



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
CAMPUS ARAGON**

**LAS HUELLAS DE LAS ONDAS HERTZIANAS,
LA PRENSA ESCRITA Y LOS ESTUDIOS
DE OPINIÓN PÚBLICA.**

**INFORME DE DESEMPEÑO PROFESIONAL
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE :
LICENCIATURA EN LA CARRERA DE
PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA
QUE P R E S E N T A:
JORGE MARTÍNEZ DOMÍNGUEZ**

ASESORA: LICENCIADA ANGÉLICA LÓPEZ MATÍAS



MÉXICO,

2005.

m. 342444



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Refuerzo a la Dirección General de Bibliotecas de la
UNAM a difusión de formato electrónico e impresión
operación de la sala de trabajo receptor.

NOMBRE JORGE MARTINEZ

DOMINGUEZ

FECHA 18/MARZO/2005

FIRMA [Signature]

AGRADECIMIENTOS

Con todo mi amor para mi esposa Nora, a quien agradezco por estar siempre conmigo en la captura y corrección de este Informe de Desempeño Profesional.

Dedico el presente trabajo con todo mi cariño a mis hijas Diana Cynthia y Lizeth Anahi.

A mis padres, la Sra. Julia Domínguez Escorcía y Félix Martínez Serrano, por el apoyo que siempre me brindaron, durante toda mi trayectoria como estudiante.

Mi agradecimiento a la profesora F. Angélica López Matías, por el valioso tiempo que dedicó para asesorarme.

A mi amigo y ex compañero de la carrera licenciado Héctor Flores Casas, por los valiosos consejos y palabras de aliento que siempre me brindó.

Mi agradecimiento a mi amiga y ex jefa licenciada Ángeles López Portillo, por sus conocimientos y opiniones que me aportó para la conclusión de este Informe de Desempeño Profesional.

Agradezco la atención y facilidades que me brindó la licenciada Ma. Guadalupe Ruiz Ávila, Directora Operativa de la empresa Delfos Comunicación, para la recopilación de documentos que dieran fe de mi estancia laboral en esta empresa.

Gracias a mi hermana María Ana Martínez y a mi compadre José Luis Maeda González por permitirme elaborar toda la captura de mi trabajo en su equipo de cómputo.

A mis superiores en la Procuraduría General de la República, licenciada Verónica Hernández Pérez y C.P. Rosa María Chávez Fuentes, por las facilidades que me otorgaron para realizar los trámites de este Informe de Desempeño Profesional.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	III
CAPÍTULO I.- LAS HUELLAS DE LA RADIO	2
1.1 SITUACIÓN DE LA RADIO INFORMATIVA EN LA DÉCADA DE LOS OCHENTA EN LA CIUDAD DE MÉXICO	3
1.1.1 EL ABC DEL FÚTBOL	13
1.2 EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN EN <i>FM GLOBO</i> DE ACAPULCO, GUERRERO	16
1.2.1 REFLEJOS DE ACAPULCO	20
1.3 LA SOLIDARIDAD DE LAS ONDAS HERTZIANAS EN MORELOS	23
CAPÍTULO II.- EL OBRERO DE LA TECLA DE FINALES DEL SIGLO XX (1990)	29
2.1 SITUACIÓN DEL PERIODISTA DE AQUELLA ÉPOCA (CUESTIONES TÉCNICAS)	30
2.1 .1 CONDICIONES LABORALES DEL PERIODISTA EN LOS AÑOS NOVENTA	31
2.2 EL MANEJO DE INFORMACIÓN DEL PERIÓDICO <i>LA VERDAD DE GUERRERO</i>	32
2.3 LA TALACHA DE UN REDACTOR DE INTERNACIONALES EN EL PERIÓDICO <i>EL DÍA</i>	36
CAPÍTULO III.- DE REPORTERO A INVESTIGADOR DE MEDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA	44
3.1 EL PAPEL DEL INVESTIGADOR DE MEDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA	45
3.2 TIPOS DE ESTUDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA	53

3.3 ELABORACION DE UN ESTUDIO DE OPINIÓN PÚBLICA	59
3.4 MONITOREO DE LA INFORMACIÓN APARECIDA EN LOS MEDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA	66
CONCLUSIÓN	72
ANEXOS	75
FUENTES	76
CIBERNÉTICAS	77

INTRODUCCIÓN

Este Informe de Desempeño Profesional es un recuento de las actividades que como reportero de radio realicé desde diversas trincheras. También es un recorrido por los años ochenta y parte de los noventa, sobre algunos sucesos que en su momento fueron relevantes en la historia de México y el papel que la radio asumió ante circunstancias difíciles para el país. Además, a lo largo de las siguientes páginas podrán darse cuenta de la mirada y percepción que como profesional del periodismo fui adquiriendo, a través de una narración cronológica de lo que fue parte de mi trayectoria laboral por la prensa escrita, la radio y la investigación en comunicación.

Nunca pretendí analizar la situación de los medios en los años ochenta, sin embargo, si intento contextualizar mi paso de periodista durante este lapso. Sin ser una investigación sobre la historia de la radio, es un recorrido del trabajo que realicé en las ondas hertzianas.

En las siguientes páginas relato el manejo de la información periodística en la radio de Acapulco, Guerrero y la influencia que tenía el *Partido Revolucionario Institucional*, desde el gobierno en los medios de comunicación de ese estado.

Quienes lean este documento encontrarán que no había diferencia marcada en el contenido de la información en los medios privados o públicos, porque ambos cuidaban la imagen del gobernador. Los editores maquillaban los sucesos más relevantes, prevalecía el favoritismo y compadrazgo, circulaba entre algunos periodistas las prebendas, con ello se comprometían a publicar en la prensa sólo la información que le permitía obtener un ingreso extra, manchando con esta actitud la imagen objetiva e imparcial del periodismo.

Era muy marcada la diferencia entre el reportero egresado de la universidad y de quien en el acontecer cotidiano aprendió el oficio del periodismo. Los informativos radiofónicos en Acapulco, generalmente no se transmitían en vivo, los equipos para grabar

en estudio no se encontraban a la vanguardia y a pesar de las carencias técnicas que prevalecían en las emisoras los reporteros no dejaban de ser profesionales en su trabajo.

Señalo los sin sabores que pasó el equipo de trabajo en Morelos para la realización de la serie de radio *Misión Cumplida*, en la cual tuvimos que crear un sin fin de dinámicas a fin de alcanzar con éxito los propósitos y objetivos con los que nació ésta serie, encargada de dar a conocer los pormenores del *Programa Nacional de Solidaridad* en el estado de Morelos.

El proyecto tenía como objetivo difundir las obras y la forma cómo se benefició a los habitantes de cada municipio para dar una imagen positiva de gobierno. Los medios públicos de Morelos más que ofrecer un servicio social se ocupaban por difundir campañas que no siempre resultaban exitosas.

Durante el recorrido por el estado observé que la situación económico política en algunos municipios no era clara, había confusión en cuanto al presupuesto que se les había proporcionado por parte de la federación. Era extraño pero esto sólo ocurría en los ayuntamientos donde el presidente municipal era militante de algún partido de izquierda.

Gracias a esta serie de programas de radio conocí todo el estado de Morelos, su gente, sus costumbres, su cultura y su historia. Sin embargo, no fue tarea fácil cumplir con esta labor, debido a que era importante tener un plan de trabajo para contactar a las personas que se beneficiaban con este programa.

En algunas ocasiones nos vimos en la necesidad de trasladarnos hasta sus comunidades y recorrer caminos de terracería; en otros el clima nos obligó a trabajar a marchas forzadas, porque varias entrevistas las realizamos en el campo. Los temas que abordamos eran muy variados en cada municipio.

A pesar del esfuerzo y empeño por llevar a cabo el Programa Nacional de Solidaridad a todos los rincones de Morelos, la vida seguía igual para muchas familias, pues no todas se vieron beneficiadas con este programa. La crisis persistía y por lo tanto aún había muchas carencias en el estado.

En otra parte de esta memoria profesional hago una breve descripción de las condiciones laborales del periodista en los años noventa y de mi paso por el estado de Guerrero, en donde me desempeñé como Coordinador de Información y reportero en uno de los periódicos más viejos de Acapulco: *La Verdad de Guerrero*, cuyo primer ejemplar apareció publicado el 1° de enero de 1949.

De mi andar por Acapulco a nivel local, percibo lo que pasa con los medios de comunicación en la Ciudad de México cuando éstos no son libres de publicar la realidad y sólo informan lo que les permiten e indican las autoridades. Como Jefe de Información en el periódico *La Verdad de Guerrero*, sufrí la molestia de mis compañeros de trabajo, debido a que la mayoría de ellos no tenía una formación universitaria.

Desafortunadamente, en el año 2001 desapareció el informativo *La Verdad*, por ello, ahora es imposible recuperar soportes impresos que den fe de esta trayectoria periodística. En este mismo apartado comento cómo fue mi ingreso al periódico *El Día*, donde ejercí las funciones de redactor y editor, cuyas tareas eran cabecear y corregir las notas en la sección de información internacional. En esta casa editorial trabajé noticias sobre el conflicto de la guerra del Golfo Pérsico, bautizada también como *Tormenta del Desierto*.

Las agencias internacionales de noticias enviaban la mayor parte de información en español, no así los pies de fotos. Para esto fue importante aplicar las técnicas que aprendí en las clases de idiomas sobre comprensión de lectura en la Escuela Nacional de Estudios Profesionales plantel Aragón.

En el periódico *El Día* los redactores no contábamos con el avance de la tecnología, laboramos con la máquina mecánica de escribir, esto implicó que le dedicáramos más tiempo en rehacer una nota informativa.

De reportero a investigador de estudios de opinión pública, es otro de los rubros que abarca este Informe de Desempeño Profesional, en el cual aplico los conocimientos adquiridos como reportero de mi andar por la radio y prensa escrita.

