

00424
108



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

**PERIODISMO EN HIDALGO
CODIGO DE ETICA**

T E S I N A
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
**LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION**
P R E S E N T A :
JUAN CARLOS LORTIZ CASTRO

ASESORA: MAESTRA ELINA HERNANDEZ CARBALLIDO





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

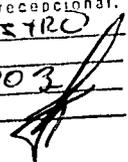
Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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 mi padre, Federico Ortiz Jr., en su memoria
A mi madre, Elena, que me dio vida y amor
A mis hermanos Federico, Arturo y Eduardo, por su unión
A mi esposa, Dinorah, por su comprensión y cariño
A mis hijos Juan Carlos, Luis Gerardo y José Daniel
A mis maestros universitarios, por sus enseñanzas
A la Maestra Elina Hernández Carballido, por su asesoría

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

NOMBRE: ORTIZ CASTRO
Juan Carlos
FECHA: 10 Sep 2003
FIRMA: 

INDICE

Introducción	4
Capítulo 1.- La Ética en el Periodismo	
I.- Presentación.....	10
II.- Definiciones de Autores Diversos	17
III.- Deontología-Códigos de Ética	26
Capítulo 2.- Periodismo en Hidalgo	
I.- Antecedentes	32
II.- Situación de la Prensa en Hidalgo.....	42
III.- Casos Especificos: <i>El Sol de Tulancingo y Ruta</i>	51
Capítulo 3.- Propuesta de Código	
I.- Propuesta.....	82
II.- Código de Ética para el Estado de Hidalgo.....	86
Conclusión	90
Bibliografía	100

INTRODUCCIÓN

Mucho se ha discutido y hablado sobre los límites de la libertad de expresión e información.

Profundizar y analizar en el tema de la ética periodística en México, resulta algo polémico y muy discutido por lo entreverado que se encuentra la relación prensa- poder.

En México, de acuerdo con Omar Raúl Martínez, las organizaciones periodísticas desde su nacimiento en 1872, se “arropan bajo un cariz político e ideológico, mas que de un esquema laboral y profesional”. (1)

“En las dos últimas décadas de los siglos XIX y XX surge un modelo de dádivas a los periódicos obedientes al gobierno y de persecución y supresión de la prensa opositora...ese mismo esquema de control se instaure, pero perfeccionado, a partir de los años veinte con el México Posrevolucionario y perdura hasta los años de la década de los sesenta” (2).

Fue en el año de 1975, de acuerdo con Raúl Martínez, cuando se dieron los primeros pasos en la ética periodística. La *Unión de Periodistas Democráticos* y la *Federación Latinoamericana de Periodistas*, pugnó por la necesidad de defender y velar por la integridad personal, profesional y moral de los profesionales de la prensa.

¹ Martínez Omar Raúl. “Recurso ornamental o mecanismo para la profesionalización?” *Revista Mexicana de Comunicación*. Artículo publicado en Internet: www.cem.itesm.mx

² ídem.

Solo algunos diarios nacionales ofrecieron los primeros pasos para la creación de un Código Deontológico.

Se ha documentado que desde 1992, el diario *Unomásuno* propuso la creación de un defensor del lector. Un año más tarde, el periódico *El Economista* instituyó al Ombudsman del lector y presentó un primer esbozo de un código deontológico en México. Posteriormente... *El Norte de Monterrey* y *El Nacional* --ya desaparecido--, y años después siguieron otros diarios de circulación del Distrito Federal.

Un dato revela cuál es el panorama actual del periodismo escrito: En México “existen alrededor de 400 periódicos y 200 revistas”, además de un sinfín de estaciones de radio y de televisión en los cuales laboran “alrededor de 35 mil periodistas...y solo se conocen los códigos periodísticos de los siguientes medios: *El Economista*, *El Universal*, *Novedades*, *Reforma*, *El Norte de Monterrey*; *El Imparcial* de Hermosillo, *El Informador* de Guadalajara, *La Crónica de Hoy* de México y la Revista *Proceso*”.³

Son contados los medios impresos que tienen ese compromiso ético. Pero ¿Y los demás? ¿En dónde están ubicados, en el terreno de la ética?

Los códigos de ética se han convertido en una necesidad para la línea editorial y resultan ser un instrumento de importancia en la toma de decisiones.

Al mismo tiempo, coadyuvan a crear la credibilidad periodística, de la que se tiene tanta ausencia. Sin embargo los medios impresos pasan por alto esta medida y tienden en lo general, a buscar circulación por encima de la calidad.

³ ídem.

Para el investigador Ernesto Villanueva, en países europeos como los del Este, se tienen avances importantes en materia de legislación sobre el derecho a la información y la ética periodística. “El mundo ha cambiado, pero México se ha quedado al margen en ese desarrollo jurídico y ello se explica por un modelo cerrado a experiencias de otras latitudes hasta fechas recientes. Nuestro país se ha quedado en el pasado, con un sistema jurídico que se ubica en el séptimo lugar de atrás para adelante de los 189 países del mundo. Por tanto constituye una de las asignaturas pendientes.”⁽⁴⁾

Para el director del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, José Carreño Carlón, quien fuera responsable de la comunicación social en una etapa de la Presidencia de la República en el sexenio de 1988-1994, la prensa escrita en México tiene una regulación polémica e ineficiente porque se trata de una legislación previa a la promulgación de la Constitución Política de 1917 lo que implicaría la abrogación de dicho régimen jurídico, en virtud de haber sido abrogada también su norma fundamental: la Constitución de 1857. Pero además la *Ley de Imprenta* fue emitida por el Jefe del Gobierno Constitucionalista, Venustiano Carranza, sin observar la norma de los ordenamientos jurídicos tanto de la Constitución del 1857 como de la de 1917. “Razón por la cual en el mejor de los casos, equipara dicha ley a la figura de decreto del Ejecutivo...”⁽⁵⁾.

Pero si en el país se carece de una legislación que norme las reglas en la materia, el Estado de Hidalgo no escapa a esta situación. En la entidad

⁴ Villanueva, Ernesto. Mesa redonda sobre la Ley de Información y la Ética. Entrevista en Radio Educación. Tomada de página en Internet: www.saladeprensa.org

⁵ Carreño Carlón José/ Villanueva Ernesto. Temas Fundamentales de Derecho de la Información en Iberoamérica. Ed. Fragua. 1988, p 142

abundan los “periódicos” semanarios, quincenales y mensuales, que en su mayoría tienen una línea editorial que tiende más a la obtención de recursos que a la calidad periodística.

Con en este trabajo de investigación analizaremos la situación que guardan los medios impresos en el Estado de Hidalgo con respecto a la Ética Periodística y si existe el compromiso de los impresos para con la calidad informativa, en beneficio de sus lectores.

Nos proponemos estudiar las definiciones de Ética Periodística desde la perspectiva de varios autores mexicanos reconocidos en la materia y de otros países.

También analizaremos el universo de medios impresos que existen en el Estado de Hidalgo y su propuesta de Ética Periodística --si la tienen contemplada--, y conocer bajo qué parámetros se regulan frente a la “sociedad” a la que sirven, además de examinar la violencia transmitida en los medios impresos, para finalmente plantear la posibilidad de establecer un **Código de Ética** para el Periodismo hidalguense y proponer la creación de un *Ombudsman del Lector*.

En el primer capítulo nos introduciremos de manera muy general cómo observan la *Ética Periodística* desde diversas ópticas los estudiosos en la materia así como diversas asociaciones privadas internacionales.

Más adelante nos adentraremos en la búsqueda de las diversas definiciones de distintos autores nacionales y extranjeros, y cómo los **Códigos de Ética**, fueron ganando terreno en los diarios del mundo hasta registrarse un *bomm*.

Además haremos un somero repaso al análisis comparativo que hace el investigador Ernesto Villanueva sobre diversos códigos que existen a nivel mundial.

En el apartado II, hablaremos sobre la **Deontología Periodística**, su definición y cómo la han adoptado diversos países del orbe. En este capítulo abordaremos de manera aleatoria algunos códigos de países en vías de desarrollo y del primer mundo, así como de naciones que pasaron de sistemas comunistas a socialistas o de asociaciones de periodistas de países de reciente constitución.

En el capítulo 2 estudiaremos la situación que guarda el periodismo en Hidalgo con un breve repaso histórico para contextualizar el tema, así como algunas de las publicaciones que circularon en el siglo XIX, aunque hay que destacar que no existe material suficiente disponible en las diversas fuentes consultadas.

En el apartado de la situación de la Prensa en Hidalgo, haremos un recuento de los medios que actualmente existen en el estado, la circulación que registran para a una población estimada en 2 millones 200 mil habitantes, con características de pobreza y marginación y en donde casi la mitad de los adultos son analfabetas.

Después abordaremos casos específicos: *El Sol de Tulancingo* y el Bisemanario *Ruta*. El comportamiento de estos medios frente al terreno de la Ética, cómo se explota la *nota roja* o *amarillista*, para obtener tirajes "suficientes" que les permitan comercializar el producto y cuál de éstos impresos tiene establecido el Derecho de réplica regulada en la Ley de Imprenta de 1917.

Sostenemos la hipótesis que a los editores en Hidalgo les resulta económicamente más cómodo y redituable, mantenerse al margen de la profesionalización del periodismo, que establecer compromisos con sus lectores en cuanto a la ética periodística.

Además, mientras el gobierno siga *sosteniendo* y *subsidiando* dichos impresos, persistirá el periodismo comprometido con los **intereses del poder** y no con los intereses a quienes se deben, que son finalmente los lectores.

Por último presentaremos la conclusión de esta pequeña investigación, a manera de ensayo, como una aportación para el periodismo en el Estado de Hidalgo.

Con ello propondremos establecer un mecanismo de autorregulación que permita contar con un compromiso deontológico periodístico en beneficio de la población y/o universo de lectores al que sirven o llegan.

Capítulo 1.- La Ética en el Periodismo

I.- Presentación

El periodismo es una forma de comunicación por medio de la cual se dan a conocer hechos de interés público, que mantienen a los individuos al tanto de lo que ocurre en su entorno social.

Sus características fundamentales son: objetividad, veracidad, periodicidad e imparcialidad. Sin embargo pierde su esencia y se deforma cuando se tergiversa su función.

Es decir, la información se manipula o se escamotea, conforme a los intereses particulares de cada empresa periodística.

En México la libertad de prensa esta prevista en los artículos 6° y 7° de la Constitución Política, pero cuenta con una regulación: La Ley de Imprenta, situación que ha propiciado confusión, exceso y en ocasiones hasta libertinaje todo bajo al amparo de estos preceptos constitucionales.

El periodismo, dicen los reporteros Vicente Leñero y Carlos Marín, es intrínsecamente parcial. "Cada texto periodístico entraña una carga subjetiva, política, originada en la formación de cada periodista y en el interés económico, político, ideológica de cada empresa periodística". (6)

Huelga decir que los medios de comunicación (prensa, radio y televisión), obedecen a esquemas mercantiles y de grupos de poder económico y político, que están por encima de los periodísticos.

6 Leñero, Vicente y Marín, Carlos. *Manual de Periodismo*. Ed. Grijalbo. 1986. p 18

Por ello hablar de la ética periodística es tocar sensibles filamentos de los intrincados intereses económicos con las casas editoriales.

Para los directores de los programas de Ética del Instituto Poynter de Florida y de la Universidad de Florida, Robert Steele y Jay Black, respectivamente, el tema más popular en los códigos periodísticos es el conflicto de intereses, que incluye cuestiones desde aceptar regalos y viajes pagados con fondos públicos hasta involucrarse en la política y la actividad comunitaria.

En un análisis que realizaron a cerca de 33 códigos de periódicos afiliados a la *American Society of Newspaper Editors*, establecen que dichos documentos “tratan de temas relacionados con las fuentes de información y asuntos de manipulación de fotografías. Un número menor se ocupa de las correcciones y el plagio. En muchos de los códigos no se mencionan ni se discuten las normas sobre la vida privada, el engaño, la identificación de sospechosos juveniles y el estereotipar racialmente a las personas. Menos de uno de cada cinco códigos aborda el tema de las tensiones que existen entre los departamentos de redacción y de publicidad... Muchos códigos ignoran el tema de la aplicación de las normas”.⁽⁷⁾

Pero ante un mundo cada vez más interdependiente e interrelacionado (globalizado), los diarios impresos no pueden ya, ni deben, escapar a su compromiso de autorregularse a través de una conducta ética. La misma competencia de mercado los ha orillado a cierta regulación, porque además se saben vigilados no solo en el ámbito de su influencia sino en otras esferas, incluso alguna de nivel exterior.

⁷ Steele, Robert y Jay Blake Jay. *Código de Ética de los Medios de Información*. Internet: <http://usinfo.state.gov/journals>

Y en ese sentido, los más obligados en primera instancia, son los editores, reporteros, columnistas, editoriales, caricaturistas y publicistas, además del resto de personal que participa en la elaboración de un diario.

Los diarios deben ganar la credibilidad de sus lectores, incrementar la confianza de los ciudadanos y gozar del respeto entre los grupos sociales, solo a través de conductas transparentes que no den cabida a dudas de ningún tipo.

Para ello, es impostergable para las empresas periodísticas, reorientar la conducta profesional con el afán de promover el profesionalismo, la integridad y la independencia del medio.

Actualmente los medios de comunicación en México, principalmente la prensa escrita, cuentan con cierto grado de *libertad* para escudriñar el ejercicio de la función pública en los tres niveles de gobierno y de los poderes que conforman al Estado: Ejecutivo, Legislativo y Judicial y desde los géneros periodísticos (informativos, de opinión e interpretativos, etc.).

Hoy por hoy, existe además cierta crítica abierta y sin *cortapisas* hacia otros sectores sociales, que en otras épocas fueron vedados para la prensa en general, pero no eran reglas escritas: La Iglesia, El Ejército (altos mandos), Los ministros de la Corte y la familia del presidente de la República en turno.

No debemos negar que esta "libertad" tiene su esencia en el proceso de apertura democrática que vive el país, de la que los medios contribuyeron, y de mayores libertades conquistados en los últimos años.

¿Pero hasta dónde este cambio en las reglas no escritas de la prensa ha sido propiciado por las condiciones de un mercado periodístico vorazmente

mercantil o bajo el precepto de una verdadera necesidad de buscar el profesionalismo periodístico?

No es secreto que los periódicos hasta hace unos cuantos años, tenían una marcada dependencia económica de los recursos públicos, ya sea a través de la publicidad oficial o mediante arreglos poco claros pero por todos conocidos: los embutes.

Ahora, esta práctica ha desaparecido, más no ha sido erradicada, pero paulatinamente y de manera más acentuada a partir de la llegada del *gobierno del cambio*. Sin embargo, la autorregulación, el privilegio por la ética periodística y la transparencia en el reparto equitativo de la publicidad oficial, se mantienen en la mesa de discusión.

“No existe un sistema legal de ayudas del Estado a la prensa, aunque existen algunas normas que regulan en forma implícita algunos aspectos. En efecto la base legal sobre la publicidad gubernamental reside en los *Lineamientos para la aplicación de los recursos federales destinados a la publicidad y difusión y en general a la comunicación social*, emitido el 22 de diciembre de 1992 por la Secretarías de Gobernación, de Hacienda y Crédito Público y de la Contraloría...”, dice José Carreño Carlón y Ernesto Villanueva ⁽⁸⁾, el primero uno de los principales operadores de la prensa en México durante la administración salinista.

Para Ernest C. Hynds, las responsabilidades de un periódico varían con el tamaño, frecuencia de la publicación y lectores. El autor identifica, cuatro factores de coincidencia que son aplicables lo mismo que a un diario

⁸ Carreño Carlón, José y Villanueva Ernesto. *Temas fundamentales de Derecho de la Información en Iberoamérica*. Ed. Fragua. 1998. p 150.

metropolitano que a un semanario provinciano o que a un periódico universitario.

“Los periódicos deben ir a la cabeza en la búsqueda de la verdad... tienen la responsabilidad de ayudar a que funcione la democracia... tienen la responsabilidad de ayudar a los individuos y a las comunidades a adaptarse a los cambios y a mejorarse... y han de procurarse en todo tiempo, ser precisos, verídicos, justos, decentes y sinceros”.⁽⁹⁾

Muchos autores han tratado de definir *Los Códigos de Ética Periodística*. Sin embargo no es una norma universal a seguir entre los editores tanto nacionales como del exterior y por supuesto, existen variaciones de acuerdo a los intereses particulares de cada empresa.

Pero entonces, ¿cuáles son las reglas que un periódico debe observar para crear una prensa “más poderosa y limpia”?, se preguntan Julián Harris y Jonson Stanley.

“Cada periódico tiene su *código de ética*, sea escrito o no. Los códigos varían desde el ultraconservador hasta el extremo sensacionalismo (llamados vulgarmente *periodismo amarillo*)”, ⁽¹⁰⁾.

