasa nada", como se hacía en el pasado.

La Ley de Imprenta

Todos, absolutamente todos los que opinan sobre la Ley de Imprenta lo hacen de igual manera: es obsoleta. Opinan de ésta decenas de veces, una y otra vez, y llegan a la misma conclusión y aunque sea con diferentes palabras la califican de arcaica. Ni se aplica, ni se estudia en la academia, y se acuerdan de ella sólo para criticarla. Pero sigue vigente.

Sobre la Ley de Imprenta los investigadores reflexionan, comparan, analizan, y deducen que a final de cuenta los 36 artículos que contiene son letra muerta. Lo cierto es que sigue ahí, aunque letra muerta, arcaica y obsoleta, pero es la que ha regido a la prensa mexicana durante poco más de 85 años. Así de viejita, es intocable.

El investigador Miguel Carbonell se pregunta "¿puede haber una norma más estúpida que esa?", quizá estaba enojado cuando escribió eso, pues si la Ley de Imprenta se aplicara, él ya sería sujeto de castigo por haber empleado la palabra "estúpida", porque uno de los artículos habla de que se deben conservar el pudor, las buenas costumbres y la decencia.

Cuando Carbonell expone lo "estúpida" que es la Ley de Imprenta provoca risa, aunque no se deja de reflexionar en este asunto.

Habla la ley, en su artículo 9, de la Secretaría de Guerra, que ya ni siquiera existe en México (y desde hace varios años por cierto). Ese mismo artículo no permite 'publicar las palabras o expresiones injuriosas u ofensivas que se viertan (sic)...en las sesiones de los cuerpos públicos colegiados'. Bien aplicado, este precepto haría harto compleja la cobertura periodística de algunas sesiones de nuestro Honorable Congreso de la Unión, donde han sonado incluso desde la tribuna varios calificativos que pondrían contra las cuerdas a nuestro más curtido campeón en materia de alburas. (14)

(14) Miguel Carbonell, "Moma Jurídica. La modernización de la Ley de Imprenta y la democracia mexicana". *escétern*, febrero de 2002. Carbonell es miembro del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM.

El mismo Carbonell aclara que las sanciones previstas en la Ley de Imprenta no causan tanta risa, porque van desde las multas de cinco pesos hasta los dos años de cárcel, pero a fin de cuentas para él y los demás críticos es lo mismo tenerla o no tenerla.

También existe una sanción de uno a 11 meses de arresto y multa de 50 a 500 pesos al que injurie a alguna "nación amiga, a los jefes de ellas, o a sus representantes acreditados en el país" (artículo 33 fracción VIII). "A las naciones enemigas" se les puede injuriar libremente. Claro, no es lo mismo decir "pinche Bush eres un pendejo" (o un asesino, para efectos del ejemplo es lo mismo), que llenar de insultos y amenazas de muerte en todos los medios de comunicación a Osama Bin Laden. Lo primero no se permite por la Ley de Imprenta; lo segundo sí, nomás faltaba. (15)

Un espacio para radio y televisión

Los integrantes de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) por fin habían dicho que sí querían ser regulados, pero a su manera. Dieron un primer paso con el anuncio de la creación de su Consejo de Autorregulación el 6 de marzo de 2001. Se observaba un avance lento, pero seguro, después de 25 años de negarse sistemáticamente a la urgente necesidad de la revisión del marco legal de los medios de comunicación.

Para los dueños de radiodifusoras y televisoras en México es impensable ser regulados, por lo menos así lo han expresado públicamente desde 1998, en el foro que organizaron precisamente en el marco de las reformas al marco jurídico de los medios de comunicación que impulsaban diputados de la LVII legislatura de la Cámara de Diputados.

En ese entonces afirmaron que la mejor ley era la que no se tenía, y lo hicieron valer cuatro años después al lograr que en el mes de octubre de 2002 el presidente Vicente Fox emitiera el polémico decreto vespertino que reducía los llamados tiempos fiscales del Estado, que cambiaba las reglas del juego, beneficiando explícitamente a las dos televisoras más importantes: Televisa y TV Azteca.

(15) *Ibidem*.

Hasta antes del decreto había sido sorprendente que en la Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de los Medios de Comunicación Electrónicos de la Segob hubiera habido consensos en lo referente al otorgamiento de concesiones y permisos, de los que se acordó que debería hacerse de manera transparente y sin discrecionalidad. Dicho acuerdo, que fue nulificado con el decreto de octubre de 2002, decía al respecto:

Concesiones y permisos: acotar discrecionalidad y favorecer la transparencia en otorgamiento, refrendo y revocación de concesiones y permisos, que los requisitos en ambos casos sean distintos, y que haya evaluación antes de refrendarlos. Su vigencia deberá ser amplia para garantizar viabilidad de los negocios, y causales claras para la revocación. (16)

No pasaba lo mismo con los llamados "tiempos fiscales", en cuyo tratamiento siempre hubo diferencias. Con la instalación de esa Mesa se abrió la posibilidad de modificar integralmente la Ley Federal de Radio y Televisión, pero todo acabó con el *decretazo* del Jefe del Ejecutivo.

Según el político panista Javier Corral Jurado uno de los principales problemas de la difusión vía televisión y radio es que en México se tienen uno de los modelos de concentración más escandalosos. Dice que mientras que en Italia Silvio Berlusconi tiene 40% del mercado publicitario y televisivo, en nuestro país Televisa cuenta con el 76%. Corral sostiene:

El modelo de la comunicación en México es de subordinación a ultranza, donde por mucho tiempo incluso pasó la prensa. Ese mecanismo se constituyó y se convirtió en tránsito a un modelo de colusión de intereses, donde el principio de la zanahoria y el garrote era la ley no escrita: 'te portas bien y te doy más concesiones o ya no te doy ninguna [...] hay pocos casos en el país a lo largo de estos cincuenta y tantos años de la televisión, y casi cien de la radio, en donde yo no conozco a algún concesionario que estrictamente haya ido a la cárcel o haya enfrentado problemas serios por desarrollar o ejercer una comunicación desde el punto de vista electrónico fuerte, aguda, casi siempre estas presiones se arreglaban en esos acuerdos de pacto corporativo. (17)

De lo anterior se puede afirmar que como nadie ha establecido criterios jurídicos sobre el deber del comportamiento profesional de las empresas periodísticas, a los que habría que ceñirse forzosamente, quien decide es prácticamente la dinámica del mercado. Por esta razón, buscan el más alto *rating* o vender el mayor número de espacios así tengan que pasar por encima de quien sea.

(16) Alejandro Torres Rogelio, "Detallan la iniciativa de ley de radio y televisión". *El Universal*, 22 de mayo de 2002, p. 4.

(17) Miguel Ángel Ramírez, "Puseen políticos gran número de concesiones de TV: Corral". *Unomásuno*, 15 de abril de 2002, p. 8.

3.1.- Ética y periodismo

Hablar de ética y periodismo es abordar un tema de incipiente tratamiento en México. La pregunta más recurrente entre los especialistas es ¿por qué en nuestro país ha sido poco investigado, a diferencia de otras naciones latinoamericanas, como Chile o Argentina?

Víctor Roura dice que la ética aplicada al periodismo "es lo que tengo que hacer, pese a mi propia oposición. Es la filosofía de la moral. Proviene de *ethos*, que es el carácter, la templanza mediante los actos y los hábitos. Es la relación ante uno mismo, pero también ante los demás. Cada informador debe comportar una deontología (*deon*=obligación, deber; *logia*=conocimiento, estudio) periodística para así, con voluntad ética, asumir su profesión". (18)

Si bien es cierto que la ética es inherente al comportamiento del hombre, no se pretende que sean reglamentadas las actitudes de los reporteros y obligarlos a cumplirlas al momento de investigar hechos. Sería absurdo. Pero sí que haya mejores condiciones económicas para evitar pretextos, a veces con consecuencias graves que repercuten en terceros.