Describo la forma como se lleva a cabo un estudio de opinión pública desde la perspectiva de mi paso en la empresa *Delfos Comunicación*, la cual considero mi segunda escuela en el terreno profesional, por las diferentes áreas de la comunicación que me permitieron conocer y desempeñar en esta empresa: producción e investigación en televisión, radio, monitoreo y análisis de medios en los estudios de opinión pública.

**LAS HUELLAS DE LAS ONDAS HERTZIANAS,
LA PRENSA ESCRITA Y LOS ESTUDIOS
DE OPINIÓN PÚBLICA**

CAPÍTULO I

LAS HUELLAS DE LA RADIO

En la actualidad, la importancia del periodismo radiofónico reside en su rapidez. El hombre de hoy busca y recibe información por cualquier medio, pero frecuentemente necesita conocerla en el momento mismo en que ocurre...

María Cristina Romo Gil

1.1 SITUACIÓN DE LA RADIO INFORMATIVA EN LA DÉCADA DE LOS OCHENTA EN LA CIUDAD DE MÉXICO

En el presente capítulo se hace la descripción de algunos hechos que fueron sobresalientes en la década de los ochenta a nivel nacional e internacional en los ámbitos político, económico, social y su vinculación con la radio. Sucesos relevantes también los que se dieron en el cuadrante radiofónico de la capital del país. Las hondas hertzianas se cimbraron con los sismos del 85 y, con ello los contenidos se replantearon. Se inicia el boom de los informativos y los formatos radiofónicos se desempolvan. En FM, la radio dejó de reproducir exclusivamente música. En AM se abrieron más espacios noticiosos, de comentario y análisis. Y la voz del “oyente” se dejó escuchar.

Por aquellos años, al igual que ahora en la ciudad de México y área metropolitana predominaba el modelo comercial radiofónico, en relación con las emisoras culturales. En el espectro radiofónico existían un total de 64 estaciones de las cuales 56 eran comerciales y 8 culturales, cuya clasificación estaba conformada de la siguiente manera:

“En la banda de Amplitud Modulada transmitían 33 emisoras de las cuales 31 eran comerciales. En la Frecuencia Modulada, se sintonizaban 24 estaciones: 22 comerciales y 2 culturales. En onda corta funcionaban 3 estaciones comerciales y 4 culturales”.¹

Para 1989 las principales cadenas radiofónicas en el Distrito Federal eran las que se mencionan en la siguiente tabla:

Rober Correa Ma. Antonieta . Perfiles del Cuadrante, p. 28.

Cadena Radiofónica	Número de emisoras	AM	FM
Radio Fórmula	5	3	2
Núcleo Radio Mil	7	5	2
Radio Centro	9	6	3
Grupo: ACIR	4	3	1
IMER	6	4	2
Sistema Radiópolis	6	3	3
Radio Programas de México	3	2	1

Fuente: 1989 Directorio de Medios Publicitarios Mexicanos, S.A., de C.V.

En la década de los años ochenta en el Distrito Federal predominaba el mismo formato en las estaciones cuyo contenido en sus mensajes era más bien comercial y no de prestar un servicio social a la comunidad. En el cuadrante se manejaba el mismo estilo de hacer radio, bajo el esquema de promoción disquera y publicitaria. Básicamente las emisoras comerciales se caracterizan por difundir dos tipos de contenido: música grabada y anuncios comerciales. Tienen en la publicidad un elemento de peso considerable en su programación.

Muchos son los sucesos y anécdotas en torno a la radio capitalina que se generaron de forma continua para modificar contenidos, programación, hacer fusiones o alianzas. A continuación se mencionan sólo algunas situaciones trascendentes.

Como antecedente de la radio hablada es importante hacer mención que *Monitor de Radio Red* inicia su transmisión de noticias " el 2 de septiembre de 1974 en el 1110 de Amplitud Modulada".²

De entonces a la fecha *Monitor* es el primer noticiero radiofónico con un formato de larga duración. José Gutiérrez Vivó, como director general, ha sido el creador junto con su

² EL HERALDO DE MÉXICO (HOY DIARIO MONITOR), 4 de marzo de 2004 p. 4A

equipo de colaboradores de distintos conceptos informativos. Se caracteriza *InfoRed* por ser la primera en transmitir su programa *MONITOR* en audio y video digital a través de la red de Internet de México al mundo y por su transmisión inicial de noticias en tres segmentos del día que son *Monitor de la Mañana* de 5:30 a 10:30 horas, *Monitor de la Tarde* de 13:00 a 15:00 horas y *Monitor de la noche* de 17: 00 a 21:30 horas. Es hasta 1994 que se abre un nuevo segmento noticioso, el de la media noche con duración de una hora.

En *Monitor* José Gutiérrez Vivó le da color a la noticia, *InfoRed* es además la primera empresa que ha marcado el paso de la radio informativa en México. Al funcionar con un modelo propio de crítica y análisis, de organizar mesas redondas para debatir sobre diversos temas de actualidad y de interés general con funcionarios públicos de las diferentes corrientes políticas del país.

Dan cuenta los primeros años de los ochenta del interés de la radio en el género informativo, "así la XEX en el 730 de AM es llamada la primera emisora de noticias y se especializa en la programación noticiosa y deportiva.³ De acuerdo con cifras de la misma industria de la radio, al finalizar 1982, el 90 por ciento de las emisoras del cuadrante metropolitano transmitían música y el 10 programación hablada.

Es importante mencionar que en esta época había muy pocos programas en vivo y sus emisiones estaban monitoreadas por la Secretaría de Gobernación, y si algún medio de comunicación transmitía información que afectara los intereses del gobierno, o bien de algún funcionario, inexplicablemente la señal se salía del aire por unos segundos o minutos, a fin de evitar crear un radioescucha crítico y bien enterado del acontecer político. Los concesionarios por temor a perder su licencia para seguir transmitiendo, o porque apoyaban a ciertos políticos para no desprestigiar la imagen de estos funcionarios le solicitaban al director que bajara el switch de la estación de radio para bloquear la señal o viciar el sonido.

³ Asociación de Radiodifusores del Valle de México "Una voz que se suena" p. 31

Otro suceso relevante fue cuando se atentó contra la libertad de expresión con el cierre del programa radiofónico *Opinión Pública*, conducido por el periodista Francisco Huerta, difundido durante seis años hasta agosto de 1982 por la estación *ABC Internacional* de la capital del país.

Los programas de denuncia como el de Paco Huerta representaban una amenaza para el sistema político, porque el auditorio aprendió a defender sus derechos y a agruparse. En ese sexenio de Miguel de la Madrid Hurtado, la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia consideró peligrosa esta clase de emisiones en radio al crear conciencia política entre los ciudadanos. Como menciona el Lic. Pablo Arredondo Ramírez, en el libro *Perfiles del Cuadrante*, había un autoritarismo e intolerancia de quienes en su momento han manejado la política informativa

Cabe destacar que este programa se caracterizó por brindarle al radioescucha un espacio en el cuadrante de AM, donde pudiera dar su opinión sobre el acontecer político. El auditorio que lo componía era gente de todos los sectores. Era muy frecuente que los peseros y taxistas sintonizarán la estación. Los temas eran tratados en un lenguaje sencillo y llano.

Para el sexenio de Miguel de la Madrid durante el período de 1983 a 1986, una serie de acontecimientos de gran relevancia se suscitaron y una vez más se coartó la libertad de expresión y la radio no fue ajena a estos sucesos, al difundir en 1984 el cobarde asesinato del periodista y columnista de *Red Pública*, Manuel Buendía, por cierto en este 2004, se cumplieron 20 años de su muerte.

Radio UNAM se mantenía a la vanguardia con el “valedor” Tomás Mojarro, haciendo crítica en contra del sistema político en sus programas *Paliques y Cabeceos*, *Palabras sin reposo*, *Para leer entre líneas* y *Domingo Siete*.

A través de la radio se informó sobre la tragedia que ocurrió el 19 de noviembre de 1984 en San Juanico, Estado de México, “cuando más de seis millones de litros de gas licuado explotaron dejando más de 400 muertos y cerca de 4 mil heridos, además de las

pérdidas económicas difíciles de cuantificar⁴. Al siguiente año, el 19 de septiembre de 1985 los habitantes del Distrito Federal sufrieron el peor terremoto de su historia, una vez más la radio informó al mundo que a las 7:19 de la mañana, un sismo de 8.1 grados en la escala Richter sacudió la Ciudad de México.

La radio dejó de lado sus actividades cotidianas para servir a la sociedad que necesitaba de ellos al abrir sus espacios para informar y poner en contacto a los radioescuchas al transmitir innumerables llamadas de auxilio, convocó al público en general para que llevaran víveres, medicamentos, ropa y cobijas a los centros de acopio

Los únicos medios que podían recibir la señal eran las radios portátiles y los radio automovilistas, debido a la ausencia de energía eléctrica. Gracias a sus transmisiones se pudieron encontrar familiares. Padres de familia emplearon la radio para informar que se encontraban bien y a salvo. En ese momento la radio cumplió socialmente un papel fundamental con la ciudadanía. Debido a esta tragedia se suspendieron casi un mes las actividades académicas en todos los planteles de educación primaria, secundaria, media superior y superior.

Hubo cierre de fábricas y talleres, debido a que algunos edificios sufrieron serios daños en sus instalaciones, esto provocó que varias de las trabajadoras del ramo de la costura quedaran sin empleo. Nacen entonces la *Unión de Vecinos y Damnificados 19 de Septiembre* y el *Sindicato de Costureras 19 de Septiembre*, liderado por Evangelina Corona.

Ante la magnitud de dicho fenómeno la ciudad de México quedó paralizada, las vías de comunicación sufrieron graves daños, la capital del país quedó parcialmente incomunicada sin los servicios de energía eléctrica, teléfono y agua potable entre otros.