Ambos autores establecen una serie de “normas” que un periódico debe realizar: “informar no tratar de hacer “noticias”; presentar la verdad; no entrometerse en la vida privada de una persona; jugar limpio; conservar la confianza de sus fuentes de información; no suprimir las noticias que deben ofrecerse al público; no vender sus columnas informativas por dinero o

⁹ Hynds C., Ernest. *Periodismo Norteamericano de Hoy*. Editores Asociados S.A. 1977. pp. 34, 35, 36 y 42

¹⁰ Jhonson Stanley y Harris Johan. *El Reportero Profesional*. Ed. Trillas. 1980. p 130

atenciones; servir a toda la sociedad y no solo a una clase; evitar la política en sus columnas informativas; luchar contra el crimen y no estimularlo; respetar y ayudar a la ley y a los tribunales; exaltar el prestigio de su comunidad; no injuriar a los parientes o amigos de una persona descarriada; reconocer el divorcio como un lamentable problema social; el suicidio también como un lamentable problema social; no desatar ataques contra los periódicos competidores; no ridiculizar al demente; respetar la creencias religiosas, de nacionalidad y de razas; mostrarse dispuesto a corregir errores que haya aparecido en sus columnas; y recordar que el periódico es leído por varios grupos sociales y se debe cuidar que la información, las ilustraciones y los anuncios no ejerzan mala influencia en sus lectores". (11)

Para Edmundo González Llaca, las instituciones de mayor influencia en el individuo son la familia, la iglesia, la escuela y los medios de comunicación. Conforme a este autor, la familia, la iglesia y la educación han perdido presencia y disminuido su influencia como generadoras de opinión pública en las sociedades urbanas, por las repercusiones de los avances tecnológicos.

En cambio, señala González Llaca, la educación política ha sido confiada a los medios de comunicación. "Al intercambio de noticias de boca en boca, como se formaba originalmente la opinión, se ha agregado desde 1830, la información periodística...la del cine, la de la radio y la de la televisión...es la noticia la chispa que hace surgir la opinión, por lo que el informador representa la fuerza que pone en contacto al público con los hechos". (12)

¹¹ Ibid. Pp 131 y 132

¹² González Llaca, Edmundo. *La Opinión Pública. Bases preliminares para el estudio de la Propaganda Política*. Ed. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM. 1977. p 56

El mismo González Llaca estipula que la mayor parte de los periódicos en México pertenecen a intereses privados y están sometidos a las leyes de comercio de ahí que los dueños de los medios de producción material son también los dueños de los medios de producción espiritual.

Y recoge una expresión de Jhon Swinton con motivo de un banquete de periodistas neoyorquinos en 1985, quien respondió el brindis en honor a la prensa “independiente”.

“No existe en Norteamérica nada que se parezca a una prensa independiente, ni siquiera en las ciudades de provincia...Somos no más que instrumentos y vasallos de personas ricas que están entre bastidores. No somos más que marionetas. Ellos tiran el cordón y nosotros bailamos”. (13)

De todo ello cabe preguntarse que tan necesarios resultan los Códigos de Ética para los periodistas, si pueden ser vulnerados por los dueños de los medios de comunicación, por las leyes mercantiles (de la oferta y la demanda) o por los intereses *oscuros* de las empresas privadas dueñas de esos mismos medios. Será necesario entonces ponderar la necesidad de establecer Códigos de Ética para los empresarios periodísticos.

¹³ Ibid. P. 56

1. II. Definiciones de Autores Diversos

De acuerdo con el Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia, la palabra **código** proviene del latín *codicus*, derivado de la palabra *codicilo*, que a su vez procede del latín *codicillos* del diminutivo *codex* ⁽¹⁴⁾. Aunque esta palabra tiene varias acepciones, para el tema que nos ocupa ubicamos la siguiente definición: “Conjunto de reglas o preceptos sobre cualquier materia”. ⁽¹⁵⁾

La palabra ética deriva del latín *ethica* y significa “parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones” ⁽¹⁶⁾. Otro diccionario la define así: “disciplina filosófica que tiene por objeto los juicios de valor cuando se aplican a la distinción entre el bien y el mal” ⁽¹⁷⁾.

Conforme a dichas concepciones, podemos definir al **Código de Ética** como el conjunto de reglas y preceptos que tratan de la moral de los individuos para determinada actividad humana, en este caso, el periodismo. Pero por ser un conjunto de normas, no tiene carácter de obligatoriedad, es decir no son preceptos dictados por autoridad alguna ni muchos menos constituyen prohibición alguna. De ahí que quede a juicio de cada empresa de comunicación o de cada periodista, la observancia del Código de Ética y su cumplimiento.

¹⁴ *Diccionario de la Lengua Española*. Real Academia Española. Vigésima Primera Edición. Editorial Espasa-Calpe. 1992. p 352

¹⁵ *Ibid.* p 352 F. 9

¹⁶ *Ibid.* P 652

¹⁷ *Diccionario BookShelf en Español de Microsoft*. Ed. Bibliograg, S.A. Diccionario para computadora.

De acuerdo al investigador Oscar Raúl Martínez, desde su nacimiento en 1872, las organizaciones periodísticas, se “arropan bajo un cariz político e ideológico más que de un esquema laboral y profesional” (18).

Desde entonces se viene discutiendo el cómo reglamentar el ejercicio periodístico. El 9 de abril de 1917, el entonces presidente Venustiano Carranza expidió la Ley de Imprenta, que es la ley reglamentaria a los artículos 6º y 7º Constitucional. Pero ha sido cuestionada su legalidad, porque fue expedida previamente a la entrada en vigor de la Constitución de Febrero de 1917. Sin embargo, nos guste o no, es la que está vigente.

Se ha dicho que esta *ley* carece de eficiencia porque fue expedida como decreto del Ejecutivo y no como norma jurídica de una ley reglamentaria. Aunado a ello, las empresas periodísticas se han regido más por el derecho mercantil que por la Ley de Imprenta.

De ahí que exista una discusión por reglamentar a la prensa, que en ciertas épocas tuvo como fin el control de los medios de comunicación, prensa especialmente, y no el objetivo de una norma jurídica, que es el de regular cualquier actividad humana.

Pero como todos los intentos que se dieron por limitar la libertad de expresión en México fracasaron, entonces se comenzó a hablar de la autorregulación.

En Estados Unidos, en cambio, la primera enmienda a la Constitución protegió la libertad de expresión contra cualquier ley que tratara de limitarla.

¹⁸ Martínez Omar Raúl. “¿Recurso ornamental o mecanismo para la profesionalización?” *Revista Mexicana de Comunicación*. Artículo publicado en Internet: www.cem.itesm.mx

En ese entonces, la *American Society of Newspaper Editors* hizo manifiesta una *Exposición de Principios* ⁽¹⁹⁾, como norma promotora en la búsqueda por elevar el nivel no solo de conocimientos sino de obligación para los periodistas en el terreno ético y profesional. Dicha Exposición contiene VI principios, a saber: I.- Responsabilidad, II.- Libertad de Prensa, III.- Independencia, IV.- Verdad y Precisión, V.- Imparcialidad y VI.- *Fair Play* ⁽²⁰⁾.

Con estos principios, dice el autor, “intentaron preservar, proteger y consolidar el lazo de confianza y respeto entre los periodistas americanos y el pueblo americano, esencial para mantener el otorgamiento de libertad confiado a ambos por los fundadores de la nación” ⁽²¹⁾.

Para la década de los 70, los principales diarios a nivel mundial, principalmente los estadounidenses, instituían ya los Códigos de Ética Periodísticos como una *norma de calidad* y con ello se inicia así, una escalada de *manifestos, decálogos* o *códigos* para el *buen comportamiento* de la prensa norteamericana.

En 1983 la propia ONU, a través de la UNESCO, hizo público un **Código Internacional de Ética Periodística** ⁽²²⁾ que contiene 10 puntos:

¹⁹ Villanueva Ernesto. *Deontología Informativa. Códigos Deontológicos de la Prensa Escrita en el Mundo*. Universidad Iberoamericana. 1999. p. 168.

²⁰ *Ibid.* p 169. “Los periodistas deberán respetar los derechos de las personas implicadas en la información, observar las reglas comunicas de la decencia y sentirse responsables frente al público de la imparcialidad y precisión de sus informaciones. A las personas acusadas públicamente, se les deberá dar, lo antes posible, la oportunidad de replicar. Las promesas de confidencialidad hechas a las fuentes de información se deben cumplir cueste lo que cueste. En consecuencia tales garantías no deben darse a la ligera. Al menos que haya una clara y urgente necesidad de mantener la confidencialidad, las fuentes de información deberán ser claramente identificadas”.

²¹ *Ibid.* p 169

²² Texto publicado el 20 de noviembre de 1983. Tomado de la página de Internet: www.fundacionbuendia.org.mx

1. El derecho del pueblo a una información verídica. El pueblo y las personas tienen el derecho a recibir una imagen objetiva de la realidad por medio de una información precisa y completa, y de expresarse libremente a través de los diversos medios de difusión de la cultura y la comunicación.

2. Adhesión del periodista a la realidad objetiva. La tarea primordial del periodista es proporcionar una información verídica y auténtica con la adhesión honesta a la realidad objetiva, situando conscientemente los hechos en su contexto adecuado, manifestando sus relaciones esenciales -sin que ello entrañe distorsiones-, y empleando toda la capacidad creativa del profesional a fin de que el público reciba un material apropiado que le permita formarse una imagen precisa y coherente del mundo, donde el origen, naturaleza y esencia de los acontecimientos, procesos y situaciones sean comprendidos de la manera más objetiva posible.

3. La responsabilidad social del periodista. En el periodismo, la información se comprende como un bien social y no como un simple producto. Esto significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida. El periodista es, por tanto, responsable no sólo frente a los que dominan los medios de comunicación, sino, en último análisis, frente al gran público, tomando en cuenta la diversidad de los intereses sociales. La responsabilidad social del periodista implica que éste actúe en todas las circunstancias en conformidad con su propia conciencia ética.

4. La integridad profesional del periodista. El papel social del periodista exige que la profesión mantenga un alto nivel de integridad. Esto incluye el derecho del periodista a abstenerse de trabajar en contra de sus convicciones o de revelar sus fuentes de información, y también el derecho de participar en la toma de decisiones en los medios de comunicación en que emplea. La integridad de la profesión prohíbe al periodista el aceptar cualquier forma de remuneración ilícita, directa o indirecta, y el promover intereses privados contrarios al bien común. El respeto a la propiedad intelectual, sobre todo absteniéndose de practicar el plagio, pertenece, por lo mismo, al comportamiento ético del periodista.

5. Acceso y participación del público. El carácter de la profesión exige, por otra parte, que el periodista favorezca el acceso del público a la información y la participación del público en los "medios", lo cual incluye la obligación de la corrección o la rectificación y el derecho de respuesta.

6. Respeto de la vida privada y de la dignidad del hombre. El respeto del derecho de las personas a la vida privada y a la dignidad humana -en conformidad con las disposiciones del derecho internacional y nacional que conciernen a la protección de los derechos y a la reputación del otro-, así como las leyes sobre la difamación, la calumnia, la injuria y la insinuación maliciosa, son parte integrante de las normas profesionales del periodista.

7. Respeto del interés público. Por lo mismo, las normas profesionales del periodista prescriben el respeto total de la comunidad nacional, de sus instituciones democráticas y de la moral pública.

8. Respeto de los valores universales y la diversidad de las culturas. El verdadero periodista defiende los valores universales del humanismo, en particular la paz, la democracia, los derechos del hombre, el progreso social y la liberación nacional; y respeta el carácter distintivo, el valor y la dignidad de cada cultura, así como el derecho de cada pueblo a escoger libremente y desarrollar sus sistemas político, social, económico o cultural. El periodista participa también activamente en las transformaciones sociales orientadas hacia una mejora democrática de la

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

sociedad y contribuye, por el diálogo, a establecer un clima de confianza en las relaciones internacionales, de manera que favorezca en todo, la paz y la justicia, la distensión, el desarme y el desarrollo nacional. Incumbe al periodista, por ética profesional, el conocer las disposiciones existentes sobre ese tema y que están contenidas en las convenciones internacionales, declaraciones y resoluciones.

9. La eliminación de la guerra y otras grandes plagas a las que la humanidad confronta. El compromiso ético por los valores universales del humanismo previene al periodista contra toda forma de apología o de incitación favorable a las guerras de agresión y la carrera armamentista, especialmente con armas nucleares, y a todas las otras formas de violencia, de odio o de discriminación, en particular el racismo y el *apartheid*, y le incita a resistir a la opresión de los regímenes tiránicos, a extirpar el colonialismo y el neocolonialismo, así como a las otras grandes plagas que afligen a la humanidad, tales como la miseria, la desnutrición o la enfermedad. Así, el periodista puede contribuir a eliminar la ignorancia y la incompreensión entre los pueblos, a hacer los ciudadanos de un país sensibles frente las necesidades y deseos de los otros, a asegurar el respeto de los derechos y de la dignidad de todas las naciones, de todos los pueblos y de todos los individuos, sin distinción de raza, sexo, lengua, nacionalidad, religión o convicciones filosóficas.

10. Promoción de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación. En el mundo contemporáneo, el periodista busca el establecimiento de nuevas relaciones internacionales en general y de un nuevo orden de la información en particular. Ese nuevo orden, concebido como parte integrante del nuevo orden económico internacional, se dirige hacia la descolonización y la democratización en el campo de la información y de la comunicación, tanto en los planos nacional como internacional, sobre la base de la coexistencia pacífica entre los pueblos, en el respeto pleno de su identidad cultural. El periodista tiene el deber particular de promover tal democratización de las relaciones internacionales en el campo de la información, notablemente salvaguardando y animando las relaciones pacíficas y amistosas entre los pueblos y los Estados.

Los Códigos de Ética periodísticos, de acuerdo a la *American Society of Newspaper Editors*, son elementos que coadyuvan con el personal de las salas de redacción a tomar decisiones acertadas, pero sobre todo a crear credibilidad periodística.

Del análisis realizado por la Sociedad Norteamericana de Redactores de Periódicos, a 33 códigos de ética, hecho por Robert Steele y Jay Blake, se establece que el tema más popular de los códigos es el conflicto de intereses (23).

²³ Internet: <http://usinfo.state.gov/journals>

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Steele y Black concluyen que la solución de los dilemas éticos radica mucho más en el acatamiento a un libro de reglamentos y a la voz de los supervisores, que a razonamientos críticos y protocolos efectivos para la toma de decisiones. Pero además establecen que en la realidad “la obediencia ciega a las reglas codificadas está más o menos a la par de la obediencia ciega a la autoridad o la tradición que no se cuestiona”. Y advierten que “Los códigos no son el remedio para todos los dilemas éticos en las noticias ni en ningún otro negocio, tampoco son la solución de las crisis de credibilidad”.

En los países Europeos se tuvo la preocupación por dotar a los periodistas de un conjunto de normas que sirvan de guía práctica para ejercer el periodismo de cara a la sociedad civil. Ernesto Villanueva hizo un análisis comparativo de dichos Códigos y encontró dos rasgos distintivos. “Por un lado, un acuerdo en lo fundamental, en las conductas mínimas objeto de reconocimiento y sanción, circunstancia que sin validar plenamente el aserto de criterios universales de conducta periodística, permiten hablar de una deontología periodística internacional, y, por otro, peculiaridades propias que se explican a partir de los tiempos y circunstancias que singularizan a cada uno de los países europeos ⁽²⁴⁾).

De los primeros países de Europa que establecieron los Códigos de Ética, están Francia (1938), Suiza (1972) y Grecia (1978). Y los más recientes, que los adoptaron o reformaron son: Suecia, Irlanda, Rusia, Noruega, Alemania y Bulgaria en 1994.

²⁴ Villanueva, Ernesto. Códigos europeos de ética periodística. Un análisis comparativo. Tomado de Internet: www.fundacionbuendia.org.mx

En México, de acuerdo con el periodista Raúl Martínez, fue hasta el año de 1975 cuando se dieron los primeros pasos en la Ética Periodística a través de Unión de Periodistas Democráticos y la Federación Latinoamericana de Periodistas. Sin embargo, tuvieron que pasar 17 años para que los rotativos mexicanos hicieran público sus compromisos éticos. En 1992, el diario *Unomásuno* crea un defensor del lector. Un año más tarde periódico *El Economista* instituyó el Ombudsman del lector y presentó un primer esbozo de un código” (25).

Para el autor los vericuetos éticos de la información en nuestro país, no sólo han significado una asignatura incipiente, sino además soslayada e insuficiente. Otro periodista reconocido, Carlos Ramírez, deja entrever que los medios del otro lado de la frontera han sido una influencia para adoptar nuevas conductas de profesionalización en el periodismo mexicano y en ello tuvo mucho que ver, dice, el modelo de neoliberalismo al que se encuentra embarcado el país desde 1985.

Para el investigador Luis Vázquez, los periódicos para convertirse en líderes de una comunidad, deben ganar la credibilidad de los lectores, incrementar la confianza de los ciudadanos y gozar del respeto de los grupos sociales. El periódico necesita tener en los empleados de redacción y publicidad – argumenta--, a sus más extraordinarios aliados. Por ello, recomienda adoptar un código que reoriente la conducta profesional con el afán de promover el profesionalismo, la integridad y la independencia del medio. Pero deja esta aseveración: Es honesto y responsable... quien desea. De igual manera es

²⁵ Martínez Omar Raúl. “¿Recurso ornamental o mecanismo para la profesionalización?” *Revista Mexicana de comunicación*. Artículo publicado en Internet: www.cem.itesm.mx

corrupto quien así lo decide, a pesar de que tenga a la mano decenas de códigos éticos y mandamientos religiosos en la vida familiar ⁽²⁶⁾.