De acuerdo a las reflexiones de los pocos autores, a los que se les reconoce su trabajo académico o profesional sobre ética y periodismo --entre ellos: Julio Scherer García, Rafael Rodríguez Castañeda, Ernesto Villanueva Villanueva, Raymundo Riva Palacio y Raúl Trejo Delarbre-- hay decenas de interpretaciones sobre los caminos torcidos que ha tomado la práctica del periodismo en México, fundamentalmente por la entramada relación política y económica entre la prensa y el poder, que se consolidó en el siglo pasado como un modelo de subordinación de los medios de comunicación al poder público. (19)

Apenas en la década pasada se dieron los primeros pasos para tratar de empezar a poner en práctica la ética en el quehacer periodístico, después de haber vivido el más sorprendente control del poder público sobre los medios, sobre todo en los setenta, cuando ocurría el primer desajuste de ese sistema de subordinación de los medios al poder con el episodio por demás conocido de la pugna Scherer-López Portillo.

(18) Víctor Roura, "Cultura, Ética y Prensa". México, *País-Croma*, 2001, p. 21.

(19) Omar Raúl Martínez, "Un acercamiento a la ética y la deontología periodísticas en México". *Deontología y Autorregulación Informativa: ensayos desde una perspectiva comparada*, México, Fundación Manuel Buendía, UNESCO, Universidad Iberoamericana, 2000, p. 33.

Los noventa son una etapa significativa, así como lo fueron los setenta, en la vida periodística de México, años durante los cuales se observa una recomposición del modelo de subordinación de los medios de comunicación al poder, que se mueve, pero no se tambalea, gracias a las voces críticas de la sociedad que por décadas ha sido la víctima de esa relación insana.

De este tema me interesa comentar breve y específicamente los conflictos de interés en el que incurren algunos reporteros, cuyo trabajo se aparta de la responsabilidad hacia la sociedad, y del profesionalismo que debe ejercer, como le he mencionado a lo largo del presente trabajo.

Según Omar Raúl Martínez son cinco las razones por las que un reportero o medio de comunicación falta a la ética profesional, y de éstas, la que quiero destacar es la que se refiere a los conflictos de interés, "que se dan cuando el informador o medio está vinculado con algunas de las partes de la noticia, motivo por el que no puede mantener el equilibrio periodístico deseable". (20)

Ésta y la corrupción son las que se encuentran más enraizadas en el periodismo mexicano, y que son harto complicado de combatir. De ésta última ya se habló con anterioridad, de donde surgió el popular *embute*, *chayo* o *sobre*, prebendas de las que se asocia con la historia del periodismo mexicano.

A la ética periodística todavía se le ve como un asunto secundario, sobre todo en las entidades de la República, en donde los diarios de mayor tradición son prácticamente los dueños de la información, y no hay quién los detenga. Los periodistas opinan que es evidentemente complejo avanzar en la transparencia de las relaciones prensa-poder por el sistema de subordinación impuesto, a lo que se suman dos condiciones que mantienen postrados a los reporteros:

- a) la inexistente capacitación y profesionalización, así como
- b) los deprimidos salarios y casi nulas prestaciones laborales.

Estos aspectos tienen que ver profundamente con las cuestiones éticas del periodismo para poderlo entender.

Entonces, los parámetros éticos de un profesional del periodismo están estrechamente ligados a su formación técnica e intelectual, así como a sus ingresos económicos, de ahí que aun queda un camino largo por recorrer en el intento y reto de avanzar en el resquebrajamiento de un sistema de subordinación que tiene por lo menos un siglo de existencia. Y ya algunos periodistas y académicos han hecho y están haciendo lo propio.

3.2.- ¿Cómo sobrevive un reportero defensor?

La información que a continuación expongo fue un trabajo realizado por la Fraternidad de Reporteros de México (Fremac), organización constituida básicamente por reporteros que buscaba hacer del quehacer periodístico una actividad más independiente, menos manipulada, y afrontar los retos del desempleo y de la sobreexplotación de los empresarios que ostentan los medios de comunicación.

La organización periodística surgió en 1996 tenía y en los últimos años de su existencia (2000-2002) concretó varios proyectos, entre otros, el órgano informativo "Los Periodistas", la página electrónica www.fremac.org.mx, y en el mes de abril de 2002 empezaron a editar la revista *Contralinea*. También hicieron intentos por tener espacios para la radiodifusión.

Algunos periodistas agremiados en la Fremac opinaban que las empresas periodísticas deben ser manejadas por periodistas, porque son los que entienden el rol que esta actividad tiene en la sociedad. Pero en el manejo de las empresas que pretendieron consolidar como organización no pudieron desprenderse de las reglas del juego del régimen político que prevalece en el país.

Y se dio una fuerte controversia y disputa por el control de las empresas periodísticas que la organización terminó desmoronándose, cuyos intereses económicos fueron irreconciliables. Contradictoriamente entre ellos no pudo haber acuerdos.

Antes, la Fremac hizo una encuesta entre el gremio periodístico, durante el mes de junio de 2002, que es el trabajo con los datos más recientes, por ello doy a conocer los resultados, que son los siguientes:

- Consultaron a reporteros, editores, productores y jefes de información, entre otros, de 18 diarios, televisión y radiodifusoras, todos del Distrito Federal.

- El sueldo más bajo que percibe un reportero es en *radio Chapultepec*, en donde se les paga \$2,800.- pesos mensuales, por honorarios, sin horario de trabajo (puede laborar hasta dos jornadas de 8 horas diarias). Las únicas prestaciones que tiene son una despensa, aguinaldo. Los sueldos más altos son los que pagan *Reforma, Detrás de la Noticia, La Jornada y El Financiero*, que alcanzan hasta los \$27, 000.- pesos mensuales, y entre las prestaciones están: seguro médico (IMSS), pago de viáticos, aguinaldo y contrato.
- El 54.84% de los reporteros entrevistados han sido despedidos injustificadamente por la empresa.
- Sólo el 7.53% ha tenido algún apoyo de su empresa por enfermedad o accidente.
- En el 43.01% de las empresas existe algún tipo de sindicato, en donde un 31.18 de los reporteros encuestados están afiliados, los que comentaron que a veces son obligados a afiliarse o se hacía sin el consentimiento del periodista; únicamente un entrevistado consideró la sindicalización como una vía para la defensa de los derechos laborales.
- El 31.18 contestó que la empresa recurre frecuentemente al retraso del salario.
- El 27.96% dijo que sí tiene otro empleo para compensar el sueldo que percibe como reportero, el 68.82% dijo que no, y el 3.23 no respondió.

ESTUDIOS

- EL 78.49% estudió Periodismo o la carrera de Ciencias de la Comunicación o Derecho. Entre otras de las profesiones que tienen los reporteros son: Ciencia Política, Administración de Empresas, Economía, Contabilidad, Pintura e Ingeniería, entre otras. El 4.30% sólo llegó al bachillerato, y no se habla de alguno que haya estudiado alguna maestría.

SITUACIÓN ECONÓMICA

- Casi el 60% de los reporteros encuestados tiene casa, departamento o terreno propios, el 56.99 cuenta con automóvil, y el 12.90 no tiene ni carro ni es propietario de algún inmueble.

- El 29% renta casa, el 39.78% tiene crédito de casa, el 35.48% paga colegiaturas de los hijos, y sólo 1% no tiene deudas.