Ese mismo día la radio anunció que el entonces presidente Miguel de la Madrid recorrería las zonas más afectadas por el sismo como el Centro Médico Nacional del Instituto Mexicano del Seguro Social, el Hospital Juárez y Hospital General, las colonias

⁴ Ibídem: p. 32

San Antonio Abad, Roma, Morelos, Juárez y el Centro Histórico. Minutos más tarde el Jefe del Ejecutivo dirigió un mensaje a la Nación a través de las frecuencias de radio y del canal 11 de televisión que no dejaron de funcionar.

A pesar de la fuerte crisis económica que enfrentaba el país, dos de las principales emisoras *Radio Fórmula* y *Radio Centro*, sin importar las ganancias que en ese momento dejaron de percibir por los anuncios publicitarios, abrieron sus espacios para informar y poner en contacto a los radio portátil y radio automovilistas con sus familias. Se solidarizaron ante tal emergencia otras estaciones de radio como: *Monitor*, *radio UNAM* y *radio Educación* entre otras.

Frente a la televisión, la radio fue el medio de comunicación por excelencia que demostró su fuerza como medio instantáneo de servicio público.

Una vez que se restableció la energía eléctrica todas las emisoras transmitieron ininterrumpidamente y designaron reporteros en distintos puntos de la ciudad. La ciudadanía misma reportaba y reportaba hechos y situaciones que les afectaban.

A partir de ese momento, la Radio cumplió un papel fundamental como medio de comunicación entre la ciudadanía, pues después de 1985 ya nada podría seguir igual. Los servicios noticiosos de la radio capitalina se ajustaron a los nuevos tiempos y a las nuevas exigencias sociales. Se ampliaron los horarios de transmisión de noticias, se invirtió en infraestructura para dar mayor cobertura y su margen de libertad se amplió de acuerdo con la nueva época.

En ese tiempo no existía un plan de emergencia en casos de desastre, por ello fue que durante la administración del entonces presidente Miguel de la Madrid Hurtado se implantó el Plan Nacional de Desastre, mejor conocido como Plan DN3, el cual se lleva a cabo con apoyo de elementos del Ejército Nacional.

Por otra parte de acuerdo con datos proporcionados por la Asociación de Radiodifusores del Valle de México, se publicó y difundió entre los radioescuchas su Plan de Emergencia de Comunicación en Casos de Desastre en la Ciudad de México.

Con el frecuente uso de la T.V. y su aumento en los hogares se abarataron los aparatos de radio. Cifras de los concesionarios señalan que para 1985 habían en la Ciudad de México seis millones de aparatos receptores de radio, tres en cada hogar y el tiempo promedio de escucha era de tres horas y media diarias dato que a la fecha no se ha modificado.

El cuadrante sigue cambiando, los nuevos perfiles rescatan la programación hablada y los noticieros adquieren mayor importancia, al mismo tiempo que las emisoras de corte juvenil compiten por la audiencia. Es así que para 1985 según Información proporcionada por la Asociación de Radiodifusores del Valle de México surgen XHOF-FM 105.7 *Estéreo Joven* y XHIMER FM 94.5 *Opus 94*, emisoras permisionadas al IMER (*Instituto Mexicano de la Radio*).⁵

En estos casi 20 años, después de los sismos la radio se mantiene vigente, aunque claro, los cambios han sido muchos, están las alianzas y fusiones entre los grupos.

En las universidades, la de Ciencias de la Comunicación pasó a ser una de las carreras más demandadas, precisamente en la década de los ochenta. De acuerdo con Manuel Corral Corral, comunicólogo, en su libro *La Ciencia de la Comunicación en México*, sumaban ya 48 en todo el país, de ellas 16 son de carácter público y 32 privadas; éstas últimas están más orientadas al estudio de la mercadotecnia, la publicidad y las relaciones públicas.

Es importante destacar que ya en esta época se denota el interés de la mujer por la incursión a nivel licenciatura en el área de Ciencias de la Comunicación, como se muestra en la siguiente gráfica.

⁵ *Ibidem* p. 34

CONCENTRACIÓN NACIONAL DE LA POBLACIÓN DE LICENCIATURA POR ÁREA Y CARRERA 1988

AREA CARRERA	PRIMER INGRESO	PRIMER INGR. Y	IDEM	SUMA	EGRESADOS 1987
		REINGRESO (HOMBRE)	(MUJER)		
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	5 060	7 564	13 297	20 861	3 180
Lic. en Ciencias de la Comunicación	3 407	4 688	9 150	13 846	1 950
Lic. En Ciencias de la Información	153	146	327	473	51
Lic. en Comunicación Gráfica	245	444	411	855	51
Lic. En Comunicación Institucional	0	4	12	16	5
Lic. en Comunicación Organizacional	50	37	109	146	0
Lic. en Comunicación Rural	0	0	0	0	3
Lic. en Comunicación :Medios Masivos	49	44	123	167	0
Lic. en Ciencias de la Comunicación: Educativa	0	15	34	49	13
Lic. en Ciencias de la Comunicación: Periodismo	0	101	159	260	103
Lic. en Ciencias de la Comunicación: Publicidad	0	114	151	265	129
Lic. en Ciencias de la Comunicación: Relaciones Públicas	43	176	523	699	283
Lic. en Periodismo	200	362	249	611	107
Lic. en Periodismo y Comunicación Colectiva	738	1 105	1 526	2 631	327
Lic. en Publicidad	167	272	371	643	60
Lic. en Relaciones Humanas	8	56	144	200	90

Fuente: ANUIES 1988. El nombre de la carrera varía de una institución a otra.

Como se muestra en la estadística anterior predomina el interés de la mujer en la carrera de Relaciones Públicas y Publicidad y en las demás áreas de la comunicación a excepción de la Licenciatura en Comunicación Gráfica.

En el contexto musical surgen nuevos formatos en la radio como: *WFM 96.9* del *Sistema Radiópolis* y el estilo propio del locutor Martín Hernández, *Rock 101*, *XHSON-FM Núcleo Radio Mil (NRM)* bajo la dirección de Luis Gerardo Salas. En el género informativo en la FM Pedro Ferriz de Con impone un nuevo estilo en la conducción del programa *Para Empezar en Stereorey*.

“En medio de tantos cambios, los jóvenes veían en los medios electrónicos grandes posibilidades de crecimiento y su música se consolidó como banda sonora de un nuevo y propio tipo de vida”.⁶

En el ámbito deportivo en 1986 se celebró en México, por segunda ocasión el Mundial de Fútbol. en dicho evento la radio nuevamente mantuvo informada a lo largo del día y en todo lugar, a su audiencia.

En ese marco se llevó a cabo el Mundial de Fútbol en México, que por cierto estuvo a punto de no celebrarse, debido a las pérdidas humanas y a los desastres materiales que dejó el terremoto de 1985.

La radio informó también de otros hechos, el país afrontaba retos importantes con una situación económica inestable. El peso mexicano se cotizaba a 925 pesos frente al dólar. En 1987 el crack financiero sacudió las economías mundiales y México no estuvo ajeno a ello, muchos inversionistas perdieron y el dólar se cotizó a 2 mil, 375 pesos. Para 1986 un automóvil compacto que costaba 5 mil, 311 viejos pesos, al año siguiente se cotizaba en 15 mil, 714 viejos pesos. La inflación se disparó a más del cien por ciento.

En la radio también se difundió la noticia del otorgamiento del Premio Nobel de la Paz a Alfonso García Robles, que enorgulleció a los mexicanos ávidos de buenas noticias después de un año con una devaluación de 555 por ciento.

Para 1988 la sociedad mexicana registró cambios políticos de gran alcance estimulados por la transformación general del país y por el descontento ante el deterioro del nivel de vida de la mayoría de la población. Este fue un año de contienda electoral de los más debatidos con la participación del Ing. Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano del *Partido del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional (PFCRN)*, quien se perfilaba como serio aspirante a ganar las elecciones y el desaparecido Manuel Clouthier del *Partido Acción Nacional (PAN)*.

⁶ *Ibidem*, p. 261

Por cierto en 1988 fueron muy cuestionados los resultados cuando Manuel Bartlett, presidente del *Instituto Federal Electoral (IFE)*, afirmaba que el sistema se había caído, por lo tanto no era factible en ese momento pronosticar un ganador. Sin embargo con un abstencionismo del electorado de hasta un 50 por ciento, el entonces candidato a presidente de la república Carlos Salinas de Gortari ganaba las elecciones por un escaso margen.

Los informativos radiofónicos se consolidaron como fuente oportuna de comunicación al anunciar la presencia de fuertes vientos y lluvias en "Cancún, Quintana Roo, y con ello la llegada del huracán Gilberto, que dejó un saldo de más de 200 mil damnificados. El mundo siguió cambiando en 1989 y en la radio se transmitió la caída del muro de Berlín y con él la Guerra Fría, matizándose así las divisiones políticas." ⁷

A finales de los ochenta la radio mostró cambios muy importantes en su infraestructura, desde su programación ingeniosa hasta los complejos noticiarios y los programas especializados en finanzas, medicina, cocina, culturales, sexualidad, política naturismo y hasta esoterismo. Fue un momento de apertura, muchos formatos comenzaron a cambiar, gracias a esto se incrementó su preferencia y audiencia.

Se incorporó la tecnología de la computadora en la aplicación directa de la radio y con ello se da un crecimiento y especialización del personal que labora en los noticiarios. Se contrata personal joven para la conducción de programas en vivo, ejemplo de ello son *Stereo Joven* y *Rock 101*. La radio en esta década es más dinámica, con una estructura y organización más compleja.

El radioescucha deja de ser únicamente receptor de noticias, se vuelve más participativo vía telefónica y fax, con estas acciones al auditorio le da mayor fortaleza a la radio metropolitana como medio de comunicación masiva, al mismo tiempo se incrementa su credibilidad y confianza.