Por su parte, la Federación Latinoamericana de Periodistas, la Felap, publicó el 24 de julio de 1979, en Caracas, Venezuela, su Código de Ética, mismo que fue mal visto por la *Revista Latinoamericana de Comunicación* de Quito, Perú, que lo retiró de su edición numero 10, dedicado a los Códigos de Ética de Los Periodistas, en agosto de 1990, quizás por el enfrentamiento directo que establece dicha normativa entre los periodistas y los dueños de comunicación.

“El periodista, en su condición de intermediario profesional, es factor importante del proceso informativo y su ética profesional estará orientada al desempeño correcto de su oficio, así como a contribuir a eliminar o reducir las actuales deformaciones de las funciones sociales informativas. Ello se hace imprescindible porque en la región los empresarios de la noticia usurpan nuestro nombre autodenominándose ‘periodistas’ y aplican una pseudo ética rigida por los preceptos del provecho comercial” ⁽²⁷⁾.

Roberto Eisenmann Jr., Director del Diario de La Prensa de Panamá describe cómo enfrentó en una ocasión la Ética Periodística. Señala que los rotativos en su gran mayoría dependen de la publicidad. Ante esta realidad, la ética se fundamenta en lograr hacer una clara separación entre publicidad y línea editorial. “Es muy fácil describir en un Código de Ética la separación descrita. Lo difícil, lo que requiere integridad, convicción y firmeza, es

²⁶ Vázquez, Luis. “Trazos para un código de ética periodística”. Tomado de Internet: www.cem.itesm.mx

²⁷ Declaración de la Felap. Código Latinoamericano de Ética Periodística. Tomado de Internet: www.autor.org.br/debate/eticafelap.htm

mantener el principio frente a las presiones diarias. Esto, porque los directores de instituciones públicas o empresas privadas siempre, pero siempre, amenazan con cortar la publicidad en el medio si consideran que una posición editorial es adversa a sus intereses comerciales o políticos. En ese momento, si el director del medio flaquea en lo más mínimo, la declaración ética de separación de la publicidad de lo editorial se convierte en letra muerta, y el medio se corrompe para siempre” (28).

Relata cómo afrontó el primer acto de presión que provino de un presidente de una de las empresas más poderosas y de mayor presupuesto publicitario en Panamá y, además, amigo personal. “O se retractan o corto toda la publicidad”, los amenazó. “Eran momentos que se iniciaba La Prensa. Como todo medio estábamos mal económicamente; necesitábamos su publicidad, y él lo sabía. Lo lógico, desde su perspectiva, era que yo flaqueara, que me quebrara. Tragué duro y contesté: ‘tu publicidad es importante, pero es un servicio. No estás comprando ni comprarás jamás la línea editorial. Si no entiendes que el país necesita un medio independiente de verdad, entonces corta la publicidad’... y cumplió su amenaza, pero meses después se excusó y volvió a publicitarse (29).

²⁸ Eisenmann Roberto. “Ensayo sobre *Ética y corrupción en el periodismo*”. Feb del 2002. Tomado de la página de Internet del Periódico La Prensa: www.mensual.prensa.com

²⁹ Ídem.

1.- III.- Deontología-Códigos de Ética

La palabra Deontología proviene del griego *deon*, *deontos*, que significa deber. *Logía*, que se define como estudio. Entonces se puede entender que Deontología significa la ciencia o tratados de los deberes.

De acuerdo con el investigador Ernesto Villanueva, el concepto de deontología fue acuñado por Jeremías Bentham en su obra Deontología o ciencia de la moral. (30)

En este sentido, la deontología se aplica al terreno de lo moral y no implica una norma legal. Es decir, es un espacio –define Villanueva--, de la “libertad del hombre solo sujeto a la responsabilidad que le impone su conciencia”.

Para el filósofo alemán Immanuel Kant, de acuerdo a Jesús González Bedolla, “el sentido correcto y estricto de la deontología se identifica en virtud de que la noción del deber moral es en torno a la cual gira su ética y no el utilitarismo”. (31)

Ernesto Villanueva explica que mientras para Bentham deontología se entiende a partir de sus fines (“el mayor bienestar posible”), para Kant es en si misma una ciencia de los deberes o imperativos categóricos en los que no importa los fines, sino la intencionalidad del acto.

Conforme a esos dos conceptos filosóficos, Villanueva extrae una coincidencia fundamental entre ambos: *la deontología entraña el ejercicio de la libertad individual con apego a la razón, supone un parámetro de referencia para medir el grado de eticidad en el ejercicio profesional y*

³⁰ Villanueva Ernesto. *Códigos Deontológicos de Medios de Información*. Universidad Iberoamericana. p 19.

³¹ González Bedoya, Jesús. *Manual de deontología informativa*. Alambra. Madrid. 1987. p 8

representa un instrumento parra alcanzar un fundamento humanístico en la tarea de informar. (32)

El mismo Villanueva advierte sobre la premisa social de que los códigos deontológicos son innecesarios, pues los valores primordiales de la sociedad están a salvo, en virtud de estar protegidos. Esto, dice, debe calificarse como erróneo porque confunde los fines y propósitos de dichas normas.

"Si bien es cierto que entre la ética y el derecho existen algunos puntos en común, también lo es que hay claras diferencias entre una y otro. Las coincidencias más importante entre la ética y el derecho reside en que ambos sistemas estás formados a partir de enunciados normativos; es decir, de reglas de conducta o imperativos hipotéticos. Por el contrario entre las principales diferencias se encuentran: a) Las normas éticas son autónomas, mientras las normas jurídicas son creadas por un sujeto distinto al que van dirigidas; b) Las normas éticas son imperativas, es decir, establecen obligaciones para el sujeto que las creó, mientras las normas jurídicas son imperativo-atributivas en la medida en que estatuyen obligaciones y confieren derechos al sujeto de derecho; c) Las normas éticas son voluntarias, pues su cumplimiento tiene como premisa el convencimiento personal, mientras las normas jurídicas poseen la coercibilidad como sanción a la conducta contraria a la establecida como debida; d) Las normas éticas son particulares, pues van dirigidas únicamente a quienes integran el gremio periodístico, mientras las normas jurídicas tienen la característica de la generalidad, es decir, van dirigidas a todas las personas sujetas al sistema normativo; y e) las normas éticas tienen como propósito la dignificación y el reconocimiento social, mientras las normas jurídicas tienen como finalidad última asegurar las condiciones mínimas para la coexistencia pacífica de los hombres en una sociedad. (33)

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Es decir, que los códigos deontológicos en el periodismo son un compromiso moral, no obligatorio, para el gremio que las expide y adopta, y buscan en concreto, elevar la calidad en el ejercicio profesional, comprometerse a delimitar fronteras en el desarrollo periodístico en la búsqueda de una información veraz, imparcial y garantizar el derecho que tienen los ciudadanos en la vida privada, el honor y el de réplica, entre otros.

Hay sin embargo distintos Códigos Deontológico que están sujetos a los sistemas políticos donde operan y que pudieran constituir normas de

³² Aznar, Hugo y Villanueva, Ernesto. Deontología y Autorregulación Informativa. Ensayos desde una perspectiva comparada. Fundación Manuel Buendía. 2000. p 17

³³ Ibid. P 18 y 19

adoctrinamiento. Por ejemplo, el Código de Ética de los Periodistas Cubanos establece como premisa fundamental de los 16 puntos que contiene, “cumplir a cabalidad con los principios de la Constitución de la República y sus respectivas leyes”, además de contribuir a través del ejercicio profesional “al cumplimiento de los acuerdos y resoluciones de los Congresos del Partido por medio de la difusión de estos de una forma sistemática y planificada”. (34)

Llama la atención, por ejemplo, el Código de Ética de Croacia, país relativamente joven, que en sus principios generales establece el derecho a la información, a la libertad de expresión y de crítica, “como uno de los derechos fundamentales de todo ser humano, sin consideración de sexo, raza, nacionalidad, filiación política y religiosa... los periodistas están obligados a defender los derechos humanos, la dignidad y la libertad, el respeto al pluralismo de ideas y actitudes y a contribuir a fortalecer el Estado de Derecho... y a participar en el control de la actividad de autoridades y políticos” (35)

Otro Código de Ética que es digno de comentario, es el adoptado por el Consejo Alemán de Prensa y que fue reformado en el año de 1994. Destacan sus 16 puntos con “directrices” cada articulado y que establecen reglas para el manejo de la información en determinados momentos, pero sobre todo en su declaración de principios, señala que “los empresarios de la información, editores y periodistas en el cumplimiento de su profesión deben estar constantemente vigilantes de su responsabilidad hacia el público en general y hacia su deber de preservar el prestigio de la prensa... Estos principios

³⁴ Aprobado por la Unión de Periodistas de Cuba.

³⁵ Adoptado por la XXXIII Asamblea de la Asociación de Periodistas Croatas en febrero 27 de 1993.

están destinados a preservar la ética profesional y no constituyen base de responsabilidad legal”.

En cambio, el Código adoptado por la Asociación Canadiense de Periódicos Diarios en 1977, establece como preámbulo, que “un periódico es una fuente vital de información y una empresa privada de negocios con responsabilidades hacia la comunidad que sirve”. En su contenido delimita conceptos sobre Libertad de Prensa, Independencia, Exactitud y Justicia, Responsabilidad con la comunidad y Respeto. Sobresale el penúltimo de éstos que establece a un periódico con responsabilidad con sus lectores, “pero ante todo se debe al interés público y su responsabilidad fundamental es a la sociedad a la que sirve... El Periódico juega varios roles: **como perro guardián ante el mal y el error, como abogado del bien común y como líder de opinión para su comunidad...**”

El Código adoptado por la Sociedad de Periodistas Profesionales de Los Estados Unidos, en 1996, señala en su preámbulo que “la cultura pública es la precursión (sic) de la justicia y la fundación de la democracia. El deber de los periodistas es perseguir esos fines a través de la búsqueda de la verdad y proveyendo una explicación justa y comprensiva de eventos y sujetos”.

En cambio el Código de la Unión de Periodistas de Finlandia de 1992, en la parte introductoria, dice que “la base de una buena práctica periodística reside en el derecho del ciudadano a una correcta y esencial información mediante la cual pueda formar una imagen realidad del mundo y de la sociedad que los rodea. La ética profesional de un periodista implica el respeto de los valores humanos básicos como los derechos humanos, la democracia, la paz y el **entendimiento internacional**”.

En Francia, en cambio, el Sindicato Nacional de Periodistas Franceses en 1938 reformó su código que denominaron Carta de los Deberes Profesionales de los Periodistas Franceses, precisa que un periodista digno de este nombre es aquel “que toma la responsabilidad de todos sus escritos, incluso los anónimos”, que “considera la calumnia, la difamación y las acusaciones sin pruebas, la alteración de los documentos, la deformación de los hechos y la mentira, como las más grandes faltas profesionales”.

Otro Código que llama la atención es el adoptado por el Consejo de Editores de Periódicos de Pakistán en 1997 y que prohíbe en cualquier forma de publicación (reportaje, editorial, artículo, fotografía o anuncio), “la inmoralidad u obscenidad; expresiones vulgares y derogatorias contra individuos, instituciones o grupos; alegatos conocidos como falsos; despertar pasiones y prejuicios sectarios y el odio social; glamorización (sic) del crimen y del vicio; incitación a la violencia”. Pero además se pide abstención de publicar cualquier cosa derogatoria de la religión o que pueda herir sentimientos religiosos “o publicar cualquier cosa que pueda acarrear odio o desprecio a quienes dirigen cualquier país amigo” y explícitamente prohíbe “publicar noticias o comentarios, fotografías o anuncios que puedan minar la seguridad del Estado o la solidaridad nacional y su ideología”. Pero paradójicamente, en su artículo 2 señala que “Editores y periodistas deben estar libres de obligación frente a cualquier otro interés que no sea el derecho del público a saber la verdad”.

Otro Código interesante es el adoptado por el Congreso de la Federación Rusa de Periodistas, en junio de 1994, y que establece que todo periodista ruso debe observar las leyes de su país “pero cuando se trata de su deber

profesional solo reconoce la jurisdicción de sus colegas y rechaza cualquier atentado o presión o interferencia de parte del gobierno o de quien sea”.

Finalmente el Código de la Asociación Suiza de Prensa, que fue adoptado en 1972, establece como preámbulo que el “derecho a la información, al igual que a la libertad de expresión y a la crítica, es uno de los derechos fundamentales. Del derecho del público a conocer los hechos y las opiniones proviene el conjunto de deberes y derechos de los periodistas. La responsabilidad de los periodistas hacia el público tiene prioridad sobre cualquier otra responsabilidad... En el ejercicio de sus tareas informativas, los periodistas por sí mismos y en forma libre y espontánea, adoptan las reglas necesarias para el cumplimiento de su misión de informar... Pero estos deberes solo podrían ser plenamente observados si están dadas las necesarias precondiciones para la independencia y la dignidad de la profesión periodística”.

Como podemos observar, de acuerdo al grado de desarrollo democrático de cada país, es como los Códigos Deontológicos Periodísticos se establecen conforme a su idiosincrasia. Todos de manera muy general, observan las reglas de conducta del comportamiento moral y ético del periodista en cuanto a la veracidad. Pero algunos de ellos, como el de los periodistas de Suiza o de Alemania establecen como derecho fundamental, el derecho a la información.

Capítulo 2.- Periodismo en Hidalgo

2.- I.- Antecedentes

Restaurada la República, el presidente Benito Juárez promulga el 16 de Enero de 1869 el decreto para crear un nuevo Estado de la Federación con el nombre de Hidalgo y cuya porción territorial fue formada por los Distritos de Actopan, Apan, Huejutla, Huichapan, Pachuca, Tula, Tulancingo, Ixmiquilpan, Zacualtipan y Zimapán que integraban el Distrito Militar No. 2.

El primer gobernador fue Juan C. Doria, a quien le correspondió la tarea de la organización política y administrativa de la entidad y convocó para el 2 de mayo de 1869, a elegir a sus primeras autoridades constitucionales.

Se postularon 6 candidatos, entre ellos cuatro antiguos diputados federales que habían luchado por la creación del Estado. El triunfo fue para Antonio Tagle, quien asumió el cargo de Gobernador Constitucional de Hidalgo, el 28 de mayo de 1869.

Un año después, el gobernador Tagle promulgaría la primera Constitución Política, el 21 de mayo de 1870. Pero dos años más tarde, el presidente Juárez decretó el estado de sitio en el Estado de Hidalgo y fue designado como autoridad civil y comandante del Distrito 2, el licenciado Francisco de Asís Osorio, quien se había desempeñado como presidente del Tribunal de Justicia del Estado.

El primer gobernador, Juan C. Doria, en su corto periodo de casi cuatro meses, realizó obras importantes, entre las cuales destaca el primer Periódico Oficial del Gobierno del Estado ³⁶.

La historia del Estado de Hidalgo se encuentra, como la de todas las entidades federativas del país, unida a muchos altibajos. Desde la conquista hasta la época revolucionaria, las tierras hidalguenses siempre fueron escenarios de conflictos y disputas por su riqueza, principalmente minerales.

Desde la Independencia al igual que en la época de la Reforma y de la Revolución, aparecieron diversos manifiestos o cartas públicas suscritas por generales o ciudadanos opositores al régimen que lanzaban arengas para ir a la lucha.

De estos, solo hay pequeños registros que algunos autores han señalado. Por ejemplo, la carta abierta que suscribiera Francisco Bracho en 1900 en contra del gobernador Pedro L. Rodríguez, quien se reeligió antes las protestas del pueblo (³⁷).

Otra forma de publicación eran los manifiestos que cada autoridad manda imprimir para ser pagados en los centros de reunión o lugares más transitados.

Una de ellas es el escrito de fecha 17 de mayo de 1867 en donde el Jefe Político del Distrito Militar hace del conocimiento público un telegrama que le dirige el coronel A. Alcérreca al general Díaz sobre la caída del ejército imperial y de Maximiliano. "La plaza de Querétaro ha caído en nuestro

³⁶ Roberto Valdespino C. El Estado de Hidalgo. Ed. Del Agua Impresores. 1980. p 22

³⁷ Ídem. P 22.

poder, esta mañana a las seis de ella. Daré a usted unos ligeros pormenores. Maximiliano con la fuerza que tenía en la plaza, así como todos los gefes (sic) de ella, armas, municiones, artillería y todo ha caído en nuestro poder, rindiéndose a discreción ⁽³⁸⁾. Además se le pide al jefe de la plaza, participar esta noticia a todos los Partidos y Municipalidad del Distrito “a fin de que se hagan las demostraciones de regocijo por un hecho de una gran importancia para la pacificación de la república”.

Otro de estos “comunicados” que servían de vínculo informativo con la sociedad, es el que hizo circular el Gobernador Interino del Estado, Jesús Silva el 2 de junio de 1911, de un hecho trascendental en México y que había trascurrido una semana antes, el 25 de mayo de ese año: La aceptación de la Cámara de Diputados del Congreso los Estados Unidos Mexicanos de la renuncia del General Porfirio Díaz y del nombramiento como Presidente Interino de la República, de Francisco L. de la Barrera. En el cartel se puede leer que se pida imprimir, publicar y hacerlo circular a los habitantes de la entidad ⁽³⁹⁾.