ANTIGÜEDAD, HORAS DIARIAS TRABAJADAS Y SITUACIÓN JURÍDICA LABORAL.

- El 51.61% de los encuestados son asalariados por contrato, el 29.03% son asalariados por honorarios, 1.08% reciben comisiones por la venta de publicidad, otro porcentaje similar son freelance, es decir, se les paga por trabajo entregado, sin ningún tipo de beneficio laboral.
- Alrededor del 75% tienen de 1 a 5 años laborando en la misma empresa, casi el 16% tiene entre 6 y 10 años dentro del mismo medio, y el porcentaje restante rebasa hasta los 20 años de antigüedad en una misma empresa periodística.
- El 2.16% trabaja alrededor de 7 horas diarias para su medio, el 80.63% labora de 8 a 12 horas todos los días, 13.98 trabaja entre 13 y 18 horas diariamente, y el 3.23% no respondió.
- En cuanto a los días de descanso: 2.15% trabajan los 7 días de la semana, 32.26% descansan un día a la semana, 2.15% no laboran un día y medio a la semana, 55.91% toman dos días por semana para descansar, 2.16% descansa de 4 a 5 días por semana, y el 5.38 no respondió.

Es importante señalar que durante la encuesta que hizo la Fremac, los funcionarios de las televisoras mostraron reticencias para dar a conocer los salarios y condiciones laborales de sus reporteros. Pero lograron obtener las siguientes cifras:

- El ingreso promedio de los reporteros que trabajan en la sección Deportes de Televisa perciben \$2,650.- pesos quincenales; a los que laboran en Servicios Generales de Noticieros los remuneran con \$10,000.- pesos mensuales, y sólo mil pesos más para quienes trabajan en el programa Círculo Rojo.
- Canal 40 de plano se negó a revelar información, pero la Fremac logró establecer que en ésta se tienen establecidas tres categorías: AA-que ganan \$20,000.- pesos mensuales; A-perciben \$16,000.- pesos mensuales, y B-que obtienen \$14,000.- pesos cada mes.

- De TV Azteca, la televisora del Ajusco no hay ningún dato, quizá por la discrecionalidad para dar a conocer este tipo de información. Hecho criticable, debido a que este y los demás medios de comunicación se pronuncian por la apertura de los archivos del gobierno para hacer pública la información sobre hechos de corrupción, por ejemplo. Entonces, deberían ellos seguir el paso que exigen del gobierno.
- La empresa del periodista Ricardo Rocha (quien cobró fama durante su trabajo en Televisa), Detrás De la Noticia (DDN), se indica que paga sueldos a sus reporteros también según la categoría, cuyos montos varían entre \$8,000 y \$16,000.- pesos mensuales (los que tienen estos ingresos también conducen o hacen suplencias, digamos que tienen mayor carga de trabajo y más responsabilidad)

De acuerdo al contrato que validó el 30 de enero de 2002 el Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de Televisión y Radio, Similares y Conexos de la República Mexicana (SITATYR) al reportero se le cataloga como un "profesional no definido", término bajo el cual laborarán los periodistas contratados por las empresas integradas a este gremio hasta el 31 de enero de 2004. (21)

¿Y qué tiene que ver la vida profesional y económica del periodista con la ética, o con los códigos deontológicos de las empresas donde laboran? Mucho. Esta pregunta puede responderse con otra ¿Cómo puede exigir un dueño de un periódico, o de otro medio de comunicación, a un reportero que cumpla al pie de la letra con las normas establecidas por la empresa si ésta le da un sueldo de apenas \$5,000.- pesos mensuales, o menos, lo tiene trabajando extenuantes jornadas, y si se enferma, entonces que le haga como pueda, porque para los trabajadores de la pluma nunca alcanza?

Ni siquiera las mismas empresas periodísticas cumplen con sus propios códigos de ética, porque lo que buscan los editores son noticias que vendan espacios publicitarios, ya no digamos periódicos -porque esto último no garantiza el sostenimiento económico de la empresa, y sólo da cuenta de si el diario se está leyendo o no-. Entonces buscan más el beneficio económico que informar a la sociedad. Administran como mejor les conviene y se alían con quién lleva el poder.

(21) Ver anexo único sobre los resultados de la encuesta levantada por la Fremac.

De todo esto se puede afirmar que los códigos de ética de los medios de comunicación sirven al interés del empresario, más que a un propósito democratizador, debido a las siguientes razones:

- La sociedad carece de voz para reclamar deshonestidad o irresponsabilidad del medio o reportero, a menos que sea con las tradicionales cartas aclaratorias, que cuando se publican muchas veces no son respetadas tal cual las envía el lector.
- Nadie vigila que se cumplan esos códigos, el criterio para calificar es unilateral y recae en el empresario mismo, propietario del medio.
- Tampoco se contemplan en esos documentos la dignificación salarial ni laboral del reportero.

En síntesis: es un texto teórico que realmente no se lleva a la práctica. El modo de ejercer el periodismo es a conciencia del reportero. Es un asunto muy complicado, en donde la cultura que se tiene en el país también cuenta. Por otra parte, los empresarios reclaman cambios en el sistema político del país, y contradictoriamente ellos se resisten a ser parte de esas transformaciones.

Aunque parciales, los códigos de ética son, sin embargo, un intento por avanzar en un marco que regule, todavía incipientemente, al ejercicio periodístico. Tampoco sería posible desdeñarlos, porque significaría negar los intentos por empezar a adquirir una cultura diferente en esta actividad.

La ética periodística al igual que el asunto de legislación y medios son temas complejos de abordar, para los cuales no hay una solución inmediata a los problemas que aquí se generan, como el planteado en el presente trabajo, porque son parte de un proceso de transformación de largo plazo.

Finalmente, la autorregulación de los medios de comunicación debe entenderse como un complemento de la legislación en la materia, sobre todo si éstas son obsoletas, pero no como un caparazón para repeler la actualización del marco jurídico.

CONSIDERACIONES FINALES

Legislación y medios es un tema espinoso. Pero no imposible de tratar. Hasta este momento ha habido falta de voluntad de los actores mediáticos para abordarlo por los intereses económicos y políticos que implica. Sin embargo, hay un poco más de apertura que en el decenio pasado.

Posiblemente sea en los comienzos del presente siglo cuando se haga un planteamiento formal ante el Congreso de la Unión para actualizar el marco jurídico de los medios de comunicación, sobre todo de la prensa, que es el más obsoleto, el cual no ha sufrido prácticamente ningún cambio desde hace poco más de 80 años, y que hasta es causa de mofa por parte de los especialistas en la materia.

Si son escasos los proyectos sobre una Ley Federal de Comunicación Social, menos aún ha sido planteada la regulación sobre las condiciones laborales del reportero, incluyendo un salario mínimo profesional, que es indispensable para cualquier comunicador que pretenda hacer de su oficio un trabajo responsable con la sociedad.

Sólo un intento ha habido para establecer el salario mínimo profesional del reportero, pero fue un fracaso en términos de que el monto económico establecido por la Comisión Nacional de Salarios Mínimos, pues fue magro, asimismo, únicamente se consideró a los comunicadores de prensa, no así a los que trabajan en radio o televisión, cuya situación también es apremiante, debido a que hay casos de quienes llevan más de 20 años en una misma empresa con un sueldo de \$8,000.- pesos mensuales, con jornadas laborales diarias a veces interminables.

Aunque ese solo intento es aplaudible por haber sido eso. Éste fue organizado desde la entonces Asamblea de Representantes, ahora Asamblea Legislativa del Distrito Federal, cuya difusión por parte de los medios de comunicación fue prácticamente nula -y éste es parte del problema, que los periódicos, radio y televisión dan a conocer a la sociedad sólo lo que les conviene-.