En estos años, se enmarca el inicio de mi carrera profesional la cual relato a continuación:

1.1.1 EL ABC DEL FÚTBOL

En 1988, como todo joven, sin experiencia y recién egresado de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Aragón, mantenía la ilusión de ejercer la profesión en un medio radiofónico, sin importar la paga. Fue entonces que realicé mis prácticas profesionales en la estación XEABC, *Radio ABC Internacional*, 760 khz, de amplitud modulada. Durante dos meses formé parte de uno de los pocos programas deportivos hablados en vivo en fin de semana, *Comentando el fútbol* conducido por el Sr. Jesús Domínguez, comentarista quien durante varios años ha tratado temas relacionados con este deporte.

Las actividades que desempeñaba en esta emisora consistían en recabar información de la Federación Mexicana de Fútbol, leer los principales periódicos de deportes y recortar notas de los acontecimientos más relevantes sobre algún equipo o jugador de fútbol. Este programa tenía una duración de una hora los sábados de 18:00 a 19:00 horas y los domingos de dos horas de 14:00 a 15:00 y de 17:00 a 18:00 horas.

A diferencia de los demás noticieros radiofónicos en este programa no se elaboraba un guión, simplemente se iniciaba el programa con la nota más relevante de la jornada. Por ejemplo, si algún jugador era expulsado indebidamente, o si la Selección Nacional jugó y lo hizo mal, o si un equipo se encontraba en pláticas con algún técnico en especial para su contratación. No había tiempo para la preproducción, pues en ocasiones bastaban una hora o treinta minutos antes de salir al aire para reunimos con el equipo de comentaristas y estructurar el programa. Antes de pasar a cabina, era importante tener lista la tabla de posiciones de los equipos, el roll de juegos y la tabla de goleo, entre otras cosas. Tarea relevante era, de igual manera, la revisión de los cables informativos provenientes de las principales agencias de noticias, porque no sólo se hablaba del fútbol nacional, sino también de lo más destacado a nivel internacional.

Debido a que el programa se transmitía en vivo, era muy importante para el equipo de producción estar en constante comunicación con los corresponsales que en ese momento se encontraban cubriendo sus órdenes del día en las diferentes plazas de fútbol, tanto de la primera como de la segunda división profesional. Obtener la información lo más pronto posible era un verdadero reto, debido a que aún no se contaba con la actual tecnología del teléfono celular, del radio localizador, equipo de cómputo y, por ende, del correo electrónico. Durante el transcurso del programa recibía por parte de mis compañeros de producción datos sobre cómo había concluido algún partido de fútbol, o bien cómo se encontraba el marcador al término del primer tiempo.

En cabina los comentaristas esperaban la información deportiva que enviaban los corresponsales, para hacer un análisis de acuerdo a los resultados que se generaban en la primera y segunda división profesional, conformar la tabla general de posiciones y saber qué jugador era el nuevo líder de goleo. Era una verdadera guerra de nervios, sobre todo cuando el programa estaba por concluir (en su horario normal), y aún no se podía obtener comunicación con algún corresponsal, debido a que las líneas telefónicas se saturaban. Además de ello estaba en juego el prestigio del programa, porque los radioescuchas se acostumbraban a sintonizar la estación para conocer los resultados de los diferentes encuentros de fútbol. Sin embargo, a pesar de no contar con la tecnología de hoy en día, el trabajo salía bien, porque había investigación y se hacía con mucha pasión y entusiasmo.

A diferencia de *Comentando el Fútbol* que se transmitía los fines de semana había otro programa deportivo en la misma emisora que se escuchaba de lunes a viernes, lo conducían los ex futbolistas Raúl Orvañanos (actual comentarista deportivo de *Televisa*) y Carlos Albert. (hoy en día comentarista deportivo de *CNI Canal 40*). El programa se llamaba *ORVAÑANOS, ALBERT Y USTED EN EL FÚTBOL*, a los radioescuchas les parecía muy bueno en su género y muy polémico por los comentarios que solía hacer Carlos Albert, principalmente.

Este programa radiofónico solía sintonizarlo con la finalidad de que me aportara más información deportiva, que a la postre sería comentada y analizada los días sábado y

domingo durante la emisión de *Comentando el Fútbol*. Asimismo, recibía instrucciones por parte del señor Jesús Domínguez, de leer a diario los principales periódicos deportivos durante el transcurso de la semana, con el fin de conocer más y estar al día en materia de fútbol nacional e internacional.

La emisora *ABC RADIO* ha transmitido importantes eventos deportivos. "El primer noticiero de este tipo nació en 1964 con motivo de los XVIII Juegos Olímpicos que se celebraron en Japón. De hecho durante los XIX Juegos Olímpicos de México 1968 se efectuó un importante despliegue para cubrir el recorrido de la antorcha hacia Ciudad Universitaria".⁸

Otro hecho relevante fue cuando los micrófonos de las emisoras estuvieron presentes en la Alberca Olímpica en el momento que el mexicano Felipe "Tibio" Muñoz ganó la medalla de oro en los 200 metros pecho varonil dejando atrás a soviéticos y norteamericanos.

Después de estar dos meses colaborando en el ámbito deportivo en radio *ABC*, en donde aprendí a perder el miedo escénico en un medio de comunicación, decidí buscar otra opción donde pudiera percibir un ingreso por mi labor profesional. Así fue como más tarde a través de una persona que conocí ocasionalmente en el *Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa*, me informó que había una vacante como reportero en la oficina de Comunicación Social de la Delegación Gustavo A. Madero, donde permanecí poco más de un año (1989), cubriendo diversos y variados eventos, porque lo mismo redacté información sobre mítines como la entrega de obras de bienestar social.

De ahí me cambie a Comunicación Social del Registro Nacional de Electores en donde fue muy breve mi paso por esta institución, pues no cumplía con mis expectativas profesionales. Me comentó un amigo que estaban solicitando reporteros en el periódico *Heraldo de México*, ahí me entrevisté con el señor José Fonseca subdirector de dicho diario quien a su vez me solicitó entrevistarme con el señor Leopoldo Mendivil, director general de la empresa *Delfos Comunicación*, donde colaboré en la producción de dos

⁸ *Ibidem*, p. 156

programas de la serie de televisión *El Verdadero México* y como investigador recopilando información sobre la Cámara de Diputados durante mi estancia en esta empresa privada de comunicación me entero que mi amigo y ex compañero de la carrera de periodismo Rodolfo Romero Nájera se encuentra trabajando en Acapulco como subdirector del periódico *La Verdad de Guerrero*; sin imaginar que él me haría una invitación para trabajar en Acapulco en la redacción del informativo *La Verdad* .

Nunca perdí el interés por regresar a la radio y en 1990, durante una rueda de prensa en Acapulco, Guerrero, conocí a un colaborador de *FM GLOBO* de ese mismo puerto turístico, quien me presenta a Jorge Valente Nava, director del informativo *REFLEJOS* de *FM GLOBO*, el cual me brinda la oportunidad de colaborar en su noticiero. Es así como a continuación narro mi experiencia profesional en este medio radiofónico.

La enseñanza que me dejó el haber colaborado en el programa deportivo, *Comentando el Fútbol* en *ABC RADIO* fue trabajar sin un formato fijo, a valorar los tiempos que en este medio son muy valiosos, sobre todo cuando se hace un programa en vivo, así como el obtener la información deportiva a través de diferentes fuentes; cuando ésta no se lograba conseguir mediante los corresponsales en las diferentes plazas de fútbol.

También pude apreciar la capacidad que debe tener un comentarista deportivo para improvisar y salvar las dificultades que se presentan durante el desarrollo de la emisión deportiva, además de contar con una amplia cultura verbal que le permita llegar de un modo sencillo y claro al oyente. El participar en un programa radiofónico en vivo es estresante, pero al mismo tiempo apasionante.

1.2 EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN EN FM GLOBO DE ACAPULCO, GUERRERO.

En abril de 1990 en rueda de prensa en Chilpancingo, Gro. Enrique González Ruiz, ex rector de la Universidad Autónoma de Guerrero, manifestó que: “Los medios cuando se ubican en manos de particulares hacen que los dueños tengan la posibilidad de expresarse, pero ello no garantiza que lo haga la sociedad, ni siquiera los propios

trabajadores de esos medios. Se tiene que garantizar que la sociedad, tal cual, pueda tener voz, para tener derecho a ejercer la libertad de expresión real. Será Libertad de papel; libertad mentirosa si no se puede ejercer, o si sólo quien puede pagar, la ejerce".⁹

Y si en el discurso el derecho a la libertad de expresión se ejerció, no así en los hechos. En 1990 tengo la oportunidad de ejercer el periodismo radiofónico en la estación *FM GLOBO STEREO* de Acapulco, Guerrero, año en que la crisis económica del estado no era ajena a la del resto del país, pues los ingresos de la mayoría de los habitantes de la entidad dependían de la afluencia turística nacional e internacional.

En el terreno social y económico destacaba la vida nocturna por la cantidad de restaurantes bar, discotecas y centros nocturnos que abrían sus puertas todos los días. Esto generaba una derrama económica muy importante para los empresarios, al tiempo que abrían empleos para sus habitantes. En lo político prevalecía la violencia entre el *Partido Revolucionario Institucional* y el de la *Revolución Democrática*, por la falta de democracia en las elecciones municipales de 1990. Los principales actores eran Rubén Figueroa Alcocer y Rosalío Wences Reza, líderes estatales del *PRI* y *PRD*, respectivamente.

En la mayoría de los medios informativos, privados o públicos de la entidad, no había una diferencia marcada en el contenido de la información, porque ambos cuidaban la imagen del gobernador guerrerense. Prevalecía el favoritismo y compadrazgo. Era el tiempo del *PRI-GOBIERNO*. Era la época de preferencias a los eventos donde asisten funcionarios afiliados al partido oficial, porque generaban ingresos a los medios de comunicación. Las prebendas, embutes, 'sobres' y los 'chayos', circulaban entre algunos periodistas.