Otra más fue la carta-cartel que mandó publicar el primer Gobernador Provisional del Estado, Juan C. Doria, once días después de ser nombrado, en Enero 27 de 1869, en donde hace saber:

“A sus Habitantes: Nombrado por el Supremo Gobierno, para inaugurar el Estado de Hidalgo, vengo entre vosotros fiado en vuestras luces y en vuestro patriotismo. Mi administración verdaderamente transitoria, será firme y enérgica, para restablecer la seguridad pública que hoy por desgracia falta en

³⁸ Foto del Boletín de Noticias. Pachuca, Mayo 17 de 1867.

³⁹ Foto del Cartel, Pachuca, Junio de 1911.

nuestro territorio, y sinceramente liberal para que ejerzais (sic) vuestra soberanía... Por mi parte, os ofrezco poner todo empeño en no criar (sic) dificultades durante mi administración, a fin de que los legítimos representantes del pueblo no encuentren tropiezo alguna en su marcha constitucional..." (40).

Otro ejemplo más es *El Diario del Imperio*, impreso en cuatro cartas tamaño oficio, donde se da a conocer los hechos de guerra mas sobresalientes para el poder y las disposiciones legales que deben guardar los habitantes (41).

Otro documento histórico es el *Periódico Oficial* de Fecha 12 de Julio de 1911 en donde e aparece una crónica de la llegada de Francisco I. Madero a la estación (de tren) de Tula. Cuenta el relato que entusiasta manifestación se dio con la llegada del "Caudillo de la Revolución". En la crónica se agregan las palabras de bienvenida del gobernador de Hidalgo, Jesús Silva, que ofreció al ilustre visitante:

"Señor: Hace un año pisasteis el suelo del Estado de Hidalgo, como el apóstol de la Democracia. Hoy pisáis esa misma tierra como un triunfador, en lada vuestra frente con los lauros de la victoria y mañana cuando halláis pacificado la República, y garantizado el goce de todos los derechos tendréis los nobilísimos títulos que con haces de luz iluminan el nombre de Washington: habéis sido el primero en paz, el primero en la guerra y el primero en el corazón de vuestros conciudadanos. El pueblo del Estado de Hidalgo, cuyos designios me han sido confiados, os da por mi conducto la más cordial y sincera bienvenida y hacemos votos porque la gran revolución

⁴⁰ Foto del Cartel. Pachuca. Enero 27 de 1869.

⁴¹ Foto de El Diario del Imperio. 16 de Febrero de 1866.

que tan gloriosamente habéis acaudillado sea fecunda en bienes para nuestra patria y ésta sepa premiar vuestros esfuerzos y pro de la reconquista de todas las libertades” (42). La misma crónica relata que después del discurso del gobernador, hablo un periodista de nombre Téllez “quien también fue aplaudido. La Srita. Plácida Dorantes y Villagrán, se acercó al señor Madero dirigiéndole la palabra en términos que sentimos no poder reproducir... (sic).

Como podemos establecer, las noticias se daban en esa época, la del establecimiento del Estado de Hidalgo, a través de panfletos, de carteles, circulares y una serie indeterminada de impresos que cumplían un objetivo: dar a conocer una noticia, generalmente de hechos de guerra.

Otras publicaciones surgieron en aquella época como el *Diario el Reformador*, *El Boquiflojo*, *El Chisme* o *La Iglesia en la Política*, de las cuales no existen mayores documentos de consulta para conocer el año de fundación ni su línea editorial.

Pero dentro de las notas publicadas por estos diarios, llama la atención las informaciones insertadas en *El Chisme* del 13 de junio de 1899, con palabras llanas y a manera de relatos. Tal es la noticia que dice: “*Gendarme Modelo. Con el pulque hasta el gaznate y durmiendo con el tranquilo sueño del que cumple con su deber, fue encontrado por mi oficial de policía el gendarme 488 en la banqueta de la calle...*”. Otra más: “*Esto va con los muchachos: Termina el 30 del actual plan fijado para hacer el balance de peloncitos y peloncitas en las oficinas del Registro Civil y ya no habrá más prórroga. Sépanlo los padres y madres para que se apresuren a registrarlos...*”.

⁴² Foto del Periódico Oficial. Pachuca 12 de junio de 1911.

LA IGLESIA EN LA POLITICA

LA IGLESIA EN LA POLITICA Conferencia sustentada en la ciudad de Mexico, por la eminente oradora SEÑORA BELEN DE SARRAGA

el 25 de julio de 1922 en el salon de Actos de la Escuela Práctica de Ingenieros Mercantiles y Artes

El 25 de julio de 1922 en el salon de Actos de la Escuela Práctica de Ingenieros Mercantiles y Artes se sustentó la conferencia titulada "La Iglesia en la Política" por la eminente oradora Señora Belén de Sarraga. La conferencia fue muy interesante y atrayó a un gran número de oyentes. La oradora abordó temas importantes sobre el papel de la Iglesia en la sociedad mexicana y su influencia en la política. Su discurso fue muy bien recibido y despertó un gran interés en el público. La conferencia se celebró en un ambiente de respeto y atención, reflejando el alto nivel cultural de la ciudad de México en esa época.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

NÚMERO

¡Viva la República!

VIVA EL SUPLENTE

El ciudadano general en jefe del ejército de Oriente, don...

El ciudadano coronel A. Alcorreca, me dirije de San Juan de los Rios, que tengo la honrosa satisfacción de poner a su disposición. La plaza de Querétaro ha caído en nuestras manos. Dado a vd. algunos libros pertenecientes a Maximiliano, como tambien las cajas de pólvora, armas, municiones, artillería, etc. etc. etc. a su servicio y discreción.

Servase vd. transmitir esta plausible noticia a los habitantes de Querétaro, Guadalupe Hidalgo, Matamoros, etc. etc. etc. de la mejor manera posible.

Guadalupe Hidalgo, Mayo 15 de 1867. Por el Sr. Coronel A. Alcorreca, Ciudadano gobernador y comandante en jefe del ejército de Oriente.

El que tengo la gran satisfacción de poner a su disposición a los Partidos y Municipios de Querétaro, Guadalupe Hidalgo, Matamoros, etc. etc. etc. por un hecho de tan gran importancia para la independencia y libertad de México. Fiel y obediente servidor político del Distrito de Querétaro.

De Querétaro, a los 15 de Mayo de 1867. Por el Sr. Coronel A. Alcorreca, Ciudadano gobernador y comandante en jefe del ejército de Oriente.

De Querétaro, a los 15 de Mayo de 1867. Por el Sr. Coronel A. Alcorreca, Ciudadano gobernador y comandante en jefe del ejército de Oriente.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

DIARIO DEL IMPERIO

MEXICO - Viernes 10 de Febrero de 1894. No. 1111

RESUMEN.

El Sr. D. J. M. ... (text continues with names and titles)

PARTE OFICIAL.

MINISTERIO DE FOMENTO.

El Comodoro, con fecha 14 del actual, me ha enviado copia del expediente...

Despacho que en virtud de acuerdo anterior...

El Comodoro de la Caja, en forma de un informe de un cargo de... (text continues with detailed report)

En la cuenta de las utilidades que, liquidada, se capitalizarán...

10. Dado que los socios de la Caja...

11. Dado que los socios de la Caja...

12. Ninguna parte de la Caja...

13. Ninguna parte de la Caja...

14. Ninguna parte de la Caja...

15. Ninguna parte de la Caja...

16. Ninguna parte de la Caja...

17. Ninguna parte de la Caja...

18. Ninguna parte de la Caja...

19. Ninguna parte de la Caja...

20. Ninguna parte de la Caja...

21. Ninguna parte de la Caja...

22. Ninguna parte de la Caja...

23. Ninguna parte de la Caja...

24. Ninguna parte de la Caja...

25. Ninguna parte de la Caja...

26. Ninguna parte de la Caja...

27. Ninguna parte de la Caja...

28. Ninguna parte de la Caja...

29. Ninguna parte de la Caja...

30. Ninguna parte de la Caja...

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

2. II.- Situación de la Prensa en Hidalgo

La prensa escrita, a diferencia de los medios masivos de comunicación (la radio y la televisión), cuenta en los años recientes con una mayor libertad para ejercer el periodismo crítico y de investigación, aún cuando éste tenga poca repercusión en la sociedad, debido a la escasa penetración que tienen los diarios.

Pero paradójicamente, es a través de la prensa escrita donde se han conocido casos o informaciones de interés nacional, que luego son retomados por los medios electrónicos y se convierten en noticias de gran impacto para la sociedad.

De tiempo atrás, los impresos han sido etiquetados como *oficialistas*. Y esto se debe a que su dependencia económica llegaba a tal grado con el gobierno en turno, que resultaba harto difícil romper con esos compromisos en detrimento de la calidad periodística.

Pero en la última década, sin embargo, la situación ha cambiado de manera vertiginosa, en principio porque ha desaparecido (no del todo) la censura impuesta desde el poder y por el otro lado, los subsidios directos o disfrazados para la prensa.

Además, ahora se cuenta con una sociedad más participativa y más activa, que empezó a desechar aquellos medios escritos plagados de mensajes oficiales, por considerarlos parte de un sistema en decadencia.

Fue entonces cuando hubo un reacomodo en las empresas periodísticas. Su primera tarea fue reconquistar mercados, de los que habían disfrutado y explotado por mucho tiempo, sin ninguna contemplación.

Empresas de diarios y de revistas comenzaron por explorar y conocer su verdadera fuerza, frente a un mercado de lectores que exigía información veraz, sin cortapisas y de debate.

Pero el factor circulación es hasta la fecha, determinante para los periódicos.

De acuerdo con el analista y periodista Raúl Trejo Delarbe (⁴³), en 1990 existían en la ciudad de México 25 diarios (incluyendo deportivos, especializados y vespertinos) que en total imprimían más de 750 mil ejemplares. Empero, con la devolución, alcanzaban apenas una circulación real de 450 mil ejemplares cada día. En contraste, la ciudad de México y sus alrededores, contaba en ese entonces con una población de 17 millones de habitantes, lo que dimensiona la influencia real de los periódicos mal llamados, nacionales. Es decir, muchos medios para poco público si se comparan a nivel internacional. Por ejemplo, cita el mismo Trejo Delarbe, el periódico *The New York Times* tenía en abril de 1994 una venta diaria promedio de un millón 187 mil ejemplares. Esto precisa el analista, es en México uno de las “manifestaciones del atraso de los medios en relación con el desarrollo de la sociedad... y el mercado (público) es una realidad que durante largo tiempo fue ajena a la prensa mexicana, más hoy es una incipiente pero constatable competencia” (⁴⁴).

El estado de Hidalgo no escapa a esta situación. Con una población de más de 2 millones 200 mil habitantes (⁴⁵), que se encuentran asentados en 84 municipios, alrededor del 20 por ciento de los hidalguenses se ubican en dos

⁴³ Trejo Delarbe, Raúl. “Ética y medios en el México de Hoy”. Ponencia presentada en 1996.

⁴⁴ Ídem.

⁴⁵ Censo de Población. *Anuario Estadístico del Estado de Hidalgo 2000*. INEGI

municipios: Pachuca y Tulancingo. Otros 5 municipios (Tepeapulco, Tepeji, Tula, Ixmiquilpan y Huejutla), aglutinan un 16 % por ciento.

El resto, es decir, en 77 municipios, se distribuye el 64 por ciento de la población, pero con una notoria disminución en la densidad poblacional que va de 2 mil hasta 50 mil habitantes. Hidalgo está considerado entre los 6 estados con altos índices de marginación y pobreza.

La capital del estado, con una población estimada en 350 mil habitantes, concentra el mayor número de periódicos en formatos estándar y tabloide, en los que abundan los semanarios, quincenarios y revistas mensuales pero con tirajes muy escasos. Actualmente los diarios son: *El Sol de Hidalgo* (⁴⁶), *Síntesis* y *Cambio 21* (vespertino). Y solo hay un bisemanario (dos veces a la semana), *Ruta*. En conjunto éstos suman un tiraje total de aproximadamente de 20 a 30 mil ejemplares (⁴⁷).

Pero también están los semanarios que son en total 29:

La Tuza metiche, Solución, Avanzando en Hidalgo, Dinámico Informativo, El Espejo, Aquí es Hidalgo, La Expresión del Estado de Hidalgo, Nuevo Gráfico, Pensador Hidalguense, Portavoz, El Rollo, Sembrador del Estado de Hidalgo, Septinoticias, Beta, Vanguardia, Actitud, Dos semanas, Hidalgo 2000 (oficial), Nueva Imagen, El Hidalguense, Presencia Informativa, Nueva Voz, Sur Noticias Huasteca, Sol o Águila de Real del Monte, La Góndola, Semanario Morelos y Vientos de Hidalgo, que en suma

⁴⁶ El Sol de Hidalgo reporta en su página de Internet un tiraje de 24 mil ejemplares y una zona de influencia de 13 municipios conurbados con la capital. www.oem.com.mx

⁴⁷ No existe un dato certificado que pueda garantizar la circulación del número de ejemplares que dicen vender dichas ediciones de periódicos. De ahí que se toma una media estándar.

alcanzarían un tiraje global promedio de 35 mil ejemplares. Dichas ediciones tiene de entre 8 a 12 páginas como máximo y todo el tiraje circula de manera gratuita; es decir se obsequian los ejemplares.

Solo *El Sol de Hidalgo* cuenta con maquinaria rotativa y el resto de los medios maquila sus ediciones en diferentes partes del estado o de otras entidades federativas.

En Tulancingo (segunda ciudad en importancia del estado con una población estimada en 150 mil habitantes), solo hay un periódico diario (*El Sol de Tulancingo*), un bisemanario (*Ruta*) y un semanario (*Acción*), que en total suma un tiraje aproximado de 12 mil ejemplares (⁴⁸).

Sin lugar a dudas el diario *El Sol de Hidalgo* (que cuenta con ediciones separadas en Tulancingo, Tula y la Huasteca) es el periódico de mayor circulación en la entidad. Pero basa su mercado en la explotación del periodismo amarillista, sensacionalista y en hechos de violencia que ocurren en la entidad. Es decir, hace apología del delito. No en balde se asegura, que “cuando se lee *El Sol*, se manchan las manos de tinta roja”.

Dirigido por Fausto Marín Tamayo, el *Sol de Hidalgo* (fundado el 27 de junio de 1959) y sus respectivas ediciones regionales, privilegian las informaciones sangrientas, fotografías en primera plana de cadáveres en accidentes automovilísticos, de ensangrentados cuando reciben los primeros auxilios y de todo tipo de estos hechos, que llaman al morbo. Sus principales consumidores están, mayoritariamente, en los sectores populares.

⁴⁸ Mismo tratamiento.

El Periódico *Síntesis de Hidalgo*, forma parte de una cadena de diarios en los estados de Puebla, Querétaro, Hidalgo y Veracruz, cuyo propietario es el señor Armando Prida. Fundado en el año de 1999, tiene su matriz en la ciudad de Puebla donde se imprime la edición hidalguense. *Síntesis* es un periódico cuya área de influencia es la ciudad de Pachuca. Su nicho de mercado lo ha enfocado hacia el sector estudiantil, destacadamente al universitario. También utiliza los hechos de sangre en sus primeras planas, aunque no de manera regular como su principal competencia.

El resto de los periódicos, que suman 29, tienen una circulación restringida. Algunos sólo en las oficinas de gobierno y muy pocos, contados, se pueden encontrar en los puestos de periódicos.

En Tulancingo, la situación es similar. Desde 1821 a la fecha, se han constituido más de 55 impresos, que en su mayoría han desaparecido por diversos factores, entre otros el económico. Del primero que se tiene noticia es "*El Mosquito*" (⁴⁹) quincenal de información política y dirigido por el general Nicolás Bravo. Otro fue "*El Ilota*" fundado en 1874 y que era manuscrito por su director Miguel Guzmán. Se hacían solo de 6 a 10 ejemplares que se repartían entre determinadas personas, quienes lo hacían circular. Costaba 5 centavos y cada persona pagaba esta cantidad al leerlo (⁵⁰).

En ese entonces, había de todo. Periódicos liberales, religiosos, pedagógicos y progresistas. Los nombres resultaban muy sugestivos: "*El Propagador Católico*", "*El Ensayo*", "*El Estandarte Católico*", "*La Picota*", "*El*

⁴⁹ Anónimo. *Horizontes: Monografía de la ciudad de Tulancingo*. 1967. p 44

⁵⁰ Ídem.

Alfabeto", "*La Luz*", "*La Razón*", "*El Legionario*", "*Emancipación*" y "*Germinál*" por citar algunos. En 1939, nació "*El Inquisidor*", cuyo lema era semanario de flagelo.

El diario *El Sol de Tulancingo* (fundado en el año de 1978), tiene un mercado "importante" de lectores en los sectores populares. Reporta un tiraje de 8 mil ejemplares y también privilegia las informaciones de tipo policiaco. Reproduce en ocasiones las mismas notas que la edición de Pachuca o incluso la publica un día después, de que fueron insertadas en la edición de la capital. Cuenta con secciones de la ciudad, municipios conurbados, sociales, nacionales e internacionales, deportes y clasificados.