Es momento de volver a retomar el asunto. Las condiciones se están dando. Si el Congreso de la Unión tiene en discusión reformas a la Ley Federal de Radio y Televisión, que ha sido bastante complicado llevarla hasta ese grado, entonces por qué

dejar para después una ley que obligue a los dueños de los medios de comunicación darles a sus trabajadores seguro social, préstamo para vivienda (ya no digamos un automóvil, que es esencial considerando que el reportero debe desplazarse con rapidez), un salario decoroso, etcétera.

Pero la responsabilidad también es de los reporteros que no han sabido organizarse, o quizá no han encontrado la coyuntura para agremiarse sólidamente y defenderse ante las embestidas patronales, y han preferido trabajar tres turnos consecutivamente para el periódico, radio o televisión que los "contrató" a cambio de un salario inadecuado.

A algunos de los comunicadores les es más cómodo estirar la mano, *dobletear* en otra chamba, ser juez y parte, u ocultar información útil a la sociedad, etcétera, que oponérsele de frente a sus detractores en aras de conseguir remuneraciones económicas dignas. Quizá se debe a que el desempleo está a la luz del día y prefieren conservar el trabajo para mantener a la familia. Complicado decidir entre la lucha, la familia y la sobrevivencia.

Las reformas legislativas deben darse en donde sea necesario sin cabida a los amparos o violaciones de las leyes en la materia, para dar certeza de su cumplimiento, o en su defecto hacerla cumplir obligatoriamente.

Este planteamiento es una condición indispensable para que el reportero pueda cumplir con su misión: informar a la sociedad con oportunidad, objetividad e imparcialidad. Aunque todavía sin garantía, debido a que no es él quien decide sobre la edición del periódico, sobre todo si el trabajo informativo tiene repercusiones a nivel nacional, e inclusive relativa al ámbito internacional.

Representa, más que ser la panacea para resolver el problema de la corrupción, una alternativa y una contribución para empezar desde abajo y hasta donde sea posible a sanear las viejas relaciones viciadas entre el poder público y los medios de comunicación, ya que ésta no es exclusiva del gobierno, sino también ha tenido cabida en la iniciativa privada.

El poder es el poder, y quien lo pelea pone en juego todo. El Partido Acción Nacional y el Jefe del Ejecutivo proveniente de esta fuerza política (amén de las profundas diferencias entre ambos) no logran establecer la diferencia entre un gobierno blanquiazul y uno tricolor. Lo que antaño se criticaba desde la oposición ahora se ejecuta, pero sin experiencia en el ejercicio del poder.

Y los ejemplos están donde deben: la política de comunicación social no ha variado mucho. Continúa la lucha interna entre los personajes panistas del gobierno por retener el poder en los próximos procesos electorales del 2003 y 2006, utilizando los medios de comunicación del Estado, el gasto del erario en este ramo sigue otorgándose discrecionalmente, y el control por los medios tampoco cesa (hubo despidos forzosos en *Notimex*, *Milenio Diario*, al que le sostienen las planas de publicidad pagadas en el periódico y en la revista semanal).

Entonces, es un doble discurso el que emplea el gobierno panista del "cambio", como lo hicieron las anteriores administraciones federales. Por un lado habla de que hay voluntad política para llevar a cabo reformas en la legislación sobre medios de comunicación, pero en los hechos los acuerdos permanecen atorados. Sólo una de las iniciativas ha sido aprobada por el Congreso de la Unión, la ley sobre acceso a la información gubernamental, que fue producto del reclamo social, más que por la buena voluntad del gobierno.

Asimismo, la publicidad pagada por el gobierno federal a los medios de comunicación, de manera discrecional, es una de las armas de control hacia éstos, porque son cantidades económicas considerables, por eso es necesario reglamentarla, y se puede lograr si hay voluntad de ambas partes, pero quizá a ninguno conviene si el beneficiado es únicamente la sociedad ¿nada más?

Algunos de los reporteros, para compensar el sueldo, cobran comisiones por la publicidad oficial asignada a la empresa donde trabajan, lo que pone en entredicho, en ocasiones, el trabajo periodístico, porque una cosa depende de la otra. Por eso es insoslayable reglamentar el gasto de las oficinas de comunicación social gubernamentales, de manera que nadie pierda al cien por ciento y todos ganen.

Quizá efectivamente haya desaparecido el convencional *embute* que las instituciones federales otorgaban a los reporteros. Eso fue en un principio en el que el gobierno quiso tener una relación diferente, pero debió haber empezado por la raíz, no por las hojas, de la corrupción.

Esta medida, que estuvo mal implantada, tuvo sus primeras repercusiones, que son, en parte, la fuerte crítica al gobierno federal, el cual ha tenido confrontaciones con los reporteros de la fuente y periodistas, sobre todo de los medios impresos. La pésima estrategia para *sanear*, supuestamente, las relaciones prensa-Estado no ha resuelto nada, sino por el contrario, atiza la ira de los comunicadores, especialmente de los que vivían de las prácticas corruptas.

Aunque esta estrategia no se aplicó parejo en las tres instancias del gobierno. De hecho retrocedieron en los gobiernos estatales y municipales panistas, en donde los apoyos económicos a los reporteros no cesaron, y menos la publicidad pagada con el erario público en gacetillas para promover carreras políticas. Un claro ejemplo son las gestiones de los gobiernos municipales del *corredor azul*, que comprende los municipios de Atizapán, Naucalpan, Coacalco, Tlalnepantla y Ecatepec, entre otros, del estado de México, cuyas partidas presupuestales provenientes de los programas federales son las más elevadas en relación con las asignadas a las demás alcaldías del país.

Esto debe transparentarse. Empezar con la reglamentación de las condiciones salariales y laborales del reportero. Posteriormente eliminar el pago de gacetillas a los medios de comunicación, no así de inserciones como licitaciones, contratos, convenios, esquelas y otras publicaciones que tengan que ver con el manejo lícito de los recursos públicos.

Si están en juego fuertes intereses económicos y políticos en la reglamentación prensa-Estado, por qué entonces simular una autorregulación de las empresas periodísticas, que ni siquiera funciona en los medios de comunicación que remuneran adecuadamente a sus reporteros.

La ética se aprehende en las universidades y en el seno familiar. No es de negocios, sino de personas. El periodista recién egresado que logró colocarse en algún medio de comunicación será fiel a las enseñanzas académicas siempre y cuando sea remunerado económicamente, de manera que le permita vivir holgadamente, será más difícil corromperse por las múltiples vías que a diario enfrenta.

La autorregulación periodística nació en México en la década pasada, ante la insistencia de la sociedad porque los medios de comunicación se sujeten a determinados parámetros jurídicos, establecidos internacionalmente desde hace aproximadamente 50 años. Pero en otros países esta medida ya tiene algunas décadas, en los que surgió por las mismas razones que en México: el miedo al marco jurídico para castigar excesos.

Los códigos de ética de los medios de comunicación fueron impuestos a los trabajadores, pero que no concuerda con la política salarial ni laboral de la planta de reporteros, a los que se les reprime si denotan alguna intención de sindicalizarse, y ésta es una de las razones por las que el gremio está disperso, desorganizado, sin posibilidades de defenderse jurídicamente.

Los corresponsales nacionales permanecen en una situación todavía peor. Se les paga una miseria por nota publicada, compensándoles el sueldo con las comisiones de publicidad, sin posibilidades de vacaciones pagadas, por eso muchos de ellos tienen otra plaza en diarios de circulación estatal, y como pudieron hacerlo son dueños de pequeños negocios.