Siendo gobernador de Guerrero, José Francisco Ruiz Massieu y presidente municipal de Acapulco, René Juárez Cisneros, actual gobernador del estado (2004), los coordinadores de Comunicación Social se caracterizaban por darle cierta preferencia sólo

⁹ revista mexicana de COMUNICACIÓN Mayo-Junio 1990, Año Dos, Número doce, p. 54.

a algunos periodistas para cubrir las giras de trabajo de estos funcionarios. Los medios tanto impresos como radiofónicos y los televisivos maquillaban la información de los sucesos más relevantes, como el narcotráfico en Guerrero que las autoridades negaban.

En los ayuntamientos las elecciones estaban "amañadas", esto se percibía en el abuso de autoridad por parte de la policía local. No faltaba el clásico funcionario que pagaba al periodista para que publicaran información que desprestigiara a quien le hiciera sombra en el terreno político, como el caso del ex diputado priista, Eloy Polanco y Cecilio Molina quien fuera corresponsal de *Ovaciones*. A través de Comunicación Social del estado de Guerrero, en la mayoría de los medios de comunicación se tenía prohibido publicar artículos que afectaran la imagen del gobernador así como la del presidente municipal. El periodista no siempre tenía libertad de hacer su trabajo en forma imparcial y objetiva; si lo hacía simplemente el editor no autorizaba su edición, o bien se le quitaban líneas a sus notas informativas.

Por todo lo anterior, en varias ocasiones recordé a mis ex maestros de la *ENEP-Aragón* cuando en el aula de clase nos hablaban de la forma en que se manejaba la censura en los medios de comunicación. En Acapulco era muy marcada la diferencia entre el periodista egresado de alguna universidad y de quien en el acontecer cotidiano aprendió el oficio del periodismo, no todos los que se hicieron en la práctica eran objetivos y profesionales en su trabajo. Algunos de estos periodistas cuestionaban el trabajo de quienes estudiamos en la universidad, por cubrir eventos donde se trataban temas de trascendencia social, a diferencia de otros que tan sólo buscaban cubrir actividades donde pudieran obtener un *ingreso extra*.

En una visita que hice a la ciudad de México, observé en un puesto de periódicos la portada de la revista *Proceso* que me llamó la atención. La revista era del 12 de marzo de 1990 con la fotografía de José Francisco Ruiz Massieu ex gobernador de Guerrero. En ella se le criticaba por la violencia e intransigencia que prevalecía en ese estado, así como por el desalojo de perredistas con lujo de violencia en 8 alcaldías la madrugada del martes 6 de marzo de 1990, además de los desaparecidos que hubo en Ometepec. Este conflicto

se suscitó entre el *PRI* y el *PRD* debido al fraude electoral que cometió el *Partido Revolucionario Institucional* en la mayoría de los municipios del Estado.

El lector recordará que en ese mismo año, 300 elementos de Seguridad Pública y de la Policía Judicial del Estado de Guerrero abrieron fuego sobre el Palacio Municipal de Ometepec, el cual se encontró ocupado durante tres meses por medio centenar de militantes perredistas, entre ellos había mujeres y niños, quienes empezaron a llorar ante los balazos de los efectivos, no fueron suficiente los palos y machetes de los perredistas, quienes intentaron defenderse de la fuerza policiaca.

El gobernador José Francisco Ruiz Massieu fue quien ordenó la acción de desalojo, conocida como *Operación Relámpago*, precisamente el día en que se habían programado las negociaciones con el licenciado Fernando Gutiérrez Barrios, Secretario de Gobernación, para resolver los conflictos postelectorales en la entidad.

En pláticas con mis compañeros de trabajo sobre este suceso electoral, me enteré que se habían vendido pocos ejemplares de la revista *Proceso*, debido a que todo el tiraje lo compró Comunicación Social del Estado de Guerrero con el fin de evitar que la imagen del gobernador se dañara. Por las características que prevalecían en Guerrero, en ese tiempo la radio era un enemigo poderoso por su cobertura para el sistema político del estado.

Los informativos radiofónicos generalmente no se trasmitían en vivo, como en la ciudad de México. Eran programas grabados para cuidar cada palabra que se decía, así como también los equipos para grabar en estudio no se encontraban a la vanguardia. Sin embargo, a pesar de las carencias técnicas que prevalecían en las emisoras, los reporteros no dejaban de ser profesionales en su trabajo y los noticiarios continuaban trasmitiéndose a la misma hora de siempre como lo describo en el siguiente punto.

1.2.1 REFLEJOS DE ACAPULCO

*“Podré no estar de acuerdo con tus ideas, pero daría la vida por defender el derecho que tienes a expresarte”.
Voltaire.*

Para el profesor José Antonio Barragán Venzor los editoriales no aparecen firmados y su autoría es responsabilidad oficial del periódico. Se trata de opiniones de los directivos y/o colaboradores de la publicación, quienes interpretan, analizan y enjuician los acontecimientos de mayor interés social con la finalidad de orientar a los lectores.¹⁰

Un buen día llegó una invitación a la redacción del periódico *La Verdad de Guerrero* para cubrir un evento-desayuno organizado por un importante grupo de empresarios denominado *ACASO, Acapulco-Socios*. A este tipo de actos se invitaba a escritores, políticos, ecologistas, historiadores y periodistas, entre otras personalidades del quehacer humano, con la finalidad de que después del desayuno el ponente abordara un tema relevante dentro de su profesión.

En uno de estos desayunos conocí al periodista Sergio, de quien no recuerdo en este momento su apellido, él trabajaba en aquellos años para la *XHNQ FM GLOBO “tu música en tu idioma”* de Acapulco y, que a la postre fue corresponsal de *Radio Red*. A los pocos días de conocernos me invitó a recorrer las instalaciones de dicha emisora. Una vez que llegamos a la dirección fui presentado con Jorge Valente Nava, locutor oficial de *FM GLOBO*, quien al mismo tiempo se desempeñaba como director del noticiario *REFLEJOS*. Una vez que dejamos de lado el protocolo, le manifesté mi interés por colaborar en su noticiario. Al enterarse que había concluido la carrera de Periodismo en una escuela de la *UNAM*, de inmediato me incorporó a su equipo de trabajo.

¹⁰ Barragán Venzor J. Antonio. NOTA INFORMATIVA Y CRÓNICA NOTICIOSA, ENEP-Aragón, s. 13

La información que se manejaba en esta emisora era cien por ciento de interés local, de lo más relevante de Acapulco y sus alrededores. A pesar de ser una empresa privada se me explicó que no podíamos pasar información para afectar la imagen del entonces gobernador José Francisco Ruiz Massieu, así como del presidente municipal en ese momento René Juárez Cisneros, por no convenir a los intereses de la empresa.

El noticiario se grababa en frío, es decir, media hora o una hora antes de salir al aire, salvo en algunas ocasiones se transmitía en vivo. Había ocasiones que no disponía de tiempo para llevar mis notas personalmente, por ello enviaba la información vía fax. El noticiario tenía una duración de treinta minutos y se transmitía de lunes a viernes en el horario de 13:00 a 13:30 de la tarde. A diferencia de los noticiarios radiofónicos que se transmitían en la ciudad de México, en Acapulco no siempre se presentaba la información periodística en forma de guión, se trabajaba en forma de nota informativa abarcando un espacio de una cuartilla y media como máximo. Asimismo, era común spotear la cinta de la grabadora para ubicar la entrevista o declaración que se necesitaba transmitir.

La Verdad de Guerrero, periódico donde trabajé al mismo tiempo que lo hacía para *FM GLOBO* estaba subsidiado por el gobierno del estado, mientras que la empresa radiofónica pertenecía al grupo *Stereorey*. En lo personal me agradaba más el trabajo de la radio por la cobertura que abarcaba en la comunidad de Acapulco y la libertad para cubrir no sólo la fuente política sino también la de espectáculos.

Algo que disfrutaba más de esta profesión periodística era el escuchar al aire la voz de mis entrevistados, me sentía satisfecho al poder hacer uso de la radio para que tanto el ama de casa, el comerciante o el estudiante universitario externaran su inconformidad en torno a su medio social.

En una ocasión recibí en la redacción una carta-denuncia de un grupo de policías recién egresados de la academia, en la cual acusaban al jefe de la policía local por insultos y extorsión hacia el personal subalterno, y en el caso de las mujeres de acoso

sexual para poder ascender a otro puesto. Una vez que terminé de leer la carta donde venían nombres y firmas de quienes la enviaron, reflexioné y recordé a gente de la talla de Manuel Buendía, Tomás Mojarro, Francisco Huerta y Gutiérrez Vivó, ejemplo de lo que debe ser el periodista comprometido con la verdad.

Era la primera vez que me enfrentaba a una denuncia como ésta, y experimente miedo, sin embargo me atreví y la publiqué en el diario *La Verdad de Guerrero*, al igual que la grabé para el noticiario *Reflejos*.

Después de tres meses de haber demostrado ser constante en mi trabajo en la radio, el director del noticiario *Reflejos*, me propuso lo apoyara en la estructuración del informativo radiofónico de tal forma que contara con una sección editorial. No podía dar crédito de que me tomaran en cuenta para tan importante trabajo editorial. La elaboración de la sección editorial significó un reto en el ámbito profesional, porque me ví obligado a estar mejor preparado y más informado para hacer una crítica objetiva y plural del acontecer cotidiano en Acapulco. Por esto leía a diario los principales periódicos locales como *El Sol de Acapulco*, *Novedades de Acapulco*, *Diario 17* y *el Observador*, para no estar descontextualizado de los sucesos más relevantes.

Por ser el editorial una de las secciones más importantes para el noticiario, antes de grabarla en cabina analizábamos el contenido del tema a tratar el director Jorge Valente y su servidor a fin de no afectar a la emisora *FM Globo* con algún comentario que a la postre le significará menguar sus ingresos por concepto de inserción publicitaria por parte del gobierno estatal.

Para elaborar la sección editorial, primero analizaba el tema sobre la noticia más relevante del día o de la semana a nivel local de Acapulco y sus alrededores, después desarrollaba el tema y concluía con algún comentario sobre su posible solución o sugerencia.