Ruta (de formato tabloide), fundado en septiembre 27 de 1951 por Francisco M. Huerta, reporta una venta de 4 mil ejemplares. De ser un periódico semanal por más de 47 años, pasó a dos ediciones a la semana. Este medio se mantuvo por muchos años en la preferencia de la sociedad, por su línea editorial predominantemente social. En 1998, cambia la línea y ahora privilegia las informaciones de corte político. De pasar de 500 ejemplares vendidos, ahora reporta una venta de 4 mil ejemplares. Cuenta con secciones de la capital del estado, la ciudad de Tulancingo, municipios conurbados, de la Sierra Poblana, sociales y deportes. Al igual que *El Sol de Tulancingo*, *Ruta* no cuenta con rotativa y se imprime en la ciudad de México.

El semanario *Acción* fundado en Julio de 1959, por el profesor Miguel Cruz Martínez, es un periódico que tiene un tiraje muy escaso. Su formato es en tamaño carta.

Resulta claro que la cantidad de periódicos desde diarios hasta mensuales que circulan y circularon en el Hidalgo, estado que se ubica entre las 6 entidades con más alta marginación y pobreza, se debe a que mantienen o mantuvieron un importante subsidio gubernamental.

Debido a ello, seguramente solo responden o respondían a intereses bien definidos: oficialistas. De ahí que su penetración sea escasa y en consecuencia la calidad informativa, de bajo perfil.

Esta situación de muchos medios para pocos lectores, refleja de entrada la crisis que vive el periodismo en Hidalgo. Estos medios son dirigidos por periodistas empíricos, algunos de los cuales mantienen incluso la corresponsalía de periódicos del Distrito Federal en Hidalgo, los cuales hicieron a través de la influencia que gozaban como corresponsales, su *modus vivendi*.

También esto refleja que el presupuesto del gobierno del estado en materia de Comunicación Social es “amplio” y “suficiente” para subsidiar a tantos medios, más los que se acumulen en el transcurso de la semana. En los últimos dos presupuestos de egresos gubernamentales (2002 y 2003), el Congreso Estatal asignó y aprobó a la Coordinación de Comunicación Social del Gobierno de Hidalgo, un monto 16 millones de pesos por ejercicio presupuestal (⁵¹).

Pero por si esto no bastara, existen en el estado más de 200 “reporteros” acreditados sólo como representantes de medios escritos.

⁵¹ Secretaría de Finanzas. Cuadernillo Composición de los Ingresos y Proyecto de Presupuesto de Egresos. 2003. p 1.

Al mismo tiempo se ha formado una Coordinadora de Periodistas del Estado de Hidalgo (Copehi), dirigida por Emilio López Peña, que ha tratado de elevar la profesionalización del gremio a través de cursos y seminarios con académicos y periodistas de prestigio. Recientemente, en el 2001, se ofreció un curso por parte de la Escuela de Periodismo "Carlos Septién García" para los mismos "reporteros", a fin de que alcanzaran el grado académico de *Técnico en Periodismo*. Se inscribieron más de 160 y un año después, solo quedan 30 y aún no concluyen los cursos.

Otro grupo, minoritario, de egresados de carreras de Periodismo, lanzó una convocatoria para establecer **El Colegio de Periodistas Hidalguenses** y la obligatoria coligación. La propuesta fracasó. María del Villar, la autora de este proyecto, propuso entonces otra iniciativa: buscar que los licenciados en Periodismo o en Ciencias de la Comunicación, se inscribieran en un padrón de Profesionistas Hidalguenses. Al llamado acudieron alrededor de 10 periodistas.

Y si a ello le agregamos que más de 1,200 jóvenes actualmente cursan la licenciatura en Ciencias de la Comunicación dentro de 5 universidades que la imparten en el estado de Hidalgo, frente a una escasa oferta de medios, el conflicto se agrava. Son cinco las universidades que imparten la carrera llamada "Ciencias de la Comunicación". Cuatro de ellas aun no tienen egresados y solo el Centro Hidalguense de Educación Superior (CENHIES) mantiene un número promedio de 25 egresados por semestre. Pero de éstos, pocos son los que están ejerciendo.

En todo el estado hay alrededor de 50 impresos, la mayoría en la capital, 4 televisoras y 20 radiodifusoras.

Todo este panorama revela la situación que se vive en materia periodística en Hidalgo y la formula más cómoda, económicamente hablando, que resulta para los editores y dueños de medios, mantenerse al margen de la profesionalización, antes que establecer compromisos con los lectores (si es que los contemplan).

Mientras el gobierno siga *sosteniendo* y *subsidiando* dichos impresos, persistirá el periodismo comprometido con los **intereses del poder** y no con los intereses para quien se supone van dirigidos los medios: los lectores.

2. III.- Casos Específicos: *El Sol de Tulancingo y Ruta*

La línea editorial de *El Sol de Hidalgo* y sus respectivas ediciones regionales, ha sido diseñada con contenidos específicos (principalmente nota roja) para mantener un importante número de ejemplares en circulación y que respondan a las leyes de la oferta y la demanda. Esta política no ha variado cuando menos en los últimos 35 años, tiempo durante el cual el señor Fausto Marín Tamayo, ha estado al frente de la dirección general de los diarios de la Organización Editorial Mexicana (OEM) en Hidalgo.

Esta posición es, seguramente, muy rentable en términos financieros como empresa y responden a un patrón capitalista, sometido a las leyes del mercado. (Pero en el terreno de la ética, los contenidos en dichas ediciones dejan mucho que desear).

Pero los medios de comunicación, juegan un rol importante en la sociedad, como lo señala el maestro Edmundo González Llaca, en el Ensayo sobre *La Opinión Pública*, en la cual establece que la familia, la iglesia, la escuela y los medios “son las instituciones de mayor influencia en la sociedad”⁵²), que en el caso de las primeras tres, explica, han perdido importancia y presencia como consecuencia de ser una sociedad cada vez con mayor acceso a la tecnología.

Con base en ello, los medios tienen la responsabilidad de “educar” a través de sus informaciones y mensajes a la población a la que llegan. Sin embargo, diarios como *El Sol de Hidalgo* manejan informaciones que constantemente

⁵² González Llaca, Edmundo. *La Opinión Pública. Bases Preliminares para el Estudio de la Propaganda Política*. Ed. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM. 1977. p. 55

denigran a la sociedad, socavan los valores de respeto a la vida y fomentan la violencia.

Para confirmar lo anterior, se efectuó un recuento de las notas principales en 46 ediciones escogidas al azar, correspondientes a los meses de Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre y Diciembre del año 2002. La noticia se clasificó como de Información General (IG), Nota Roja (NR) e Información de eventos patrocinados por el propio medio (IM).

Del total de sus encabezados, el Sol de Tulancingo dedicó 28 a informaciones de corte policiaco, que van acompañadas con fotografías cargadas con dosis de violencia, sangre y muerte y en donde se viola de forma constante, los derechos de los menores infractores quienes aparecen fotografiados y con sus respectivos nombres, pese a estar prohibido legalmente.

El resto de las noticias principales corresponde a información clasificada como general en términos periodísticos, pero de temas que no tienen mayor repercusión social. Ejemplo, la edición del 12 de noviembre cuyo encabezado dice: ***Colocan topes y causan daños.***

En el 58 por ciento de ese muestreo, sobresale la noticia relacionada con hechos de violencia. (Consultar cuadro de Notas Principales de *El Sol de Hidalgo*).

Comparativamente, el mismo ejercicio se aplicó para *Ruta*, que tiene un segmento de mercado de lectores menos amplio, pero mantiene una línea editorial alejada de la nota roja. Sus informaciones son de contenido político y de información general y con apertura hacia las distintas fuerzas políticas

de la entidad para el equilibrio informativo. En sus páginas, la nota roja no tiene cabida. A cambio promueve las tradiciones y la cultura de la región e informa respecto a problemas sociales vista desde distintas posiciones. Además cuenta con una sección para la Voz del Lector y página en Internet.

De 36 ediciones escogidas de los mismos meses de Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre y Diciembre del 2002, de ellas 35 tienen como nota principal información de corte general y solo una de nota de hechos violentos, que habla de un desalojo con uso de fuerza policial de manifestantes priistas dentro de Palacio de Gobierno. (Consultar cuadro de Notas Principales de *Ruta*).

Cabe señalar que se tomaron más ejemplos del Sol de Tulancingo, por ser un periódico de circulación diaria, en tanto que de *Ruta* se analizaron todas sus ediciones (dos a la semana) de los meses de agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre.

Pero tanto en el *Sol de Tulancingo* como en *Ruta* ni mucho menos en *Acción* ha asumido un compromiso público de un **Código de Ética** como tampoco se ha distinguido cuando es información política pagada. Salvo *Ruta* que en las pasadas elecciones la información de los candidatos de las distintas fuerzas políticas, incluía al final de la nota, con un formato cursivo, el distintivo de IP (inserción pagada), en el resto de los medios a nivel local y estatal, las campañas políticas se difundían como información general.

	Fecha	Edición	El Sol de Tulancingo	IG	NR	IM	Total
	Agosto						
1	23-Ago-02	8487	Impresionante carreterazo		1		
2	29-Ago-02	8493	Bronca entre policías		1		
3	30-Ago-02	8494	Pereció ahorcado un bebé		1		
	Septiembre						
4	02-Sep-02	8497	Atrapan a trio de ladrones		1		
5	03-Sep-02	8498	Trágico vuelco: murió una niña		1		
6	09-Sep-02	8504	Prohibida la venta de hongos	1			
7	10-Sep-02	8505	Mortal riña en pleno centro		1		
8	11-Sep-02	8506	Veloz colectiva mató a un niño		1		
9	10-Sep-02	8513	Nada sobre ingresos de la feria	1			
10	20-Sep-02	8514	Abusa personal de reglamentos	1			
11	25-Sep-02	8519	Hasta niños en las drogas		1		
12	26-Sep-02	8520	Invaden viviendas las abejas	1			
	Octubre						
13	03-Oct-02	8527	¡Aguas! Falsifican medicamentos	1			
14	04-Oct-02	8528	Acribillaron a un trailerero		1		
15	07-Oct-02	8531	Fugas de gas dañan la economía	1			
16	09-Oct-02	8533	Dañan medidores de la CL y F		1		
17	11-Oct-02	8535	Se echó un clavado y no salió		1		
18	14-Oct-02	8538	Muchos motociclistas arrollados		1		
19	15-Oct-02	8539	Tianguis semanal, un problema	1			
20	16-Oct-02	8540	Falsifican tarjetas de celulares	1			
21	18-Oct-02	8542	Impactante rescate de dos mujeres		1		
22	24-Oct-02	8548	Piden que controlen precios	1			
23	29-Oct-02	8553	Iba como rayo: 6 muertos		1		
24	31-Oct-02	8555	Cayó banda juvenil de ladrones		1		
	Noviembre						
25	05-Nov-02	8560	Salieron de la curva y volcaron		1		
26	07-Nov-02	8562	Gran fiesta universitaria			1	

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

27	08-Nov-02	8563	Emboscaron a candidato priista		1		
28	11-Nov-02	8566	Optimistas los ocho partidos	1			
29	12-Nov-02	8567	Colocan topes y causan daños	1			
30	15-Nov-02	8569	Caen sanguinarios asaltantes		1		
31	18-Nov-02	8572	Investigan a ex funcionario	1			
32	21-Nov-02	8574	Incendio en humilde casa		1		
33	25-Nov-02	8578	Tuzos imponen un récord negro	1			
34	26-Nov-02	8579	Frecuente el influyentismo	1			
35	27-Nov-02	8580	Encontronazo: murieron 4		1		
36	29-Nov-02	8582	Estalla la huelga en Quantum	1			
	Diciembre						
37	02-Dic-02	8585	Capturan al multiasesino		1		
38	04-Dic-02	8586	Millonario asalto en la CL y F		1		
39	09-Dic-02	8590	Trágica peregrinación		1		
40	11-Dic-02	8592	Quiso asaltar el banco Santander		1		
41	12-Dic-02	8593	Pestañó el chofer y chocó		1		
42	16-Dic-02	8597	Exitosa la carrera anual			1	
43	19-Dic-02	8600	Infringen disposiciones viales	1			
44	20-Dic-02	8601	Muchos tianguistas roban la luz		1		
45	26-Dic-02	8606	Pelcó con pandilleros: murió		1		
46	30-Dic-02	8610	Asaltan a otro transportista		1		
Total				16	28	2	46

IG Información General
NR Nota Roja
IM Información Medio

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

	Fecha	Edición	Ruta	IG	NR	IM	Total
	Agosto						
1	02-Ago-02	2733	Aeropuerto: Cancelan Texcoco	1			
2	06-Ago-02	2734	Indígenas retienen a Obispo	1			
3	09-Ago-02	2785	Levantarán censo de artesanas indígenas	1			
4	13-Ago-02	2786	Tizayuca no es Atenco	1			
	Septiembre						
5	03-Sep-02	2742	Maltrata policía a pachuqueños	1			
6	03-Sep-02	2743	Detectan dengue: tiende cerco epidemiológico	1			
7	10-Sep-02	2744	Guerra de nervios entre precandidatos	1			
8	13-Sep-02	2745	Se registran candidatos de unidad	1			
9	17-Sep-02	2746	Xaloc cobra otra víctima	1			
10	20-Sep-02	2747	Pueden racistas en NY atacar a hidalguenses	1			
11	24-Sep-02	2748	Pre Alerta por Lluvias	1			
12	27-Sep-02	2749	Prosperará Tulancingo por nosotros: Obispo	1			
	Octubre						
13	01-Oct-02	2750	Desalojan a priístas		1		
14	08-Oct-02	2752	Justicia a medias	1			
15	11-Oct-02	2753	Aumenta siembra de enervantes	1			
16	16-Oct-02	2754	Niega Guadarrama conexión con el Pemexgate	1			
17	18-Oct-02	2755	Crean normalistas caos en Pachuca	1			
18	22-Oct-02	2756	Niega Bravo Delgadillo que este eliminado	1			
19	25-Oct-02	2757	Rechaza NS cobrar más impuesto	1			
20	29-Oct-02	2758	Otorgará Nafin créditos a migrantes	1			
	Noviembre						
21	01-Nov-02	2759	Confirman Tribunal negativa a planillas del PRD	1			
22	05-Nov-02	2760	Da PRD albazo informativo de registro	1			
23	08-Nov-02	2761	Priva suspenso en víspera de elecciones	1			

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

24	11-Nov-02	2762	Gana PRI Pachuca y Tulancingo	1			
25	15-Nov-02	2763	Temen obreros cierre de Quantum	1			
26	19-Nov-02	2764	Arrebatan al PAN triunfo en Tizayuca	1			
27	22-Nov-02	2765	Pronostican que frío empeorará	1			
28	26-Nov-02	2766	Proyecto de Ley turística; prevé fuertes sanciones	1			
29	29-Nov-02	2767	Rechaza Tribunal impugnaciones del PRI	1			
	Diciembre						
30	03-Dic-02	2768	Aprueban generar electricidad por medio de estiércol	1			
31	06-Dic-02	2769	Estrecha vigilancia Ejército en Huasteca	1			
32	10-Dic-02	2770	Recortan gastos de oficina en Gobierno	1			
33	13-Dic-02	2771	Presenta Profepa denuncia penal vs termoeléctrica	1			
34	17-Dic-02	2772	Levanta Huelga en Quantum	1			
35	20-Dic-02	2773	En capilla 33 alcaldías; detectan irregularidades	1			
36	27-Dic-02	2774	Me siento tranquilo y no tema a nada: JGM	1			
Total				35	1	0	36

ED Edición
IG Información General
NR Nota Roja
IM Información medio

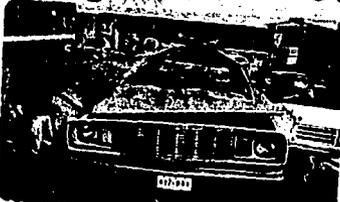
**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Tulancingo, Hgo., Martes 2 de Septiembre del 2002

Publicación: Martes

ANO 38

Trágico vuelco: murió una niña



Circulaban a gran velocidad cuando se les zafó una rueda

Al estar saliendo en la mañana rumbo a Tulancingo, se desmoronó la del lado izquierdo del camión cuando se zafó una de las ruedas delanteras. Los conductores se vieron obligados a frenar de golpe, pero el vehículo se salió de control y se volcó.



El accidente ocurrió en la zona de San Mateo, en la carretera Panamericana. Los conductores se vieron obligados a frenar de golpe, pero el vehículo se salió de control y se volcó.



Con todo y peligros, su sueño es pasar "al otro lado" Estados Unidos cautiva a migrantes

Los migrantes que cruzan la frontera entre México y Estados Unidos lo hacen a pesar de los peligros que enfrentan. Muchos de ellos sueñan con pasar "al otro lado" para buscar una mejor vida.



Los migrantes que cruzan la frontera entre México y Estados Unidos lo hacen a pesar de los peligros que enfrentan.

Otra aspirante por el PRI

Francisco Ruiz busca la alcaldía

Francisco Ruiz, candidato a la alcaldía de Tulancingo, busca el apoyo de los votantes para ganar las elecciones.