Entonces, nadie garantiza que se cumplan los códigos de ética en las empresas periodísticas donde fueron implantados unilateralmente, a criterio del dueño del medio de comunicación. Es más, los reporteros ni siquiera se esforzarían por leer este documento

Hay que reflexionar: cuánto tiempo más va a pasar para que haya la coyuntura política en el país para que realicen los verdaderos cambios en la legislación sobre los medios de comunicación. Es necesario empujar desde la sociedad para lograrlo.

La reforma del Estado sigue paralizada en el Congreso de la Unión propiciada sobre todo por las dos fuerzas políticas del país, PRI y PAN, uno para recuperar el poder, y el otro con miras a retenerlo en los procesos electorales del 2003 y 2006.

Sin embargo, aparentemente hay signos vitales de los dueños de las empresas periodísticas para actualizar el marco jurídico que los rige. Antes ni pensar que un diario publicara declaraciones tan radicales como las del senador panista Javier Corral Jurado, político empecinado desde 1997 en legislar sobre Derecho a la Información.

No sucede así con las radiodifusoras ni la televisión. Es nula la difusión sobre la polémica en torno a la propuesta de regulación de los medios electrónicos. La difusión ha sido básicamente sobre la ley de acceso a la información, nada más.

Es momento de abrir las discusiones sobre el derecho a la información y concretar proyectos sólidos, para que, ahora sí, se inicie el proceso de reglamentación de los medios de comunicación, sin olvidar los derechos laborales y salariales del reportero, tan indispensable en un país en transición a la democracia, que ocupa uno de los últimos lugares en cuanto a la actualización del marco jurídico en la materia.

No quisiera dejar estos planteamientos sólo aquí, en esta breve investigación. Espero que puedan llevarse a cabo las condiciones necesarias para proponer una iniciativa de ley específica sobre la remuneración económica y prestaciones laborales justas para los reporteros, así como que la actividad periodística sea reconocida como profesión.

BIBLIOGRAFÍA

- Aznar, Hugo y Ernesto Villanueva, coord., *Deontología y autorregulación informativa. Ensayos desde una perspectiva comparada*, México, Fundación Manuel Buendía, Unesco y Universidad Iberoamericana, 2000, 258 págs.
- Baena Paz, Guillermina María Eugenia, *Instrumentos de investigación. Tesis profesionales y trabajos académico.*, México, Editores Mexicanos Unidos, 2001, 134 págs.
- Bosch García, Carlos, *La técnica de la investigación documental*, México, Trillas, 2001, 74 págs.
- Cremoux, Raúl, *Gajes y gajos de la información. 25 años de analizar la comunicación en México*, México, Instituto Mexiquense de Cultura, 1998, 258
- Eco, Humberto, *Cómo se hace una tesis*, Gedisa, Colección Biblioteca de Educación, Barcelona 2000, 233 págs.
- Escobar, Guillermo y Ernesto Villanueva, *Nuevas tendencias del derecho de la comunicación. Visiones desde España y México*, México, Fundación Manuel Buendía, Unesco y Universidad Iberoamericana, Colección Cuadernos de Derecho de la Información y de la Comunicación, 2000, 256 págs.
- Fernández Christlieb, Fátima, *La responsabilidad de los medios de comunicación*, México, Paidós Mexicana, Colección Croma, 2002, 193 págs.
- García Orosa, Luis Alberto, *Periodismo en paños menores*, México, Edamex, 1990, 166 págs.
- González Casanova, Pablo, et. al., *México Hoy*, México, Siglo XXI, 2000, 419 págs.
- Mattelart A.M. *Historia de las teorías de la comunicación*, Buenos Aires, Paidós, Colección Comunicación, 1997, 126 págs.
- McBride, Sean, et. al., *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, México, FCE, , 1993, 269 págs.
- Medina Viedas, Jorge, *Los medios y la política*, México, Ediciones Cal y Arena, 2000, 283 págs.
- Navarrete González, Francisco y Oscar Betanzos Piñón, *Notas sobre teoría y práctica de la investigación social*, México, UNAM, 141 págs.

- ✓ Rivadeneyra Prada, Raúl, *Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*, México, Trillas, 1999, 333 págs.
- ✓ Rojas Soriano, Raúl, *Guía para realizar investigaciones sociales*, México, Plaza y Valdés Editores, 2001, 437 págs.
- ✓ Roura, Víctor, *Cultura, ética y prensa*, México, Paidós Mexicana, Colección Croma, 2001, 373 págs.
- ✓ Scherer García, Julio, *Los Presidentes*, México, Grijalbo, 2000, 259 págs.
- ✓ Scarle, John R. *La construcción de la realidad social*, Barcelona, Paidós, Colección Básica, 1998, 357 págs.
- ✓ Solís Lerec, Beatriz, coord., *El reto de las telecomunicaciones en el marco de la reforma del Estado*, México, Congreso de la Unión, Universidad Iberoamericana, Konrad Adenauer Stiftung, UNESCO, UAM, , 2002, 266 págs.
- ✓ Toussaint, Florence, coord., *Democracia y Medios de Comunicación*, México Jornada Ediciones, UNAM, 1995, 137 págs.
- ✓ Villanueva Villanueva, Ernesto, coord., *Comunicación, Derecho y Sociedad. Estudios en honor del dr. Javier Esteinou Madrid*, Colección ensayo, México, Media Comunicación, 1997, 123 págs.
- ✓ ——— *Derecho Mexicano de la Información*, México, Oxford University Press, 2000, 327 págs.

HEMEROGRAFÍA

- ✓ Acosta Condova, Carlos, "El expediente de Hacienda: Ealy estaba consciente de los engaños y manipulaciones de la empresa para defraudar al fisco y los permitió", *Proceso*, número 1037-02, 16 de septiembre de 1996.
- ✓ Albarrán de Alba, Gerardo, "La investigadora Beatriz Solís: Fox intenta preservar la impunidad de los medios", *Proceso*, número 1202-45, 15 de noviembre de 1999.
- ✓ Alemán, Ricardo, Columna "Itinerario Político", *La Jornada*, 30 de enero de 1993. P. 4
- ✓ Ambríz, Agustín, y Fernando Mayolo López, "El gobierno quiere 'desviar' la línea de *El Universal*, dice el periódico", *Proceso*, número 1037-04, 16 de septiembre de 1996.
- ✓ Análisis Mensual Gráfico Cuantitativo. Departamento de Monitoreo de Medios Electrónicos de la H.Cámara de Diputados, febrero de 2002.
- ✓ Anónimo: "las rodillas y las ventas", revista *etcétera*, número 17, marzo 2002, p. 14
- ✓ Bitácora. *Revista Mexicana de Comunicación*, Fundación Manuel Buendía, año XII, número 56, marzo-abril de 2002, p.II
- ✓ Carbonell, Miguel, "Momia Jurídica. La modernización de la Ley de Imprenta y la democracia mexicana", *etcétera*, febrero de 2002.
- ✓ Anónimo: "Trascendió", *Milenio*, mayo 13 de 2002, p. 11
- ✓ Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), informe sobre México, 1999, en las siguientes páginas electrónicas:
<http://www.cidh.org/countryrep/mexico68sp/indice.htm>, y
<http://www.cidh.org/annualrep/99span/capitulo5b.htm>
- ✓ Comisión Nacional de los Derechos Humanos, documentos: Instrumentos Internacionales y Regionales Americanos de Derechos Humanos, Declaración Universal de los Derechos Humanos y Convención Americana sobre Derechos Humanos
- ✓ Consueco, Renato, "Notimex, instrumento de Creel. No fui ingenuo, Ortiz Pinchetti", *Los Periodistas*, órgano informativo de la Fraternidad de Periodistas de México (femac), año V, número 31, marzo-abril de 2002, pp. 10 y 11