De esta forma el noticiario *REFLEJOS* presenta a su auditorio un trabajo de mejor calidad, crítico y analítico, esto a la postre llamó el interés por parte de comunicación

social del ayuntamiento por monitorear con más atención las emisiones del informativo *REFLEJOS*, debido a que antes el noticiario le daba más espacio a los eventos de espectáculos y sociales.

El trabajo que realicé en esta empresa radiofónica en el terreno profesional me agradaba y lo hacía con entusiasmo, sin embargo no me fue posible seguir colaborando, porque retrasaban demasiado mis pagos y por ello no alcanzaba a solventar mis gastos.

Fue así que decidí buscar otra opción para continuar inmerso en el periodismo. Tuve dos opciones para trabajar: una en el *Diario 17 de Acapulco* y la otra en el periódico *El Día* de la ciudad de México, acepte la segunda opción, debido a que me resolvieron primero para trabajar en la sección de cables internacionales, cuya experiencia describo en el capítulo II, donde hago referencia de mi paso por la prensa escrita.

En el siguiente punto del capítulo I, hago una descripción de mi andar en la radio por el estado de Morelos en la serie *Misión Cumplida*.

1.3 LA SOLIDARIDAD DE LAS ONDAS HERTZIANAS EN MORELOS

Antonio Barragán Venzor define el reportaje como el género más completo, pues explica con amplitud los conocimientos noticiosos reciente o actuales con el auxilio de otros géneros periodísticos, como la entrevista y la crónica, entre otros puntos.¹¹

Para los años noventa la población en general manifiesta descontento ante la crisis y la manipulación en los procesos electorales que imponía el *Partido Revolucionario Institucional*. Debido a ello se organizan con más frecuencia movilizaciones campesinas, cuyo destino fue el zócalo capitalino con el fin de exigir al gobierno se les brindara apoyo para la producción y comercialización de sus productos. A partir de estos sucesos, el país muestra indicios de un cambio en el terreno electoral.

¹¹ *Ibidem* p. 10

"Se buscaba romper con las viejas instituciones, la cultura política previa y, en general, con la forma de hacer política que había prevalecido. Los medios masivos de comunicación se volvieron más libres y adquirieron un nuevo papel en las contiendas electorales".¹² El radioescucha participa más en los informativos a través del teléfono o mediante el fax, haciendo denuncias contra el fraude electoral, el cual se venía manipulando sexenio tras sexenio a favor de los candidatos del *PRI*.

Ante la crisis el descontento del pueblo era cada vez más marcado y ya no sería fácil su manipulación. "El sureste del país fue el escenario de un poderoso resurgimiento de movilizaciones de protesta en el medio rural. La protesta civil se extendió a los indígenas: en 1990, la Coordinadora Nacional de Pueblos Indígenas CNPI realizó numerosas manifestaciones en la ciudad de México".¹³

La presión que ejercieron los grupos de campesinos a través de las manifestaciones surtía efecto, debido a ello el entonces presidente Carlos Salinas de Gortari recurrió a la concertación de intereses relacionados con el apoyo al campo y de bienestar social, es así como nace el *Programa Nacional de Solidaridad* para dar respuesta a la demanda de estos grupos.

Solidaridad fue un programa que se implementó a nivel nacional, y tan sólo relataré el caso de Morelos, donde el gobierno estatal dio el primer paso fortaleciendo a todos los municipios para que se beneficiaran. Las autoridades apoyaron el proyecto Solidaridad con el material de construcción y el ciudadano participaba con la mano de obra en beneficio de sus comunidades.

El objetivo era lograr un desarrollo armónico en todo Morelos, a través de la concertación entre los municipios, así la población de viva voz expuso su problemática pero también posibles soluciones.

¹² GRAN HISTORIA DE MEXICO ILUSTRADA, TOMO 19 p 359

¹³ *ibidem* p 259

Los habitantes de cada municipio empezaron a organizarse en comités, quienes fueron los encargados de gestionar las solicitudes de apoyo y administrar los recursos que los gobiernos tanto municipales como estatales otorgaron, y muy pronto en varias localidades se recibieron los primeros financiamientos.

En los municipios del estado de Morelos sus habitantes veían con agrado este programa por los beneficios que a la postre representaría el contar con calles pavimentadas y banquetas, o bien, por la construcción de puentes en las zonas rurales o de carreteras donde antes eran caminos de terracería, estas obras beneficiaban en general a las comunidades, agilizando con ello el comercio y el traslado de enfermos a los Centros de Salud más cercanos a sus hogares.

Bajo este contexto político que prevalecía en nuestro país, la empresa *Delfos Comunicación* me contrató en 1992 por tres meses como reportero para hacer una serie de programas de radio y televisión sobre el *Programa Nacional de Solidaridad* en el estado de Morelos, mismo que llevó por nombre *Misión Cumplida*. Por instrucciones de José Antonio Riva Palacio, ex gobernador del estado de Morelos, el proyecto tenía como objetivo propagar a nivel local a través del *Sistema Morelense de Radio y Televisión* el *Programa de Solidaridad*; es decir, difundir las obras y la forma como se benefició a los habitantes de cada municipio, y dar una imagen positiva de gobierno.

Más que dar un servicio social los medios públicos de Morelos, se ocupaban por difundir campañas que no siempre resultaban exitosas.

De acuerdo con información obtenida por la Cuenta de Hacienda Pública Federal, la inversión asignada para el estado de Morelos en el Programa de *Solidaridad* fue de 46 millones 697 mil 700 pesos, durante 1992.

De los 33 ayuntamientos que conforman el estado de Morelos el primero que visitamos por su cercanía al Distrito Federal fue Atlatlahucan y finalizamos con Cuernavaca, capital del estado. Durante el recorrido por Morelos se observó que la

situación económica-política en algunos municipios no era clara, porque había confusión en cuanto al presupuesto que se les había proporcionado por parte de la federación.

Era extraño pero esto sólo ocurría en los ayuntamientos donde el presidente municipal era militante de algún partido de izquierda, debido a que los contadores o administradores de filiación priísta que en ese momento trabajaban en el mismo ayuntamiento, no eran muy transparentes con los dineros y con ello obstaculizaban que en esos municipios no se llevaran a cabo las obras en forma y tiempo como estaban programadas para beneficio de la comunidad.

Gracias a esta serie de programas de radio tuve la oportunidad de conocer todo el estado de Morelos, su gente, sus costumbres, su cultura y su historia. Sin embargo no fue tarea fácil cumplir con esta labor, debido a que era importante tener un plan de trabajo para contactar a las personas que se beneficiaban con este programa, que consistía en citar a la gente que nos interesaba entrevistar en algún lugar céntrico con respecto a sus comunidades, ejemplo de ello fue el Auditorio Municipal. En algunas ocasiones nos vimos en la necesidad de trasladarnos hasta sus comunidades, y recorrer caminos de terracería; en otras el clima nos obligaba a trabajar a marchas forzadas, porque varias entrevistas las realizamos en el campo, al mismo tiempo que grabábamos los programas de radio y televisión.

Para el desarrollo de este trabajo únicamente contábamos con una cámara de televisión, dos grabadoras, una de carrete, otra de mano y dos micrófonos. Los temas a tratar eran muy variados en cada municipio, por ejemplo crédito a la palabra, remodelación para escuelas primarias, secundarias y jardines de niños, inauguración de lecherías CONASUPO, apoyo para talleres de costura, centros de salud, construcción y ampliación de puentes y caminos, instalación de luminarias, pavimentación de calles, drenaje, perforación de pozos para riego, becas y despensas para niños de escasos recursos de nivel primaria y secundaria, maquinaria para talleres en los Centros de Rehabilitación Social CERESO, tutelar de menores, restauración de obras pictóricas en conventos, centros piscícolas y fruticultores, construcción de canchas de basquetbol, así como la construcción del auditorio municipal, entre otros.

En cada municipio donde llegábamos era necesario investigar el significado de su nombre, su historia, su cultura y costumbres, información que obteníamos a través del cronista del pueblo, la cual servía de ayuda para quien se encargaba de elaborar el guión y la edición del programa *Misión Cumplida*.

No era tarea fácil hacer hablar al hombre de campo, el ama de casa, o los niños, durante 7 ó 5 minutos que duraba la grabación, de los cuales sólo se editaban de 2 a 3 minutos.

En algunas ocasiones se percibía el pavor que se apoderaba de las personas entrevistadas, debido a que estaban frente a una cámara de televisión, pero uno como entrevistador debe transmitir confianza, haciendo preguntas claras y llanas. Es importante hacerles sentir que no es un examen, sino una conversación amistosa.

Por un momento pensé que no podría cumplir con la tarea de reportero, porque eran diversos temas a desarrollar, además de que me había desempeñado más en medios informativos y no tanto de tipo documental, pero gracias a la experiencia, paciencia y confianza que me brindó el equipo de trabajo como fueron el Lic. Joaquín Ruiz Ávila, quien se encargó de la producción del programa y a quien considero mi maestro por la forma y el estilo que me enseñó para realizar las entrevistas, el camarógrafo Martín Farfán y su asistente Francisco Vera pudimos cumplir con éxito la serie *Misión Cumplida*.

Al término de nuestras entrevistas con el hombre de campo, o el artesano en ocasiones nos invitaban a comer en sus casas, la comida era muy sencilla, sin embargo lo apreciamos por que nos la ofrecían de corazón; en algunos ocasiones nos hicieron obsequios con fruta de la región o artesanías fabricadas por ellos mismos, esto como agradecimiento por haberlos visitado y darle difusión a las actividades culturales y sociales que se llevaban a cabo en su comunidad, estos presentes si no los aceptábamos era como una ofensa para ellos.