También fue causa de desempleo Mal año para la industria textil; ganó la ropa usada

La industria textil ha tenido un mal año debido al desempleo y a la competencia de la ropa usada.

Informa el IHEMSyS

Crean dos escuelas de educación superior en la zona Otomí-Tepéhu

Se han creado dos nuevas escuelas de educación superior en la zona Otomí-Tepéhu.

Pliegan la homologación de sus percepciones Pidean pensionados hacer un plantón en México

Los pensionados piden la homologación de sus percepciones y exigen que se les pague lo que les corresponde.

Adulterio LOS POLITICOS...

Se ha denunciado un caso de adulterio entre políticos.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Ruta



COMERCIALIZADORA MEXICANA S.A. DE C.V.
CARRETERA AEROPUERTO TULANCINGO S/N
TULANCINGO, PUE.
TELÉFONO (01) 27-21-11-11

Comunicación Independiente, Instituto de E.T. de septiembre de 1983

Dirección General: Juan Carlos Ortiz Casas

NI-ME-3042-732 (Tulancingo, Hidalgo)

◆ Record en quejas ante Derechos Humanos

Maltrata policía a pachuqueños

- Un reto para el nuevo alcalde las 107 denuncias
- Assume Licona Meréndez la presidencia municipal
- Llega Tellería Beltrán al acto de toma de protesta

(Página 4 y 8)



El nuevo alcalde

Revelo en Tulancingo por la convocatoria

- Se destaca un aspirante más a la alcaldía de esta ciudad

(Página 8)

Isaac Beltrán: hay anomalías en el Comude

(Página 9)

Perredistas bloquean acceso a edificio de Comité Estatal

(Página 9)

PRIMER CÍRCULO

1 El otro plato Edo-Batiz

(pá. 3 y 10)

Página 13

ÍNDICE POLÍTICO

2 Parades, la periferia

(pá. 10 y 11)

Página 14

EL REPÚBLICA

3 La negativa de Cosepali

(pá. 11 y 12)

Página 15

Ruta

ADQUISICIÓN POR DOL

\$ 2.50



Más de 200 estudiantes de seguridad pública se manifiestan en la zona de López Rayón luego de los choques por sustracción religiosa que dieron un salto de esta localidad, tras de ellos graves por incidentes de violencia. (Página 7)

Núñez Soto rechaza la política presupuestal de Fox

(Página 6)

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

WORLDWIDE
 Te exponemos en el extranjero
 Chicago, Illinois
 Tel. 753 60 70
 Promoción 24 horas

Ruta

Esso
 CORPORACION INMOBILIARIA, S.A. B.C. S.
 CASERITA SUCCESOR FUSION SA 140
 TULANCINGO, PUE.
 PUEBLO ALTA, TULANCINGO

Director General: Juan Carlos Ortiz Castro

Publicación Independiente, Fundada el 11 de septiembre de 1961

Nº MENSUAL \$ 1.00 (7 días de entrega, 11 días de reposición)

MIÉRCOLES 10 DE SEPTIEMBRE DEL 2002

♦ Los ciudadanos ya no quieren escuchar acusaciones sin fundamento

Guerra de nervios entre precandidatos; exhorta MANS a campañas de altura

(Páginas 2 y 3)



PAR VIAL

Después de la inauguración oficial del Par Vial de Protoprim, el gobernador Manuel Ángel Hildaño dialoga con el candidato a alcalde del PAN, Alejandro Sánchez Ramírez. (Página 7)

Instructores del FBI capacitan a policías de Hidalgo
 página 2

BELLEZA NATURAL



Tras la lluvia de la tarde de ayer apareció en el cielo de Tulancingo un gran arcoíris que podía observarse en toda su magnitud y belleza desde varios puntos de esta ciudad

Sólo 15 planillas postularán el PAS por causas de recursos

(Página 4)

Banxico emite ahora un billete de plástico; es de 20 pesos

(Página 4)

PRIMER CIRCULO

► Embajada contra Coqui
 Por José Luis
 Página 10

HECHOS POLÍTICOS

► McCarthy tras arrestos
 Por Roberto Becerra
 Página 14

SIN REPORTE

► Rodríguez O Hernández?
 Por Sil. Arreola y Carlos
 Página 17

**¡Hasta
 ANUALIZADO POR SOLO
 \$ 2.50**

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

Se echó un clavado y no salió



Acompañado de un amigo, acudió a El Molino a "curárselo"

Por OSCAR AGUIRRE

"El Molino", perteneciente a la zona de... (text is partially obscured and difficult to read due to image quality)



En uno de los proyectos del gobierno se drenan las zonas bajas... (text is partially obscured)

Anduvieron en el Distrito Federal 2 niños se fueron de pinta y pusieron en jaque a los policías

Los policia... (text is partially obscured)

Drenaje abierto cerca de poses en perforación Latente riesgo de contaminación en cuatro colonias de Santiago

Por LUIS RAMÍREZ

El drenaje... (text is partially obscured)

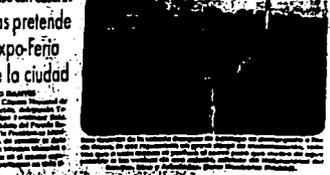
El drenaje... (text is partially obscured)



No hay compromiso con Cárdenas Mario Macías pretende reubicar la Expo-Ferija más cerca de la ciudad

Por FRANCISCO BARRERA

El gobernador... (text is partially obscured)



LOS POLITICOS...!

Los políticos... (text is partially obscured)

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

¡Buena provecho!
 Te recomendamos en el restaurante

 Calle Comercio 505
 Tel. 793 6070
 (Horario de 11 a 13)

Ruta

Boletín de Información y Opinión del 20 de mayo de 1985

Esso
 CORPORACIÓN MARCA S.A. DE C.V.
 CARRETERA MEXICO-TULANECA S/N 140
 TULANECA MEX.
 CREDITO S.A. TEL. 15 15 15

Director General: Juan Carlos Ortiz Castro

www.ruta.com.mx

Nº MEX 2.331 (Tulaneque, Hidalgo)

♦ Focos rojos para la PGR en esa zona

Aumenta siembra de enervantes en Las Huastecas



Se han intensificado los operativos e investigaciones a fondo, para llegar hasta los grupos ligados al narcotráfico, informó la delegada en Hidalgo de la PGR, María del Carmen Archundia

(Página 28)

ROSTROS Y TALENTOS



Rosa María Sarquís, ejemplo de trabajo y tenacidad

(Página 12)

Retiran apoyos a quienes no están con el PRI

(Página 9)

El PAN no se opone a que se investigue la campaña de Fox, afirma Bravo Mena

(Página 7)



Lamentable captura de Francisco Javier Pérez

Luna; hay persecución: PCD

(Página 5)

PRIMER CIRCULO

Encuentran a crimeros de la

No. 201 1 1111

(Página 8)

JUDICE POLITICO

3 Votos de pánico

No. 201 1 1111

(Página 18)

FALLECE A LA JUSTICIA

3 Besure: ahora sí, matas

No. 201 1 1111

(Página 12)

Surge conato de incendio en el mercado Benito Juárez



Un corto circuito causa alarma y pánico

Movilización de los cuerpos de auxilio y policíacos

Los bomberos tuvieron que demorar parte de la cortina de hierro para entrar a la central de abastos y sofocar el humo

(Página 10)

Huila

ADQUISICIÓN POR SOLD

\$ 2.50

TESIS CON FALLA DE CONTENIDO

Próximamente en:



Ruta

Documento Independiente. Semanal. 122. de circulación de 1951



CORPORACION ESSE S.A. DE C.V.
CAJETERA IMPRESA SUDAMA S.A. DE C.V.
TOLUCA QUILMOTEX S.A. DE C.V.
SOLICITA S.A. DE C.V.

Dirección General: Juan Carlos Uribe Castro

Nº 147 1987 2,557 Folios, Semanal, (Líbano)

◆ Se lo unen en marcha campesinos de Atenco con machetes

Crean normalistas caos en Pachuca

■ Tronaron petardos a base de cañones rústicos

■ Más de quinientos granaderos con gases resguardaron la sede del Poder Ejecutivo

■ Toda la plantilla laboral del gobierno estatal fue desalojada en una medida preventiva

■ Los manifestantes decían protestar contra el gobierno federal porque está poniendo la soga al cuello

Página 61



Gana empresa Bombardier contrato por 550 millones de dólares

■ Fabricará 45 nuevos trenes para el Metro del DF

Página 7

Pactan gobiernos y partidos evitar publicidad de obras públicas

Página 7

ROSTROS Y TALENTOS



**ESTHERCITA:
LOS FRUTOS DEL
ESFUERZO**

Página 18

Periodistas disputan casi a golpes sus planillas en el IRE

Página 3

Desaprueba PAN donación de vivero

Página 10

PRIMER CIRCULO

1 Rumor a reforma del ISSAT
De 2-11-87
Página 12

INDICE POLITICO

1 Gobernadores rebeldes
De 1-1-87 hasta 1-1-87
Página 18

PRESENTE A LA JUSTICIA

1 MARCAS, surgen diferencias
De 2-1-87 hasta 2-1-87
Página 12

Título

ADICIONAL POR BOLO

\$ 2.50

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Ruta



COMPAGNIA MEXICA S.A. DE C.V.
CARRETERA SAHAGUN-TEHUACAN SAHAGUN
TEHUACAN, PUEBLA
PUNTO DE SERVICIO

Director General: Juan Luchio Horta Castro

Al Mex 101 y 2222, Toluca, Mex.

■ Pero serán para que inviertan en México **Otorgará Nafin créditos a migrantes en EU**



■ Patricio Marcos Giacoman, director de Servicios Empresariales de la institución, informa que una de las intenciones principales es que con nuevos proyectos productivos se evite que familiares y parientes de quienes ya están en Estados Unidos sigan el mismo camino
(Página 3)

Denuncian a una red nacional de extorsionadores

■ Involucran a un presunto capitán de la Policía Federal del Camino *(Página 4)*

**Causan
alarma
explosión e
incendio en
Pachuca**

**Fallecen en
Tulancingo seis
adolescentes en
volcadura**

(Página 14)



**Impone PRD recamo de
revisión ante el Tepej de
mismos antes de vencerse
el plazo legal**
■ Acusa el IEE a ese
partido de *enrarecer*
el clima político de
cara a las elecciones
(Página 6)

**Lleva gastados más de
siete mil mdp el
gobierno federal en spots
en medios
informativos: JMSF**
(Página 7)

**Propone a Jesús Olvera
como nuevo
presidente de la Cruz Roja;
avanza de 90% en remodelación de hospital**
(Página 4)

PERDIDA CIRCULO
1 El PRD va tras la capital
En: 3 y 4
(Página 10)

DIRIGE PELAYOS
1 Los recursos de Frank
De: 10 y 11
(Página 12)

COMIENZA
1 Concluyen el debate
De: 10 y 11
(Página 11)

**¡Hasta
ADQUIERALO POR SOLO
\$ 2.50**





Ruta



COOPERACION MARCA S.A. DE C.V.
LABORATORIO PETROLERO S.A. DE C.V.
SUCURSAL MEXICO
PERMISO DE VENTA DE GASOLINA

Dirección General: Dr. Juan F. Alba (MEX) Ciudad

México D.F. Tel. 527-14-00. Fax 527-14-00

■ Afirma que ganó el fallo del Trife, previsto para hoy

Da PRD albazo informativo de sus registros

- Mientras Bravo Delgado dijo ayer que la resolución ya estaba dada y le era favorable, el tribunal federal cita a los medios para conocer hoy la resolución.
- Por otro lado, acusan perredistas a panistas de haberlos agredido a balazos, cuando los sorprendieron destruyendo propaganda del sol azteca en *El Arsenal*.
- Roberto Rodríguez Fernández, representante del PRD ante el IEE dice que habrá conflictos sociales si a su partido no le registran las 23 plantillas que está reclamando.
- Representantes del PAN ante el IEE denuncian que el partido del sol azteca ha hecho campañas sin tener candidatos registrados; entregan pruebas documentales.

(Páginas 2, 3 y 4)

Niega alcalde panista financiar campaña de correligionario

(Página 4)



Propone Mario Macías crear una policía profesional para Tulancingo

- Los integrantes de la misma tendrán que haber cursado la preparatoria.
- En el aspecto físico, deberán medir cuando menos 1.70 de estatura.
- La seguridad, es uno de los reclamos más apremiantes de la ciudadanía.

(Página 10)

Acusan panistas a funcionario de apoyar campaña de su hijo

(Página 21)

Rechaza Andrea Gasca Olvera que intimide a los electores

(Página 21)

Amenazan de muerte a un periodista

(Página 2)

Dimes y diretes entre priistas de Tulancingo

(Página 10)

PROBEN CIRCULO

3 Salones registrados a los priistas

En: 2000

Página 11

INDICE POLITICO

1 FIET a trabajadores

De: 1000

Página 7

EN REPUBLICA

3 Privilegios en el puntaje

De: 1000

Página 12

Tiula

ADQUIRIDA POR SOLO

\$ 2.50

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

RESIDENTEN EL ALZA AL GAS LP Amas de casa compran ahora menos básicos



El Sol de Tulancingo

Cherubino Balón Suroeste, Tulancingo, Pap. Viernes 6 de Noviembre de 1962, F. No. 10,000, Precio \$1.00, No. 2781

Emboscaron a candidato priista



Panistas de Acoachihlan les dispararon; afirma Mauricio Meneses Melo

Fue alertado por un taxista, en el camino a Chimalapa, dijo

Mauricio Meneses Melo, candidato priista a la Presidencia de Aca de Hidalgo, confirmó la tarde de ayer, la denuncia general por los hechos que se presentaron en el camino, cuando iba en su automóvil, de Acoachihlan, perteneciente a la zona emboscada, donde sus partidarios por el candidato del Partido Acción Nacional, fueron atacados y heridos.

El candidato a la Presidencia de Aca de Hidalgo, Mauricio Meneses Melo, confirmó la tarde de ayer, la denuncia general por los hechos que se presentaron en el camino, cuando iba en su automóvil, de Acoachihlan, perteneciente a la zona emboscada, donde sus partidarios por el candidato del Partido Acción Nacional, fueron atacados y heridos.

El candidato a la Presidencia de Aca de Hidalgo, Mauricio Meneses Melo, confirmó la tarde de ayer, la denuncia general por los hechos que se presentaron en el camino, cuando iba en su automóvil, de Acoachihlan, perteneciente a la zona emboscada, donde sus partidarios por el candidato del Partido Acción Nacional, fueron atacados y heridos.

En diferentes faros de México

Difunden vida y obra de Sor Juana Inés de la Cruz

Por OSCAR MARTINEZ

En la ciudad de México, en un teatro, se difunde la vida y obra de Sor Juana Inés de la Cruz, una de las más grandes escritoras de la literatura hispanoamericana.



La difusora de la vida y obra de Sor Juana Inés de la Cruz, una de las más grandes escritoras de la literatura hispanoamericana.



Templo de Nuestra Señora de los Angeles
Cuentan apenas con un millón 200 mil pesos para adquirir el lote en donde construirán otra iglesia



Clinica Santa Elena
Especialistas españoles realizarán importantes operaciones gratuitas

Ejemplar: \$3.00
Ahora puede consultarnos en Internet

Salen de casa a la escuela ya con la luz del día

El nuevo horario favorece a estudiantes

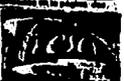
TESIS CON FALTA DE CRITICA

EXPLOTACION INFANTIL, A LA VISTA

Laboren por las noches en calles y cruces



El Sol de Tulancingo



Opinion Editorial

Maria Victoria Rojas Periodista y Columnista

Tulancingo, Hgo., Lunes 11 de Noviembre de 1988

Primer Año Número 107

Optimistas los ocho partidos



Hasta el cierre de casillas no había tendencias claras

Las elecciones en un clima de casi total tranquilidad

Por LA OBRERA

Al cierre de las casillas a las 18 horas de ayer, el día de ayer, los resultados de las elecciones de los partidos políticos no presentaban tendencias claras. Hasta el cierre de casillas no había tendencias claras. Los resultados de las elecciones de los partidos políticos no presentaban tendencias claras. Hasta el cierre de casillas no había tendencias claras.

Bajan las temperaturas Nada sobre el albergue para los indigentes

Por OLGA MARCELA GARCIA

Al bajar las temperaturas, nada sobre el albergue para los indigentes. El gobierno municipal de Tulancingo, Hgo., no ha anunciado nada sobre el albergue para los indigentes.



El alcalde Juan Gómez Martínez, acompañado de sus colaboradores, en un momento de la inauguración del albergue para los indigentes.

Acudieron a sufragar todos los candidatos

Por FLORENCIO RAMÍREZ

Acudieron a sufragar todos los candidatos. En el día de ayer, todos los candidatos acudieron a sufragar.



Juan Gómez Martínez, alcalde de Tulancingo, Hgo., en un momento de la inauguración del albergue para los indigentes.

El uno de diciembre vence el plazo que las dio la CdyF Posible que haya otra escasez de agua en Santiago

Por ROSARIO MARTÍNEZ

El uno de diciembre vence el plazo que las dio la CdyF. Posible que haya otra escasez de agua en Santiago. El gobierno municipal de Santiago de los Caballeros, Hgo., no ha anunciado nada sobre la escasez de agua.