- Consulta pública en materia de comunicación social. Primera etapa, relatoría de foros regionales de consulta. Comisión Especial de Comunicación Social de la H. Cámara de Diputados, 25 de octubre de 1995.
- Delgado, Alvaro, "Se reglamentará la libertad de expresión y el derecho de la información, pese a la 'línea' del gobierno: Corral", reportaje, *Proceso*, número 1144, 5 de octubre de 1998.
- ----- "Javier Corral y Muñoz Ledo responsabilizan a Zedillo de prolongar una relación viciosa y antidemocrática. Pese a la campaña sucia y mentirosa del gobierno y los medios de comunicación, no hay marcha atrás: se legislará y punto", *Proceso*, número 1146-01, 19 de octubre de 1998.
- ----- "La relación prensa-gobierno de Fox: pactos no escritos y gacetillas disfrazadas", *Proceso*, número 1270-11, 5 de marzo de 2001.
- ----- "En un solo día, el PRI Tabasco gastó en la prensa nacional, para la campaña de Madrazo, casi un millón y medio de nuevos pesos", *Proceso*, número 0983-10, 4 de septiembre de 1995.
- Diario de los Debates de la H. Cámara de Diputados, año III, número 13, abril 22 de 1997, p. 1047.
- Durán Reveles, José Luis, subsecretario de Comunicación Social, Conferencia Magistral sobre las Líneas Generales de la Política de Comunicación Social del Gobierno de la República, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, el miércoles 17 de abril de 2002.
- Anónimo "El Día, con vida artificial", Editorial de la revista *etcétera*, número 17, del mes de Marzo de 2002, p. 8
- Escobedo, Juan Francisco, "Comunicación gubernamental sin perspectiva estratégica. Nuevas reglas, parte irremplazable de la agenda del cambio de régimen", *Revista Mexicana de Comunicación*, Fundación Manuel Buendía, año XIV, número 74, marzo-abril de 2002, pp.26 y 27.
- ----- "Medios y legalidad ¿reforma imposible? Los vericuetos del gobierno foxista", *Revista Mexicana de Comunicación*, año XIII, número 68, p. 16.
- Fernández Christlieb, Fátima, "Nada, nada. Autorregulación en la CIRT", *etcétera*, junio de 2001.

- Gaceta Parlamentaria, Inicialivas de Ley de Acceso a la Información, H. Cámara de Diputados, martes 4 de diciembre de 2001.
- Galarza, Gerardo, "El gobierno no tiene nada que hacer en ese campo: Junco de la Vega. Intereses económicos detrás de la embestida contra Noimex: Medina Viedas", *Proceso*, número 1220-06, 20 de marzo de 2000.
- Guadarrama, José de Jesús, "Blindaje Constitucional a la Ley de Telecomunicaciones", *El Financiero*, 8 de febrero de 2002, p. 17
- ----- "Reformas a la Lefete amenazan las inversiones de Telmex: Chico Pardo", *El Financiero*, 2 de mayo de 2002, p. 22
- Hernández López, Rogelio, "La modernización profesional y laboral de los periodistas", *Revista Mexicana de Comunicación*, año II, número 12, julio-agosto de 1990, p. 24
- ----- "Vienen en cascada ocho leyes sobre comunicación", *Milenio Diario*, 22 de mayo de 2002, p. 9
- Jáquez, Antonio, "Nada ha cambiado en 20 años: medios ligados al poder, funcionarios y priistas se sumaron al griterío contra la supuesta ley mordaza", reportaje, *Proceso*, número 1146-02, 19 de octubre de 1998.
- Martínez, Omar Raúl, "Un acercamiento a la ética y la deontología periodísticas en México. ¿recurso ornamental o mecanismo para la profesionalización", *Revista Mexicana de Comunicación*, Fundación Manuel Buendía, año XIII, número 66, pp.28, 29-31
- Mejía Barquera, Fernando, "Los medios en 1992: una triste historia. Los estatales se adelgazan, los privados se expanden", *Revista Mexicana de Comunicación*, año V, número 27, enero-febrero de 1993, pp. 9-19 y 50-52..
- Mejía Barquera, Fernando, y José Luis Gutiérrez Espindola, "Para una historia mínima de los medios en 1990", *Revista Mexicana de Comunicación*, año III, número 15, enero-febrero de 1991, p. 9
- *Reforma*, 25 de abril de 2002, p. 1
- Mercado, Angélica, "La Ley de Telecomunicaciones no pasó por culpa de Slim: Corral", *Milenio Diario*, 2 de mayo de 2002, p. 12
- Montes, Rodolfo, "Advierte Martha Sahagún: Ni impunidad ni libertinaje en los medios", *Proceso*, número 1257-08, 4 de diciembre de 2002.

- Ortiz Pinchetti, Francisco, "Con López Portillo, el director de 'El Universal' estuvo formalmente adscrito a la nómina de Los Pinos. Ealy Ortiz: adulador de presidentes y beneficiario de los gobiernos a los que, a conveniencia propia, a veces crítica", *Proceso*, número 1037-01, 16 de septiembre de 1996.
- Ramírez, Miguel Angel, "Poseen políticos gran número de concesiones de TV: Corral, *Unomásuno*, 15 de abril de 2002, p. 8
- Riva Palacio, Raymundo, "La prensa mexicana ¿controlada? Mitos y realidades", *Revista Mexicana de Comunicación*, año V, número 25, septiembre-octubre de 1992, pp. 7-14
- Silva -Herzog Márquez, Jesús, entrevistado por Raúl Godínez, reportero de la *Revista Mexicana de Comunicación*, de la Fundación Manuel Buendía, año XIII, número 68, marzo-abril de 2001, p. 14 y 15.
- Solís, Beatriz, "Fox intenta preservar la impunidad de los medios", *Proceso*, número 1212-45, 15 de noviembre de 1999.
- Torres, Francisco Javier, "El lento camino de la profesionalización del trabajo informativo en México. Un breve repaso histórico de los factores que lo caracterizan", *Revista Mexicana de Comunicación*, año XII, número 60, octubre-diciembre de 1999, pp. 37-39
- Torres Rogelio, Alejandro, "Detallan la iniciativa de ley de radio y televisión", *El Universal*, 22 de mayo de 2002, p. 4
- Trejo Delarbre, Raúl, "Falta una ley para asignar publicidad oficial a diarios: Trejo delarbre", *La Crónica de Hoy*, sección Cultura, 23 de mayo de 2002, p.26
- Villanueva Villanueva, Ernesto, "Los límites legales para el ejercicio periodístico en México. Un panorama de vacíos, confusiones, dudas y obstáculos", *Revista Mexicana de Comunicación*, año X, número 55, julio-agosto de 1998, pp. 31-34
- ----- "Lineamientos para la publicidad oficial ¿más de lo mismo?, *Proceso*, número 1265-21, 29 de enero de 2001.
- Villanueva Villanueva, Ernesto y Jorge Carpizo McGregor "Crónica de los frustrados intentos reformistas", *Revista Mexicana de Comunicación*, año XIII, número 68, p. 7-13.

ANEXO

ENCUESTA A REPORTEROS EN EL D.F.