Esta serie de radio me dejó diversas enseñanzas y múltiples experiencias en el terreno profesional, como tratar con sencillez al campesino y valorar el esfuerzo y empeño que le manifiesta al trabajo de campo, así como respetar sus costumbres y tradiciones. Se conoció el trabajo del maestro rural que para poder desplazarse hasta su centro de trabajo se veía en la necesidad de emplear como vehículo una bicicleta, para después de casi una hora de recorrido por caminos de terracería se dirigía a impartir cátedra con sus pupilos, quienes a su vez después de una larga jornada en el campo con sus padres, se dirigían al aula de clases.

O como el caso de la abuelita que para poder educar y mantener a sus nietos, porque sus padres fallecieron en un accidente, antes que pedir limosna, se veía en la necesidad a trabajar en un taller de costura, creado bajo el *Programa de Solidaridad*. Gracias al periodismo tenemos la oportunidad de conocer el lado humano de los protagonistas que entrevistamos.

Sin embargo, a pesar del esfuerzo y empeño por llevar a cabo el *Programa Nacional de Solidaridad* a todos los rincones de Morelos, la vida seguía igual para muchas familias, pues no todas se vieron beneficiadas con este programa. La crisis persistía y por lo tanto aún había muchas carencias en el estado, las despensas y becas no eran suficientes para los estudiantes de primaria, los centros de salud requerían de mayor dotación de medicamentos, y de un mejor equipo médico; además de que algunas carreteras federales se encontraban en mal estado y sin señalamientos, con ello el riesgo de sufrir accidentes era latente.

Así es como concluye mi paso por la radio. En el siguiente capítulo describo como fue mi trayectoria en la prensa escrita.

CAPÍTULO II

EL OBRERO DE LA TECLA DE FINALES DEL SIGLO XX (1990)

Periodista que afirma "ya llegue", "ya la hice", "nadie me puede enseñar nada nuevo", es porque comenzó a envejecer mentalmente desde el minuto anterior"...

Manuel Buendía

2.1 SITUACIÓN DEL PERIODISTA DE AQUELLA ÉPOCA (CUESTIONES TÉCNICAS)

A principio de los años noventa en los medios de comunicación escrita se presenta un contraste con respecto al uso de la tecnología de punta como herramienta de trabajo, puesto que mientras en algunas redacciones ya contaban con computadoras, en otras se continuaba escribiendo en máquinas mecánicas.

La ventaja de tener una computadora es el ahorro de trabajo y tiempo en la corrección de texto, a diferencia de la máquina mecánica que implicaba al momento de revisar y corregir rehacer todo o casi todo el trabajo de redacción. Asimismo la edición del periódico se agiliza, ejemplo de esto son: *El Universal*, *Uno más Uno*, *La Jornada*, *El Heraldo de México*, *Novedades* por citar algunos, a diferencia de: *El Día*, *El Diario de México* y *Valle de México* que no contaban con equipo de cómputo.

Los cambios en las herramientas tecnológicas de las que se vale el periodismo se presentan en forma constante y relativamente rápida, pues para estos años la mayoría de los medios impresos actualizaron sus salas de redacción y formas de captura de la información que cotidianamente recababan todos y cada uno de los reporteros, luego de cumplir con sus órdenes de trabajo.

La prensa incorpora a su producción informativa la expansión del fenómeno Internet al facilitar las sinergias entre medios asociados. En esta misma década se incorpora en el periodismo el uso de la telefonía celular, los satélites Morelos I y II. Con el uso de ésta tecnología se acortan distancias y tiempos para enviar la información hasta la sala de redacción, de esta forma se facilita contactar al mundo entero para conocer los sucesos más relevantes del momento.

2.1.1 CONDICIONES LABORALES DEL PERIODISTA EN LOS AÑOS NOVENTA

La situación laboral del periodista es deplorable, persiste una gran inconformidad, se mantiene el desequilibrio en salarios con más tareas por el mismo sueldo. Hay recorte de personal frecuente en las redacciones, explotación de practicantes, contratos de trabajo sin prestaciones sociales.

Para las exigencias y necesidades de la profesión no hay un salario mínimo profesional, es hasta 1991 que la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos, establece un pago mínimo profesional para reporteros y fotógrafos de prensa de bajos ingresos por \$39, mil 990 pesos diarios equivalente a \$ 959, mil 760.pesos mensuales.¹

Sin embargo, los salarios no mejoran mucho de acuerdo a las horas que le dedica uno al trabajo periodístico. En lo personal me tocó cumplir con mi labor de reportero cubriendo jornadas de trabajo de más de ocho horas diarias, sin pago de tiempo extra, sin utilidades, ni vacaciones, además de no contar con descanso los fines de semana, en algunas ocasiones sin un horario fijo para comer, porque así lo requería el trabajo, pues la noticia se presenta en cualquier momento.

Otro inconveniente que vive el periodista es que priva a su familia de su presencia, porque esta profesión exige tiempo completo. En lo que respecta a la prestación del servicio médico para el comunicador, en algunos casos los editores lo afilian al *Instituto Mexicano del Seguro Social* después de varios meses de prestar sus servicios profesionales, hasta que el reportero se está muriendo de una úlcera.

El día de descanso debíamos de estar localizables para cubrir la ausencia si alguno de nuestros compañeros se enfermaba o llegaba a faltar por otros motivos. Si se quería sobresalir y mantener, sobre todo el empleo, había que hacer talacha periodística, esta consistía en cubrir eventos hasta el lugar de los hechos y no trabajar únicamente los boletines de prensa.

¹ Diario Oficial 4 de diciembre, 1991

En el siguiente punto narro mi paso por el periódico *La Verdad de Guerrero*, en Acapulco.

2.2 EL MANEJO DE INFORMACIÓN DEL PERIÓDICO *LA VERDAD DE GUERRERO*

Para Vicente Leñero y Carlos Marín, en su clásico *Manual de Periodismo*, la nota informativa es el género fundamental del periodismo, el que nutre a todos los demás y cuyo propósito único es dar a conocer los hechos de interés colectivo, en la noticia no se dan opiniones se informa del hecho y nada más. El periodista no califica lo que informa. No dice si le parece justo o injusto, conveniente o no. Se concreta a relatar lo sucedido y permite así, que cada receptor de su mensaje saque sus propias conclusiones.²

En 1989 me entero que mi amigo y ex compañero de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, Rodolfo Romero Nájera, se encontraba en Acapulco trabajando en el periódico *La Verdad de Guerrero* de esa entidad, desempeñando el puesto de subdirector, lo cual me dio gusto y, en cuanto tuve la oportunidad de hablarle por teléfono, lo felicité por su relevante cargo a nivel profesional.

En una visita que hizo Rodolfo al Distrito Federal me dejó un recado en la empresa *Delfos Comunicación*, para conversar en un café. Este fue mi primer contacto con *La Verdad de Guerrero*.

Durante la reunión me enteré de todo lo relevante con respecto al cargo de subdirector en uno de los diarios más viejos de Acapulco, *La Verdad*, que edita su primer ejemplar el 1° de enero de 1949, bajo la dirección del señor Ignacio de la Hoya.

Rodolfo me explicó que se trataba de un medio de comunicación impreso que contaba con un equipo de reporteros de edad madura con muchos vicios dentro del medio periodístico y que el periódico se encontraba en proceso de modernización, por ello al

² Leñero, Vicente y Marín Carlos. *MANUAL DE PERIODISMO* p.40

señor Reynol Gómez Escalera, director de *La Verdad de Guerrero*, le interesaba contratar personal joven de preferencia de formación universitaria.

Después de haber escuchado lo anterior, le manifesté mi interés por conocer las instalaciones de *La Verdad* y de tener la oportunidad de integrarme a su equipo de trabajo de informadores.

Así fue como en el año 1990 me ofrecen ocupar el cargo de Jefe de Información en el periódico *La Verdad de Guerrero*, este nombramiento fue causa de molestia para mis demás compañeros de trabajo, debido a que la mayoría del personal no tenía una formación universitaria, además de no aceptar con agrado que una persona joven tuviera más jerarquía que ellos.

Más que un obstáculo para desempeñar mis actividades profesionales dentro de este medio informativo impreso, la edad no fue impedimento para cumplir con mis actividades en este diario. En *La Verdad de Guerrero* se trabajaba con una máquina de linotipo del siglo XIX, en la formación de las páginas se empleaba el manejo de puntos y picas para el formateo de la información periodística.

Las actividades que realizaba en el periódico eran coordinar la distribución de la información de las páginas interiores, corrección de estilo y cabeceo de notas informativas, además de cubrir las giras de trabajo en Acapulco del gobernador del estado de Guerrero y del presidente municipal de este mismo puerto turístico.

Los géneros informativos que más trabajé en este medio fueron la nota informativa y en forma esporádica el reportaje. Para el desarrollo de mi trabajo, además del uso de la grabadora, en varias ocasiones en las ruedas de prensa utilicé la simbología como herramienta de trabajo para agilizar la redacción de mis notas, debido a que la grabadora no siempre es confiable porque pueden presentarse problemas en la cinta de grabación al enredarse, o bien que las pilas estén bajas de energía.

Por eso es recomendable que el reportero haga su propio código de signos, a fin de evitar perder información por fallas técnicas en la grabadora.

Por ejemplo:  sin embargo

 entonces

. . . por lo tanto

. por

+ más

- menos

Este periódico estaba subsidiado por parte del gobierno del estado, por lo tanto no se permitía publicar información que afectara la imagen del gobernador ni la del presidente municipal de Acapulco, esto permitía que las autoridades estatales controlaran el manejo de las noticias en los medios impresos a nivel local. Lo mismo sucedía con los periódicos locales como los diarios: *Crítica de Guerrero*, *Del Pacífico* y *17*. En algunos de estos medios al periodista se le proporcionaba una credencial para vivir de la publicidad y del embute. Desprestigiando con ello la imagen del comunicador profesional.

En contraste con estos medios informativos estaban el *Sol de Acapulco* y *El Observador*, quienes se caracterizaban porque el contenido de su información era más crítica y plural hacia el gobierno, mientras que el *Novedades de Acapulco* se mantenía neutral.