Abren nuevas inscripciones Universidad Politécnica

Abren nuevas inscripciones Universidad Politécnica. La Universidad Politécnica de Tulancingo, Hgo., ha anunciado que abre nuevas inscripciones.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Ruta



COMBUSTIBLES MARCA S.A. DE C.V.
CARRETERA AEROPORTUARIA No. 100
TULANCINGO HGO.
C.P. 753 00 00

Dirección General: Juan Carlos Ortiz Castro

NO. 1012, 102, 7 de febrero de 1992

■ Terminó, sin embargo, el *carro completo*

Gana PRI Pachuca y Tulancingo

- Fueron mujeres la mayoría de votantes por el partido tricolor
- Arrebata PAN Acaxochitlan, Acatlán y Tizayuca; mantiene Santiago
- El Verde Ecologista obtiene Singuilucan; Actopan, para el PRD



Obtiene Darina, de Pachuca, 1er lugar en *Operación Triunfo*

Mexico D.F. Darina, una guisera de Pachuca, ganó la primera edición de *Operación Triunfo* México, el primer reality musical que organiza la empresa Televisa con Endemol. Darina derrotó a, por un estrecho margen en las jurado de los jueces del público, a Estre y obtuvo \$30 mil pesos, un contrato para grabar un disco, un matrimonio último modo, una aparición en *Espejitos Triunfo España*, un contrato por un año al interior del país y la grabación del tema principal de una telenovela de Televisa. ■

¡GANELO!

¡Pachuca y Singuilucan!
Por: Endemol México
Página 10

¡INDICE POLITICO!

¡Solución mexicana Fox
Por: Fox y el mundo
Página 10

¡EN EXPLICACION!

¡Riñas entre escultores
Por: M. Torres y José Romo
Página 11

Título

ADICIONAL POR SOLO

\$ 2.50





El Sol de Tulancingo



75 34448 31496

Proprietario: C. de V. M. S. A. S.

Director: Manuel Vázquez Rábago

Tulancingo, Págo., Llave 8 del 10 de febrero de 1959

Primer Secretario: Manuel Vázquez Rábago

Publicación: el 10 de febrero de 1959

Capturan al multiasesino



Autor del caso que conmovió a México

El 10 de febrero de 1959, se capturó al multiasesino, autor del caso que conmovió a México, en un momento de su estancia en un hotel de la ciudad de Tulancingo.

El nombre del asesino es el de Juan José Rodríguez, quien se dio a conocer por haber matado a una mujer en un momento de su estancia en un hotel de la ciudad de Tulancingo.

El asesino fue capturado en un momento de su estancia en un hotel de la ciudad de Tulancingo, y se le dio a conocer por haber matado a una mujer en un momento de su estancia en un hotel de la ciudad de Tulancingo.



El 10 de febrero de 1959, se capturó al multiasesino, autor del caso que conmovió a México, en un momento de su estancia en un hotel de la ciudad de Tulancingo.

El asesino fue capturado en un momento de su estancia en un hotel de la ciudad de Tulancingo, y se le dio a conocer por haber matado a una mujer en un momento de su estancia en un hotel de la ciudad de Tulancingo.

Diseno y movilidad Interesante conferencia en el Instituto Alfonso Cravioto

Una conferencia de diseño y movilidad se celebró en el Instituto Alfonso Cravioto, en Tulancingo, el día 10 de febrero de 1959. La conferencia fue organizada por el Instituto y tuvo como tema principal el diseño y la movilidad en el arte y en la vida cotidiana.



El diseño y la movilidad son dos aspectos fundamentales del arte y de la vida cotidiana. En esta conferencia se abordaron temas como el uso de los materiales, la elección de los colores y la distribución del espacio.

Devolvieron más de \$500 mil a CAPAT

El Gobierno Federal devolvió a CAPAT (Comisión Administradora del Seguro Agrario) más de \$500 mil en efectivo, en un momento de su estancia en un hotel de la ciudad de Tulancingo.



Previenen sustracción ilegal de menores

Las autoridades locales han tomado medidas para prevenir la sustracción ilegal de menores en Tulancingo. Estas medidas incluyen la implementación de un sistema de registro de menores y la colaboración con las autoridades federales.



Lo que necesita saber Servicios funerarios

Los servicios funerarios son una parte importante de la vida cotidiana. En esta sección se explican los diferentes tipos de servicios funerarios disponibles en Tulancingo, así como los costos y los requisitos para contratarlos.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Ruta



COMPAÑIA MEXICANA DE PETROLIO S.A. DE CV
CARRETERA MEXICO-TULANCINGO, S/N
TULANCINGO, TUL. TEL. 751 60 70

Director General: Juan Carlos Utría Castro Tel. 751 60 70 Fax: 751 60 70

■ Asegura que no guarda rencoras a los regidores

Me siento tranquilo y no temo nada:

Juan Gómez M.

■ Las denuncias en su contra, sin sustento, asegura ■ Los municipales panistas opositores querían que fuera un *hítere*, revela ■ No me voy de Tulancingo; "aquí están mis negocios y mi familia" ■ Contaduría Mayor de Hacienda del Congreso encuentra irregularidades en 15 municipios, entre ellos Tulancingo

(Página 3 y 4)



■ Incrementan vigilancia en instalaciones federales; PRI refuerza medidas de seguridad; PRD teme violaciones a derechos humanos

(Información página 4)

Por discriminación indígena, 20 dialectos podrían desaparecer, denuncia legislador

(Información página 4)

ROSTROS Y TALENTO



Estrés, constante en la vida de un médico: Luis A. Marroquín

(Página 11)

PAN y PRI, equilibrio de fuerzas en regidurías

(Página 12)

Rechazan proyecto industrial para Tulancingo

(Página 13)

CAMELOT

► SUREPO, busca renovar los 100.000 MARSIS de Tulancingo

(Página 14)

Frente a la Justicia

► Expropiación a Esteban Tejeda por Zedillo-Huasteca

(Página 5)

Administración

Hecha gracia que por vacaciones, sólo podrá la próxima semana la edición del viernes 3 de enero del 2003. Gracias.

Hasta ANIVERSARIO POR SOLO

\$ 2.50

TESIS CON
FOTOGRAFIA

Capítulo III.- Propuesta de Código

“¿Qué es más importante el *rating* o la conciencia social?, ¿La lana (sic) o la gente?, ¿Exhibir o educar?”, se pregunta la novelista y articulista Guadalupe Loaza en un artículo publicado recientemente en *Reforma* a propósito de la violencia en los medios de comunicación (⁵³).

De acuerdo a la organización no gubernamental *En Los Medios a favor de lo mejor*, se calcula que en México en promedio los niños han “sido expuestos a 8 mil asesinatos y 100 mil acciones violentas en la televisión, al momento de terminar su educación primaria” (⁵⁴).

Para el investigador y periodista Raúl Trejo Delarbre existen dos dilemas sobre los cuales no existen respuestas concluyentes en el estudio de los medios y su relación con la violencia: Primero, la violencia en los medios es causa de violencia adicional en la sociedad y segundo, qué hacer ante la proliferación de mensajes que pudieran atentar contra la convivencia, la apacibilidad y la tolerancia (⁵⁵).

Para Trejo Delarbre la violencia forma parte de nuestra realidad y es parte integral en el contenido de los medios. “La nota roja suele ser ese campo propicio para describir realidades de una sociedad compleja. La crónica periodística y la sociología de casos específicos, llegan a enriquecer ese recurso. Sin embargo cuando a ese género se le toma con fin en sí mismo, el enorme riesgo del sensacionalismo tiende a dominarlo todo... La violencia,

⁵³ Loaza Guadalupe. Pena de Muerte al 'rating'. *Reforma* del 26 de noviembre del 2002. P. 15

⁵⁴ Organizaciones Coordinadas para Mejorar los Medios de Comunicación, *En los Medios A Favor de lo Mejor. Manual de Campaña*. México, febrero de 1997, p 9

⁵⁵ Trejo Delarbre, Raúl. “*La Televisión ¿espejo o detonador de la violencia en la sociedad?*” Ensayo para el libro *El Mundo de la Violencia*. Ed. Fondo de Cultura Económica. 1998

en fin, es parte de la vida. Muchas cosas lo son. Pero de ahí a propagarla como elemento central, haya una distancia que los empresarios de la comunicación y especialmente la TV, ante la mirada todavía estupefacta de una sociedad que no suele reivindicar sus derechos respecto de los medios, acostumbran a brincar apuntalados en la venta de espacios de publicidad. La violencia entonces, patéticamente, queda supeditada no a control social alguno, ni al autocontrol sustentado en parámetros éticos, sino al imperio del dinero” (56).

Es el *rating* (57) o el dinero lo que evidentemente buscan los medios llámese impresos o electrónicos, para justificar la publicación de la violencia, el amarillismo y el sensacionalismo en aras de obtener mejor posicionamiento (circulación en el caso de los periódicos) y por ende mejores ingresos.

Pero en sociedades como la hidalguense, que está catalogada entre las más pobres del país, en donde los rezagos educativos (58) casi alcanzan a una tercera parte de su población total, las informaciones o noticias de hechos violentos tienen un mayor impacto.

De ahí que periódicos como *El Sol de Hidalgo* y sus respectivas ediciones regionales mantengan su línea editorial basada en la explotación de hechos sangrientos y dirigidos a segmentos de lectores, que son en su mayoría, de escasos recursos educativos e intelectuales. Por ello sus informaciones contienen violencia o hechos delictivos y hasta en ocasiones morbo como

⁵⁶ *Ídem.*

⁵⁷ Es la unidad de medida para determinar la audiencia que escucha radio o ve TV en determinado horario.

⁵⁸ De una población de 2.2 millones de habitantes, 230 mil son analfabetas, más de 200 mil no concluyeron la primera y más de 350 mil desertaron antes de concluir su primera. Entrevista al Hernán Mercado, Coordinador del Instituto Estatal de Educación para Adultos, IEAA. Periódico Ruta. Ed. 2784. 4 Feb del 2003. P 8.

aquella noticia principal de su edición del 21 de noviembre del año pasado: **Incendio en humilde vivienda** (⁵⁹).

De ahí la necesidad de establecer un Código de Ética para los medios impresos en Hidalgo, que entre otros compromisos, eleve la calidad periodística, contribuya a fortalecer la cultura de los lectores, informe de hechos y sucesos sin amarillismo y sensacionalismo y dignifique no solo al gremio periodístico, sino a la propia sociedad.

Los medios deben asumir un compromiso con la sociedad y no regirse solamente por la ley de la oferta y la demanda, de la circulación o del *rating*. De otra forma la prensa estaría abandonando su misión de informar hechos de interés público y al tiempo de abonar la pérdida de valores en detrimento de la descomposición social.

Aunque seguramente existirá reticencia para asumir un compromiso social, los medios deben ser también sujetos del escrutinio público y finalmente, la sociedad y los lectores, sus principales jueces.

Pero si esta iniciativa de adoptar un Código de Ética deberá ser lanzada por los propios medios, para que tenga un valor de peso social y no que venga como una imposición de determinados sectores sociales, porque entonces nuevamente entraríamos a la discusión de atentar contra la “libertad de expresión”.

El Código de Ética deberá ser la ventana por donde los medios tendrán que ser mirados para que el público lector y la sociedad tengan la garantía de que existen principios de honestidad, responsabilidad y conductas apegadas a

⁵⁹ Nota principal de *El Sol de Tulancingo*, edición 8574 de fecha 22 de noviembre del 2002.

normas establecidas para su beneficio y con un sello distintivo de autocertificación.

3.- I.- Código de Ética para el Estado de Hidalgo

La presente propuesta persigue como objetivo elevar la profesionalización del periodismo en Hidalgo y establecer un **Código de Ética** para que los editores constituyan un compromiso con sus lectores. Es evidente que la sola iniciativa de proponer estos lineamientos, podría causar resquemor entre el gremio periodístico de Hidalgo.

Sin embargo, partimos del hecho de la necesidad de dignificar la profesión y de contribuir periodísticamente para que desde el más modesto hasta el más importante de los medios, coadyuven a fomentar la cultura informativa democrática, pero sobre todo que el periodismo en Hidalgo deje de ser un periodismo mediático, que solo refleje el perfil de una sociedad marginada y atrasada.

- 1.- El periodista tiene el deber de informar basado en la verdad, no en dichos ni rumores.
- 2.- El periodista debe profesar respeto a la dignidad humana, a los derechos humanos y a la vida privada.
3. El periodista debe conocer el marco jurídico en el cual ejerce su profesión, así como las sanciones a las que puede ser sujeto en caso de incurrir en difamación o daño moral.
- 4.- El reportero es un informador de los hechos, no un juez de los mismos. Por lo mismo sus noticias deberán estar apegadas a los hechos y no a los supuestos.

5. El periodista debe profesar respeto a los lectores y a las fuentes informativas. Por ello su deber es investigar los hechos de interés público y no los que sea de su interés particular. Deberá siempre incluir nombres y cargos de los entrevistados y no publicar sobrenombres o apodos de los entrevistados.

6. Un periodista no debe publicar o afirmar los hechos que no le consten.

7.- El periodista deberá de abstenerse a publicar acusaciones no verificadas o sin sustento legal.

8.- El periodista debe respetar el secreto profesional. Cuando por alguna razón la fuente pida omitir su nombre, el periodista no puede revelar la identidad.

9.- El periodista tiene la obligación de buscar la imparcialidad en la información y confrontarla con otras fuentes. De lo contrario la noticia será imparcial y fácilmente manipulable.

10.- El periodista **nunca** debe reflejar sus preferencias ideológicas, partidistas o de credo religioso en sus informaciones.

Conflicto de Intereses:

11.- El periodista no debe aceptar encargos o puestos públicos y trabajar al mismo tiempo en un medio de comunicación.

12.- El periodista deberá rechazar cualquier regalo o compensación económica que ponga en entredicho su

independencia e imparcialidad. En cambio deberá exigir una retribución justa por su trabajo.

13.- El periodista no debe trabajar para dos medios diferentes en el mismo Estado de Hidalgo, salvo en caso de que los editores lo aprueben específicamente.

14.- El periodista no debe pedir o solicitar el nombramiento de algún familiar o de alguna amistad en cargos públicos bajo el amparo de y la protección del medio de comunicación que representa.

15.- El periodista no debe tramitar o solicitar publicidad porque condicionaría su imparcialidad en el ejercicio profesional.

Responsabilidad de Editores

16.- Los editores o dueños de periódicos deben retribuir un salario justo, el mínimo profesional, para su personal de prensa.

17.- Toda información que sea pagada como gacetilla, deberá distinguirse del resto del contenido informativo para que el público lector pueda diferenciarla. Los periódicos podrán incluso enmarcar la información y al contenido colocarle un tipo de letra diferente. Cuando se trate de desplegados, deberá siempre incluirse un responsable del contenido.

18.- Los dueños de medios o editores deben abstenerse de solicitar apoyos en especie o tramitar gestiones ante la autoridad, en donde haya intereses monetarios.

19.- Los dueños de medios o editores deben proporcionar a su personal los medios necesarios para su labor y no exigir que éstos lo obtengan por otra vía.

20.- Los editores o propietarios deben promover la capacitación constante del personal periodístico, a través de cursos o seminarios que impartan instituciones superiores.

CONCLUSION

¿Son los medios de comunicación espejo de la sociedad o son fiel reflejo de los intereses económicos determinados por la *ley* de la oferta y la demanda o de las intrincadas relaciones prensa-poder?

Hoy los estudiosos de la comunicación insisten en la necesidad de analizar la **Responsabilidad Social** de los medios y el impostergable compromiso de establecer normas éticas que los regulen en la difusión de contenidos de nulo o escaso valor, sin compromiso moral alguno.

La exigencia social de mayor responsabilidad de los medios tiende a acentuarse en los últimos años. Esto, dice el profesor de Ética de la Universidad Politécnica de Valencia, España, Hugo Aznar, “precisamente por el espectáculo de unos medios envueltos en una carrera desaforada por el mayor beneficio y rentabilidad posibles. Así, aunque los medios actúen en la práctica como *negocios*, el resultado de ello no se corresponde sin más con lo que deberían ofrecer como medios de comunicación” (60).

Es indudable que los medios, amparados en los preceptos universales de la libertad de expresión y de información, se escudan para no ser sujetos de regulación alguna.

Pero si como establecen los investigadores de los medios de comunicación, “la información representa un valor democrático”, el ejercicio de la libertad de información no puede girar sin compromiso frente al universo al que llegan, que es el público.

⁶⁰ Aznar, Hugo. *Medios de Comunicación y esfera pública: el papel de la autorregulación. Deontología y Autorregulación informativa*. Universidad Iberoamericana, 2000. P.155.

En ese contexto, son contados los diarios del Distrito Federal y de las entidades federativas del país los que han asumido el reto de autorregulación. Sin embargo, en los últimos años se ha registrado un *boom* por el establecimiento de Códigos de Ética Periodística.

Pero dicha *autorregulación*, sin embargo, se han convertido más en un recurso *estético* que en un importante eslabón para la profesionalización del periodismo.

Se le ha convertido, incluso, en una táctica de **imagen pública** para aparentar “independencia y responsabilidad de un medio”, “de apertura democrática” y de “transparencia” más que como un eficaz mecanismo que dignifique el oficio informativo.