DATOS PERSONALES

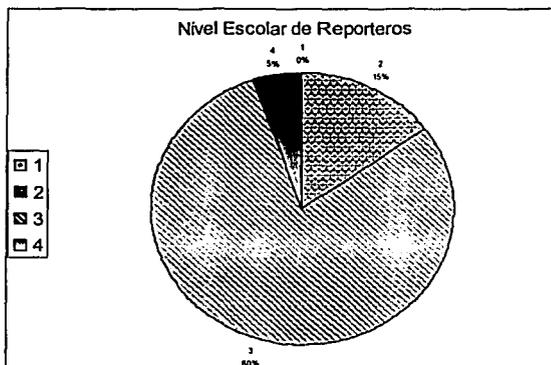
Función	Hombres	Mujeres	No precisaron	Total
Reporteros-Redactores	47	16	16	
Camarógrafos	4	0	1	
Reporteros-fotógrafos	2	1	1	
Reporteros-otro	0	2	0	
No precisaron función	3	0	0	
Totales	56	19	18	93
Referencia gráfica	1	2	3	



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

NIVEL EDUCATIVO DE LOS REPORTEROS

Referencia Gráfica	Nivel Educativo	Hombres	Mujeres	No precisaron	Totales	%
1	Secundaria	0	0	0	0	0.00
2	Bachillerato	10	2	2	14	15.05
3	Licenciatura Maestría u otro	45	16	13	74	79.57
4		2	2	1	5	5.38
		57	20	16	93	100.00



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

AÑOS DE EXPERIENCIA DE LOS REPORTEROS

Referencia Gráfica	Años	Hombres	Mujeres	No precisaron	Totales	%
1	1 a 5	13	9	5	27	29.03
2	6 a 10	19	9	8	36	38.71
3	11 a 15	12	3	2	17	18.28
4	16 a 20	7	1	0	8	8.60
5	21 a 25	2	0	1	3	3.23
6	26 a 30	1	0	0	1	1.08
7	31 a 35	0	0	0	0	0
8	36 a 40	0	0	0	0	0
9	41 a 45	0	0	0	0	0
10	46 a 50	0	0	0	0	0
11	51 a 55	1	0	0	1	1.08
		55	22	16	93	100.00

PROFESIÓN ESTUDIADA POR LOS REPORTEROS

Referencia Gráfica	Profesión	Hombres	Mujeres	No precisaron	Totales	%
1	Bachillerato	0	0	4	4	4.30
2	Periodismo y/o C.C.	44	17	12	73	78.49
3	Derecho	1	0	0	1	1.08
4	Ciencias Pol. y Sois.	1	1	0	2	2.15
5	Ing. Coms. Elec. Y E.	1	0	0	1	1.08
6	Admón. De Empresas	1	0	0	1	1.08
7	Pintura	0	0	1	1	1.08
8	Analista	0	0	1	1	1.08
9	Contabilidad	0	1	0	1	1.08
10	Autodidacta	1	0	0	1	1.08
11	No específico	2	2	3	7	7.53
		51	21	21	93	100.00

Profesión Estudiada por Reporteros	%
1.- Bachillerato	4.30
2.- Periodismo y/o Ciencias de la Comunic.	78.49
3.- Otro	8.60
4.- Autodidacta	1.08
5.- No especificó	7.53
	100.00



IV

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

SITUACIÓN ECONÓMICA DE LOS REPORTEROS

Propiedades de Reporteros

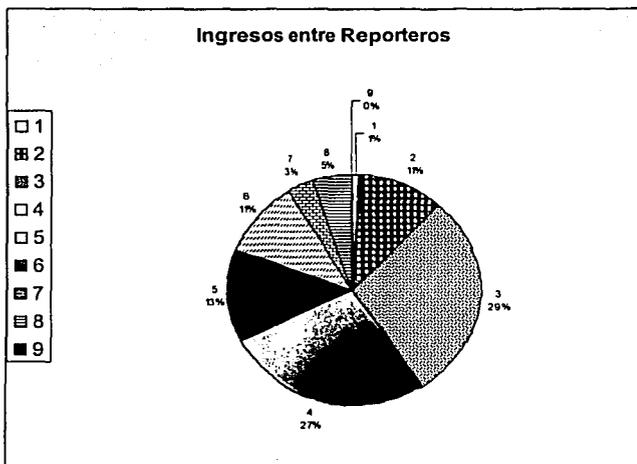
Referencia Gráfica	Propiedades	Número de Reporteros	%
1	Casa	29	31.18
2	Depto.	20	21.51
3	terreno	6	6.45
4	Automóvil	53	56.99
5	Ninguno	12	12.90

Pagos Mensuales de Reporteros

Concepto	Reporteros	%
Renta de Casa	27	29.03
Crédito de casa	37	39.78
Crédito de auto	33	35.48
Colegiaturas	33	35.48
Luz	75	80.65
Teléfono	75	80.65
Acceso a Internet	44	47.31
Gas Doméstico	74	79.57
Otros	47	50.54
Ninguno	1	1.08

INGRESOS ECONÓMICOS DE LOS REPORTEROS

Referencia Gráfica	Ingreso en miles de \$	Reporteros	%
1	Hasta 3	1	1.08
2	3 a 5	10	10.75
3	5 a 8	27	29.03
4	8 a 10	25	26.88
5	10 a 12	12	12.90
6	12 a 15	10	10.75
7	15 a 20	3	3.23
8	20 a 25	5	5.38
9	Más de 25	0	-
		93	100.00



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

1. Reporteros con otro empleo diferente				Totales
	Si	N= No NR= No respondió		
Totales	26	3	93	
%	27.96	68.82	3.23	100.00
2. Reporteros con trabajo en más de un medio				Totales
	Si	No	NR	
Totales	25	63	5	93
%	26.88	67.74	5.38	100.00
3. Reporteros cuya pareja trabaja				Totales
	Si	No	NR	
Totales	33	27	33	93
%	35.48	29.03	35.48	100.00
4. Familias de reporteros con otro ingreso				Totales
	Si	No	NR	
totales	46	39	8	93
	49.46	41.94	8.60	100.00

DATOS LABORALES DE REPORTEROS

1) Empresa o medio de los encuestados

Referencia Gráfica	Medios	Reporteros	%
1	Diarios	33	35.48
2	Revistas	6	6.45
3	Radio	11	11.83
4	Televisión	12	12.90
5	R y Tv.	10	10.75
6	Agencias	6	6.45
7	Portales	2	2.15
8	Varios	1	1.08
	Dependencias	2	2.15
	No Respondieron	10	10.75
		93	100.00

2) Situación Jurídica de los Encuestados

Referencia Gráfica	Concepto	Número de Reporteros	%
1	Asalariado por contrato	48	51.61
2	Asalariado por Honorarios	27	29.03
3	Comisionista por venta publicidad	1	1.08
4	Pago por entrega publicada	0	0.00
5	Freelance u otro	1	1.08
6	Por Honorarios y Comisionista	3	3.23
7	Honorarios y "Freelance u otro"	2	2.15
8	Contrato y honorarios	3	3.23
9	Honorarios y por entrega	1	1.08
10	Contrato y Comisionista	1	1.08
11	Comisionista y "Freelance u otro"	1	1.08
12	No respondieron	5	5.38
Totales		93	100.00

3) Antigüedad de Reporteros en empleo actual

Referencia Gráfica	Años	Número de Reporteros	%
1	menos de 1	10	10.75
2	1 a 3	40	43.01
3	3 a 5	20	21.51
4	5 a 8	5	5.38
5	8 a 10	10	10.75
6	10 a 15	4	4.30
7	15 a 20	1	1.08
8	más de 20	2	2.15
9	NR	1	1.08
Totales		93	100.00