En México, se tienen documentados un universo de 400 impresos y 200 revistas. De éstos, escasamente más de 5 de periódicos editados en la capital y otros 5 más de distintas partes de la República Mexicana cuentan con un mecanismo de autorregulación.

Pero ¿qué llevó a estos medios autorregulados a ofrecer una cara distinta a sus lectores?

En principio ganar credibilidad frente al desprestigio tan competido a que ha llegado los medios escritos. Bajo los preceptos de “responsabilidad e independencia”, se obtiene confianza que al final significa mayores ventas, más circulación y por consiguiente, más recursos.

Pero la autorregulación no responde solamente a estos términos. Existieron otras razones que justifican ese paso. Entre éstas, las del gobierno federal para retrasar, a caso suplantar sugiere el comunicólogo Omar Raúl Martínez.

una reforma legislativa en materia de derecho a la información, que finalmente se dio con la Ley de Acceso a la Información, recientemente aprobado por el Congreso en el 2002.

A pesar de ello persiste una marcada reticencia para asumir el compromiso de la autorregulación. ¿Cuáles serán entonces, las razones verdaderas, para que subsista esta situación? Sin duda, los intrincados intereses que permanecen en la relación prensa-poder político o prensa-poder económica y a la dependencia económica a los recursos públicos.

Persiste la corrupción desde muy diversas modalidades, que van desde la asignación de publicidad gubernamental de manera discrecional hasta los tradicionales *embutes* o compensaciones económicas para editores, reporteros, columnistas, caricaturistas y directores.

Otra razón es el *amarillismo* ⁽⁶¹⁾ en la noticia que privilegian algunos medios. Saben que entre más escándalo se haga de una información, más lectores o consumidores tienen y esto genera ventas. Al interior del país, los medios explotan la nota roja y el morbo de los lectores. Tienen ahí un *niche* de mercado, pero soslayan su responsabilidad social, que es la de educar a través de la información y garantizar un acceso a una mejor democracia.

Otra razón es la falta de profesionalismo en los medios. Al interior del país se *habilitan* reporteros al vapor con una escasa cultura, exigua formación

⁶¹ El destacado periodista Julio Sherer García dijo en un panel, en el Tec de Monterrey, entre los ganadores del Premio Nuevo Periodismo, que el "amarillismo es absolutamente inevitable, como una bella mujer... si las noticias no se 'maquillan' no sirven como las mujeres que no se arreglan". Al día siguiente, el fundador del Semanario Proceso precisó que no consideraba recomendable el amarillismo en el periodismo, pero dijo es casi inevitable. Del término 'maquillaje', dijo se refiere a la "necesidad de embellecer el texto periodístico" y se disculpó por la analogía que hizo de las mujeres. Internet: www.etetera.com.mx/page07/bne19.asp

educativa en detrimento en el manejo del lenguaje español, sin vocación periodística y con salarios indignos, que los orilla en el mejor de los casos a compensar sus ingresos a través de prácticas incluso que de tipifican como delictivas, como es la extorsión y el chantaje.

Y es ahí en buena medida donde radican todos los vicios de la prensa mexicana que en el caso de los informadores en el Estado de Hidalgo se magnifica.

Para los medios hidalguenses, esta asignatura pendiente por la autorregulación, se dimensiona aún más por la excesiva dependencia económica de los 'periódicos' hacia los recursos gubernamentales y por la carente profesionalización del gremio.

Pero esta situación por demás ambivalente, no es más que resultado del propio proceso que se estableció como modelo estructural para la prensa mexicana donde la cultura política está regida por el poder en turno.

Hoy los grandes diarios del Distrito Federal pasaron por similar situación que en el estado de Hidalgo.

Caso concreto son los periódicos mal llamados nacionales, porque su área de influencia esta solo en el Distrito Federal y no en los Estados de la República Mexicana. Pero estos diarios al igual que las cadenas de televisión privada, fueron favorecidos desde el poder de muy diversas maneras. Nacieron, crecieron y vivieron durante muchos años al amparo del poder político. Sus intrincadas relaciones con el gobierno en turno, permitieron que estas empresas emergieran como "respetados" medios de prensa a cambio una subordinación institucional: *al cliente lo que pida.*

Para ellos abundaron los apoyos financieros a través de créditos preferenciales; inmuebles donados o en comadato; estímulos fiscales; dotación discriminada de insumos a través de papel periódico, tarifas preferencias en electricidad; publicidad institucional asignada de manera discrecional; condonación de deudas acumuladas con el Seguro Social y convenios publicitarios con cargo a cuotas obrero patronales; contratos, para trabajos de impresión; pago de publicidad adelantada (el llamado Plan Francés para TV); entregas de dinero en efectivo para directores, columnistas, editorialistas y reporteros como complementos salariales; gratificaciones o compensaciones para directores y comunicadores a través de organismos públicos como la Lotería Nacional; periodistas habilitados como contratistas de muy diversos bienes y servicios para el gobierno; entrega de viviendas a periodistas, en ocasiones hasta gratuita; viajes turísticos y de placer para periodistas y directivos de medios con familia o acompañantes al interior o exterior del país, pero con cargo al erario público.

Estos fueron algunos de los intereses que involucraron a la prensa y que paulatinamente fueron desapareciendo del medio periodístico. Pero la eliminación, que no erradicación, de estos males se origina no como respuesta a una política o conducta ética "de transparencia y honestidad".

Se da por decreto. Por el distanciamiento que lentamente se genera entre el poder y los medios, específicamente la prensa escrita, y porque la caída en los tirajes y rangos de cobertura de dichos medios no justificaba ya tantas concesiones. Pero también se da por aquellos desplantes del poder, acuñado en la célebre frase de "pago para que me peguen". Es decir, el poder político modificó su visión hacia los medios, entre otras razones porque conoció que

desde muchas dependencias gubernamentales se financiaban campañas de prensa en contra de políticos o de decisiones de gobierno.

Aún cuando el modelo estructural de esa prensa se había agotado, hubo voces que aconsejaron quitar de manera gradual, aquellos apoyos tan displicentes. Entonces se diseñó una forma de “regulación” a través de los ajustes económicos al gasto presupuestal del gobierno en materia de prensa y se emitieron los primeros lineamientos en materia de Comunicación Social. Se acabaron así las “partidas secretas”, los gastos desmedidos de representación oficial (comidas) y los viajes de funcionarios con un séquito de periodistas. Pero estos lineamientos por supuesto no marcaban directrices éticas. Obedecieron a un control desde el poder hacia la prensa escrita, que para entonces ya había perdido su capacidad de transmitir mensajes hacia la sociedad.

Pero este modelo de relación-compromisos prensa-poder subsiste a nivel regional. En Hidalgo se mantienen los privilegios, las componendas y la corrupción, quizás de manera corregida y aumentada.

Los conflictos de intereses igualmente se potencian porque existen “directores” de medios que al mismo tiempo trabajan para el gobierno estatal desde una oficina de comunicación social.

Y esta situación se vuelve aún más “compleja” cuando estos mismos “periodistas” resultan ser corresponsales de los medios del Distrito Federal.

Entre otros, podemos citar así al corresponsal de *El Universal* que es al mismo tiempo el director de Comunicación Social del Congreso del Estado; el de *TV Azteca*, que es el responsable del manejo de prensa en el IFE-

Delegación Hidalgo; el de *Reforma*, que tiene un espacio informativo en la televisión estatal y el subdirector de la cadena de las ediciones del *Sol de Hidalgo*, que fue hasta hace unos cuantos meses, director de prensa de la Delegación del Seguro Social en Hidalgo.

Luego entonces, ¿qué compromisos morales o sociales adoptan frente a sus lectores o radioescuchas o televidentes? ¿Cuáles son las “normas éticas” que asumen? ¿A qué intereses obedecen? ¿A los intereses de gobierno estatal, a los intereses de los medios del Distrito Federal que representan o a sus intereses como propietarios de un medio local?

De ahí la impostergable necesidad de impulsar los esfuerzos para la autorregulación en el periodismo hidalguense, tarea un tanto cuanto compleja por la diversidad de intereses entremezclados, como por el escaso profesionalismo del gremio y la falta de una política clara y transparente en el manejo de los recursos públicos en materia de prensa.

Resulta hasta ofensivo que un estado considerado entre los más pobres del país, como Hidalgo, cuente con una diversidad de medios impresos, cuya calidad periodística deja mucho que desear.

Pero si a esta situación, le adicionamos el privilegio por la difusión de contenidos con escaso o nulo valor, sin ninguna responsabilidad social y una excesiva violencia presentada a través de las páginas de los rotativos, encontramos que el panorama no es nada halagüeño y se torna harto difícil comprometer a estos medios y a estos informadores, a una autorregulación.

La cuestión es cómo hacer efectiva la implementación de un Código de Ética Periodística y la exigencia de responsabilidad de los medios frente a la sociedad.

Porque no basta con que la autorregulación periodística sea a través de la oferta y la demanda, pues caemos en el caso del periodismo que explota la violencia y el amarillismo o aquel que simplifica o descontextualiza el sentido de la noticia, como política para acrecentar su circulación y con ello acreditar tirajes para conseguir pautas publicitarias. Luego entonces, dónde quedaría la responsiva social del medio que ejerce una influencia cultural frente a una sociedad como la hidalguense, con bajos niveles educativos.

¿A quien correspondería dar los primeros pasos en la búsqueda de un periodismo honesto y transparente, regulado por normas deontológicas, que coadyuven a elevar la cultura democrática de la sociedad? ¿Al gobierno estatal o a la prensa local?

Sin lugar a dudas que es a los medios de comunicación en primera instancia, y que muy seguramente serán *forzados* a establecer parámetros de autorregulación ante la extinción de un sistema político que impuso controles para cooptar e inhibir el desarrollo sano de los medios y del periodismo.

Pero aún cuando exista reticencia por llevar a cabo esta tarea, se deberá comenzar por que la sociedad civil exija el compromiso a los medios. Y esto solo se logrará en cuanto aparezca la primera publicación de un **Código de Ética** en cualquier medio de comunicación local (prensa, radio o televisión), a fin de generar una corriente de opinión que pugne porque los periodistas y

directivos de empresas periodísticas, se vean obligados a hacer un compromiso público con sus lectores o auditorio.

Seguramente será una tarea ardua y difícil de realizar, pero es impostergable llevarla a cabo, porque con ello se podrá transparentar el ejercicio profesional, que deberá estar acompañada de una mayor profesionalización de los informadores y de un salario digno, el mínimo profesional establecido por la ley, que les permita vivir con decoro.

Esto seguramente también, no será bien visto por los propietarios de medios, quienes preferirán el *estatus quo* que invertir recursos para dignificar la profesión.

Pero es ahí donde la otra cara de la relación, prensa-poder, tiene que participar para el logro de dicha propuesta. Será necesario que la administración estatal, establezca sus propias normas que regulen los criterios para el otorgamiento de la publicidad oficial. Entre éstos deberán observarse la entrega por parte de los medios de comunicación, de una auditoria de circulación, de perfil del lector y de cobertura geográfica en el caso de los rotativos y para los audiovisuales, acreditar su audiencia.

La certificación tendrá que realizarla una empresa especializada en la medición de estas características con una metodología también certificada o por una institución académica, pública o privada, de reconocido prestigio, como la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Simultáneamente proponer la creación de una figura jurídica, similar a la de un Ombudsman del Lector, dónde se puedan dirimir controversias entre las empresas periodísticas y los ciudadanos afectados por la difusión de noticias

que causen daño moral o difamación. Esto al margen de la propia garantía que tienen los afectados de llevar un juicio civil o penal, conforme lo prevén los códigos Civil y Penal.

Además, con la entrada en vigor de la Ley de Acceso a la Información, en abril próximo, posibilitará a mejorar el entorno periodístico, porque permitirá dar a conocer muchas de las entrañas de ese sistema caduco.

La información gubernamental ya no estará bajo resguardo, situación que permitirá desarrollar un periodismo de investigación y documentación lo que coadyuvará a transparentar las acciones de gobierno.

Y toda esta labor necesariamente deberá rendir frutos a muy corto plazo, para que el periodismo en Hidalgo se dignifique y contribuya, así, a elevar la cultura democrática de los hidalguenses a través de la información.

BIBLIOLGRAFIA

Aguilera Fernández, Antonio. La libertad de expresión del ciudadano y la Libertad de prensa o información. Madrid, Comares, 1990.

Anónimo. Horizontes: Monografía de la ciudad de Tulancingo. 1967.

Carreño Carlón, José y Villanueva Ernesto. Temas fundamentales de Derecho de la Información. Editorial Fragua. 1998

Castaño, Luis. El régimen legal de la prensa en México. Editoria! Porrúa. 1962.

Censo de Población. Anuario Estadístico del Estado de Hidalgo 2000. INEGI

Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española. Vigésima Primera Edición. Editorial Espasa-Calpe. 1992.

Diccionario BookShelf en Español de Microsoft. Editora Biblograg, S.A.

González Bedoya, Jesús. Manual de deontología informativa. Alambra. Madrid. 1987.

González Reyna, Susana. Manual de redacción e investigación documental. Ed. Trillas, 1990.

González Llaca, Edmundo. La Opinión Pública. Bases preliminares para el estudio de la Propaganda Política. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM. Dirección General de Publicaciones 1977.

Hynds C., Ernest. Periodismo Norteamericano de Hoy. Editores Asociados S.A. 1977.

- Jhonson Stanley y Harris Johan. El Reportero Profesional. Editorial Trillas. 1980.
- Leñero, Vicente y Marín, Carlos. Manual de Periodismo. Editorial Grijalbo. 1986.
- Luna Pla, Issa y Villanueva Ernesto. El derecho de acceso a la información. Fundación Honrad Adenauer. 2001. Universidad Iberoamericana.
- Secretaría de Finanzas. Cuadernillo Composición de los Ingresos y Proyecto de Presupuesto de Egresos. 2003.
- Sherer García, Julio. Los presidentes. 18va. Ed. México. Editorial Grijalbo. 1993.
- Trejo Delarbe, Raúl. La Televisión ¿espejo o detonador de la violencia en la sociedad? Ensayo para el libro *El Mundo de la Violencia*. Editorial Fondo de Cultura Económica. 1998.
- Valdespino, Valdespino C. El Estado de Hidalgo. Editorial Del Agua Impresores. 1980.
- Villanueva Ernesto. Autorregulación de la Prensa. Universidad Iberoamericana. 2002
- Villanueva Ernesto. Deontología Informativa. Universidad Iberoamericana. 1999.
- Villanueva Ernesto. Régimen jurídico de las libertades de expresión e información en México. Universidad Nacional Autónoma de México. 1998.
- Villanueva Ernesto. Derecho comparado de la información. Universidad Iberoamericana. 2002.
- Organizaciones Coordinadas para Mejorar los Medios de Comunicación, En los Medios a Favor de lo Mejor. Manual de Campaña. México, febrero de 1997.

Fuente en Internet

Eisenmann Roberto. Ensayo sobre *Ética y corrupción en el periodismo*. Feb del 2002.

Tomado de Internet: www.mensual.prensa.com

El Sol de Hidalgo: www.oem.com.mx

FELAP, Declaración. Código Latinoamericano de Ética Periodística. Tomado de Internet:

www.autor.org.br/debate/cticafelap.htm

Fundación Buendía: www.fundacionbuendia.org.mx

Martínez Oscar Raúl. ¿Recurso ornamental o mecanismo para la profesionalización?

Revista Mexicana de Comunicación. Artículo publicado en Internet: www.cem.itesm.mx

Steele, Robert y Jay Blake Jay. *Código de Ética de los Medios de Información*. Internet:

<http://usinfo.state.gov/journals>

Villanueva, Ernesto. Mesa redonda sobre la Ley de Información y la Ética. Entrevista en

Radio Educación. Tomada de página en Internet: www.saladeprensa.org

Julio Sherer García. www.etcetera.com.mx/pag07/bnc19.asp

Hemerográficas

Loeza Guadalupe. Pena de Muerte al 'rating'. Periódico *Reforma*. 26 de noviembre del

2002.

Mercado, Hernán. Coordinador del Instituto Estatal de Educación para Adultos, IEEA.
Entrevista. Periódico *Ruta*. Ed. 2784. 4 Feb del 2003.

El Sol de Tulancingo, ediciones: 8487, 8493, 8494, 8497, 8498, 8504, 8505., 8506, 8513, 8514, 8519, 8520, 8527, 8528, 8531, 8533, 8535, 8538, 8539, 8540, 8542, 8548, 8553, 8555, 8560, 8562, 8563, 8566, 8567, 8569, 8572, 8574, 8578, 8579, 8580, 8582, 8585, 8586, 8590, 8592, 8593, 8597, 8600. 8601, 8606 y 8610.

El Sol de Tulancingo. Incendio en Humilde Vivienda. Nota principal. Edición 8574 de fecha 22 de noviembre del 2002.

Ruta, Periódico, ediciones: 2733, 2734, 2785, 2786, 2742, 2743, 2744, 2745, 2746, 2747, 2748, 2749, 2750, 2752, 2753, 2754, 2755, 2756, 2757, 2758, 2759, 2760, 2761, 2762, 2763, 2764, 2765, 2766 y 2767.