4) Horas de Trabajo entre Reporteros

Referencia Gráfica	Horas	Totales	%
1	Hasta 5	1	1.08
2	hasta 7	1	1.08
3	Hasta 8	14	15.05
4	Hasta 9	6	6.45
5	Hasta 10	27	29.03
6	Hasta 11	2	2.15
7	Hasta 12	26	27.96
8	Hasta 13	2	2.15
9	Hasta 14	4	4.30
10	Hasta 15	3	3.23
11	Hasta 16	3	3.23
12	Hasta 18	1	1.08
13	No respondió	3	3.23
Totales		93	100

5) Días de descanso de Reporteros

Referencia Gráfica	Días de descanso	N° de Reporteros	%
1	0	2	2.15
2	1	30	32.26
3	1 y 1/2	2	2.15
4	2	52	55.91
5	3	0	0.00
6	4	0	0.00
7	5	1	1.08
8	6	1	1.08
9	No respondió	5	5.38

6) Número de cobertura de fuentes

Referencia Gráfica	Número de Fuentes	Número de Reporteros	%
1	1	24	25.81
2	2	18	19.35
3	3	18	19.35
4	4	9	9.68
5	5	6	6.45
6	6	5	5.38
7	7	4	4.30
8	10	1	1.08
9	Variable	2	2.15
	No respondió	6	6.45
10		93	100.00

7) N° de Notas Enviadas por Reporteros al Día

Referencia Gráfica	Notas al día	N° de Reporteros	%
1	1	3	3.23
2	Hasta 2	5	5.38
3	Hasta 3	15	16.13
4	Hasta 4	15	16.13
5	Hasta 5	19	20.43
6	Hasta 6	8	8.60
7	hasta 7	5	5.38
8	Hasta 8	5	5.38
9	Hasta 10	5	5.38
10	Hasta 12	2	2.15
11	Variable	3	3.23
12	No respondió	8	8.60

8) Trabajos Especiales Además de Notas Informativas

Sí	No	NR	Totales
86	6	1	93
92.47	6.45	1.08	100.00

9) Reporteros cuya información es usada por más de un medio

Sí	No	NR	Totales
54	36	3	93
58.06	38.71	3.23	100.00

10) Reporteros con ascenso escalafonario en su empresa

Sí	No	NR	Totales
32	59	2	93

11) Prestaciones para reporteros

Concepto	Número de Reporteros	% de 93
IMSS	58	62.37
Otros seguros	38	40.86
Vacaciones	67	72.04
Horas extras	21	22.58
Viáticos	16	17.20
Comedor-co	16	17.20
Aguinaldo	52	55.91
R. utilidades	28	30.11
Capacitación	29	31.18
Espacio	21	22.58
celular	44	47.31
tarjetas telef.	16	17.20
Comp. Portát.	2	2.15
Automóvil	10	10.75
Ninguno	8	8.60

12) Percepción de reporteros sobre sus prestaciones

Aumentaron	Disminuyeron	Se mantuvieron	NR	
15	17	53	8	93
16.13	18.28	56.99	8.60	100.00

SALUD DE LOS REPORTEROS

1) Enfermedades crónicas

	Si	No	NR	
Reporteros	7	84	2	93
%	7.53	90.32	2.15	100.00

2) Enfermedades crónicas en casos afirmativos

Diabetes
Asma
Colitis
Gastritis
Hiperactividad
Circulación

3) Enfermedades atribuibles a la profesión

	Si	No	NR
Total	4	5	0
%	4.30		

4) Enfermedades contraídas en la empresa

S	N	NR	
3			% de 93
3.23			

5) Accidentes en la labor de reportero

S	N	NR	Totales	
21	53	19	93	
22.58	56.99	20.43	100.00	% de 93

6) Accidentes en la actual empresa

S	N	NR
14		
15.05		

7) Apoyo de la empresa por enfermedad o accidente

S	N	NR
7		
7.53		

ENTORNO LABORAL Y EMPRESARIAL

1) Sindicato en la empresa

S	N	NR	Totales
40	49	4	%
43.01	52.69	4.30	100.00

2) Sindicalización de reporteros

S	N	NR	Total
29	33	5	%
31.18	35.48	5.38	

Das de las sindicalizadas se dijeron obligadas por la empresa

Una de las no sindicalizadas dijo que el sindicato es blanco. A otra no le interesa

3 de los sindicalizados dijeron estar ahí contra su voluntad

2 dijeron estar ahí obligados por la empresa

1 dijo estar afiliado sin su consentimiento al sindicato

Los demás no especificaron

1 dijo no haberse dado cuenta de su afiliación

1 dijo que está afiliado obligado por la empresa

2 de los no sindicalizados no quiere a pesar de presiones

Sólo uno consideró necesaria la sindicalización para la defensa de sus derechos

Por conveniencia

Por obligación

Por contrato inicial

3) Participación en alguna organización gremial o prof.

S	N	NR	Totales
7	80	6	93
7.53	86.02	6.45	100.00
			El Contrato lo prohíbe (F)
3 FREMAC		AIPEP	Despido (ss)
1 OTRO			No hay

4) Retrasos en el pago de salarios

S	N	NR	
29	63	1	93
31.18	67.74	1.08	100.00

5) Número de retrasos en el año

Referencia Gráfica	Número de veces	Número de Reporteros	% de 29
1	1	4	13.79
2	2	4	13.79
3	3	10	34.48
4	4	0	0.00
5	5	2	6.90
6	6	0	0.00
7	7	0	0.00
8	8	0	0.00
9	9	0	0.00
10	10	1	3.45
11	Todo el año	4	13.79
12	NR	4	13.79
		29	100.00

6) Adeudos actuales de la empresa

S	N	NR	
18	70	5	93
19.35	75.27	5.38	100.00

7) Adeudo de comisiones

S	N	NR	
9	22	62	93
9.68	23.66	66.67	100.00

8) Despidos injustificados en la empresa

S	N	NR	
51	37	5	93
54.84	39.78	5.38	100.00

9) Sentimiento de seguridad en la empresa

S	N	NR	
42	49	2	93
45.16	52.69	2.15	100.00

10) Agresiones como reportero

S	N	NR	
48	45	0	93
51.61	48.39	0.00	100.00

11) Agresores de Reporteros

Referencia Gráfica	Agresor	Número de Reporteros	% de 78
1	Empresa	4	5.13
2	Funcionarios	18	23.08
3	jefes inmed.	9	11.54
4	Policia	25	32.05
5	Aludidos	8	10.26
6	Otros	11	14.10
7	No precisaron	3	3.85
		78	100.00

12) Denuncias por contenido de informes

S	N	NR	
19	68	6	93
20.43	73.12	6.45	100.00

13) Apoyo legal de la empresa en denuncias

S	N	NR	
15			
16.13			

14) Censuras en el desempeño profesional

S	N	NR	
42	45	6	93
45.16	48.39	6.45	100.00

15) Principales censores

Referencia Gráfica	Censor	Número de Reporteros	% de 46
1	Empresa	18	39.13
2	Funcionarios	5	10.87
3	jefes inmeds.	16	34.78
4	Policia	2	4.35
5	Aludidos	3	6.52
6	Empresa, jefes	0	0.00
7	Emp,fun	0	0.00
8	Emp, Fun, jefs.	0	0.00
9	Otros	2	4.35
		46	100.00

16) Denuncias laborales contra empresas

Referencia Gráfica	Número de denuncias	Número de Reporteros	Totales
1	0	45	48.39
2	1	11	11.83
3	2	2	2.15
4	3	0	0.00
5	NR	35	37.63
		93	100.00

17) ¿Protegen las leyes a reporteros?

S	N	NR	
6	75	12	93
6.45	80.65	12.90	100.00