Mi trabajo en un día normal, iniciaba por llamar a la Oficina de Comunicación Social del Ayuntamiento para conocer la agenda de actividades del entonces presidente municipal, Juárez Cisneros. Si no había algún evento relevante por cubrir con ellos, entonces revisaba las invitaciones que se habían recibido en la redacción durante el día anterior.

Una vez enterado de los eventos por cubrir y a qué hora se iban a realizar, le turnaba la invitación al reportero encargado de trabajar esa fuente para que acudiera al evento.

Por la tarde, después de haber salido a reportear, regresaba a la redacción para trabajar mis notas y organizar el material que se tenía que publicar en las páginas interiores del periódico.

De acuerdo con la publicidad que nos llegaba al periódico, era el espacio que le asignábamos a las notas, para este trabajo me coordinaba con el formador y con el linotipista, quienes se encargaban de estructurar el diseño del periódico.

Los colaboradores de este diario me entregaban sus notas informativas o columnas para su posterior publicación, las revisaba y comentaba con el director de *La Verdad* para su aprobación y posterior publicación.

En los medios de comunicación impresos, prevalecía en estos años la censura de la información, tanto en la ciudad como en provincia. Una forma como el gobierno pudo controlar a los medios fue restringiendo la inserción de planas completas de publicidad oficial, de esta forma se reflejaban las ganancias o pérdidas en las carteras de los editores.

El editor sugería suprimir líneas, párrafos o de plano censuraba la nota, cuando la información no se apegaba a la política del periódico y, obviamente no se publicaba el material, argumentando al reportero al día siguiente, que por falta de espacio no había sido posible su publicación.

Si era necesario se hacía alguna corrección de estilo u ortografía a la información. También aprendí a cabecear las notas informativas, lo cual a la postre me ayudaría para ingresar al periódico *El Día*, como a continuación lo describo en el siguiente punto.

2.3 LA TALACHA DE UN REDACTOR DE INTERNACIONALES EN EL PERIÓDICO *EL DÍA*

Los cambios en la economía y la política que el país enfrenta como la reforma monetaria para frenar la inflación eliminando tres ceros a la moneda, la firma del Tratado de Libre Comercio con Canadá y Estados Unidos; en el terreno político se empezó a ver la pluralidad y la transición a la democracia, tema que ocupó el centro de atención en la sociedad mexicana, acabaron por producir una crisis ideológica en el partido oficial del gobierno, el PRI.

El nacionalismo revolucionario que había prevalecido en México por más de setenta años se tambaleaba, la ideología oficial del régimen priista estaba en decadencia.

En los inicios de la década de los noventa, el *Instituto Federal Electoral* crea el *Código Federal Electoral de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE)*, con la finalidad de que los procesos electorales fueran cada vez más transparentes e imparciales. Al mismo tiempo nos congratulamos con el otorgamiento del premio nobel de literatura al mexicano Octavio Paz. En el ámbito internacional el mundo fue testigo de una guerra televisada desde el Golfo Pérsico, cuando las tropas del dictador iraquí Saddam Hussein invaden Kuwait.

En este contexto, a fines de 1990, en las oficinas de Comunicación Social del ayuntamiento en Acapulco, conocí al enviado especial del periódico *El Día*, Rubén Arizmendi, quien me extendió una tarjeta con los datos del medio donde prestaba sus servicios profesionales como reportero.

Un par de semanas después vine a la ciudad de México a visitar a mi familia y aproveché la ocasión para saludar a Rubén en las instalaciones del periódico *El Día*, quien a su vez me presentó con el señor José Luis Camacho quien en ese tiempo

desempeñaba el cargo de subdirector de este diario informativo y como directora del mismo la ex senadora priísta Socorro Díaz.

Después del protocolo con el subdirector del *Día*, le manifesté mi interés de laborar en esa empresa periodística, para lo cual me dio cita para llenar solicitud y presentar examen.

Una semana más tarde desde la redacción del periódico *La Verdad de Guerrero*, me comuniqué con el señor Camacho para conocer el resultado de la evaluación que se me aplicó, dándome la agradable noticia que había sido aprobado para ocupar una plaza como redactor en la sección de internacionales.

Acepté debido a mi inquietud por conocer y aprender el tratamiento que se le da a la información en el ámbito internacional, al mismo tiempo me sirvió para aplicar las técnicas de comprensión de lectura del idioma inglés que adquirí durante mi estancia como estudiante de periodismo en la ENEP-Aragón.

De acuerdo con datos publicados por la investigadora Fátima Fernández Christlieb en su libro *Los Medios de Difusión Masiva en México*, durante la administración del presidente Adolfo López Mateos se funda el periódico *El Día*, apareciendo su primer ejemplar el 26 de junio de 1962. Se rige este medio como Sociedad Cooperativa, siendo Enrique Ramírez y Ramírez su fundador y primer director, hasta su muerte en el año de 1980.

A diferencia del periódico *La Verdad de Guerrero* de tendencia oficialista y de cobertura local, en el informativo *El Día* de la capital, el manejo de información es de mayor trascendencia social, debido a que su contenido era de carácter nacional e internacional.

La forma como se acostumbraba trabajar en el Departamento de Cables Internacionales del periódico *El Día*, consistía en revisar el télex (Red telegráfica que permite la comunicación directa a través de teleimpresores) y el teletipo (aparato

telegráfico en el que los textos pulsados en un teclado aparecen automáticamente y simultáneamente escritos en el otro extremo de la línea) de las diferentes agencias internacionales, así como las fotografías que se recibían. Se clasificaban las notas por continentes. Cada redactor estaba encargado de trabajar la información de alguno de los cinco continentes.

Las fotografías que enviaban las agencias de noticias internacionales en su mayoría se recibían con pies de foto en francés o inglés y para hacer su traducción fue importante aplicar las técnicas de comprensión de lectura de ambos idiomas.

Las principales agencias de noticias con las que se trabajaba eran:

El precedente de la AFP fue la Agencia Havas, fundada por Charles- Louis Havas en 1835, fue la primera de las grandes agencias internacionales de noticias que se creó en el mundo y la primera implantada en América Latina. En 1940, el Gobierno francés nacionalizó la agencia Havas, que pasó a denominarse Office Français d'Information (OFI). En 1944, los periodistas de la resistencia ocupan la agencia y la renombran como Agence France Presse (AFP). En 1957, un nuevo estatuto de la AFP convierte a la agencia en un organismo autónomo dotado de personalidad jurídica propia. Se caracteriza porque su red de información abarcaba 165 países. Está organizada en cinco grandes zonas geográficas que son: **Norteamérica** con sede en Washington - 9 oficinas; **Latinoamérica** sede en Montevideo, Uruguay - 22 oficinas; **Asia - Pacífico** sede Hong Kong, China - 25 oficinas; **Europa - África** sede París Francia - Europa: 36 oficinas; – África: 16 oficinas y **Medio Oriente** con sede Nicosia, Chipre - 9 oficinas.³

Prensa Latina (PL) La oficina central se encuentra en La Habana, Cuba, fue fundada en 1959 poco después del triunfo de la Revolución Cubana, con cuatro décadas de experiencia en la cobertura de la actualidad latinoamericana y mundial. Brindaba en aquella época 24 horas de información cablegráfica con la mayor actualidad, apoyada en sus 22 corresponsalías ubicadas principalmente en América Latina.

³ <http://www.infogermania.org/agencias/associated.htm> consultado 18- junio-2004.

Rotativos y emisoras de radio y TV a lo largo de América Latina y en otras áreas contratan sus servicios por distintas vías, mientras otros usuarios, entidades y particulares pueden acceder a su caudal informativo a través de Internet.⁴

UPI (United Press International) se crea en 1907, por E.W. Scripps, bajo la denominación de *United Press Associations* como una agencia independiente, cuyos servicios se venderían a cualquier cliente, en cualquier lugar del mundo, bajo la gestión de Roy Howard. En 1958 la agencia se une a la *International News Services*, creada por el magnate Hearst en 1909 y adquiere el nombre de *United Press International*. En la actualidad ofrece servicios en inglés, español y árabe.⁵

IPS es una organización no gubernamental, se estructura como *Asociación Internacional de Periodistas* sin fines de lucro. Cuenta con el respaldo de una red de periodistas en más de cien países y enlaces vía satélite con 1,200 medios de comunicación en todo el planeta.

Fundada en 1964, en Roma, Italia, por el periodista italo-argentino, el Dr. Roberto Savio. Como un puente comunicacional entre los países del Norte y Sur. *IPS* se expandió rápidamente, primero en América Latina, y luego en Norteamérica, el Caribe, África, Asia, Europa y el Medio Oriente. El servicio noticioso de *IPS* se ofrece diariamente en siete idiomas como son: alemán, español, inglés, finlandés, holandés, noruego y sueco.⁶

Notimex es la Agencia Mexicana de Noticias encargada de divulgar los principales acontecimientos que intervienen en el desarrollo de Latinoamérica y el resto del mundo. Esta agencia cuenta con el respaldo de una red de profesionales de la comunicación integrada por más de 300 redactores, editores, fotógrafos, reporteros y corresponsales distribuidos en México y en el mundo.⁷

⁴ <http://www.prensaonline.com.mx>, consultado: 18-junio-2004

⁵ <http://www.inteligencia.org/agencias/associated.htm>, consultado: 18-junio-2004

⁶ <http://www.ipseespanio.org/abous/assocul.shtml>, consultado: 18-junio-2004

⁷ <http://www.notimex.com.mx>, consultado: 18-junio-2004

En la República Mexicana existen cinco coordinaciones Regionales desde donde se organiza, recaba y administra la información de los corresponsales nacionales ubicados en cada uno de los estados que integran su región como: Tijuana, Guadalajara, Monterrey, Puebla y Mérida; mientras que en el mundo cuenta con cuatro coordinaciones Regionales que centralizan la información captada por las corresponsalías en Norte, Centro, Sudamérica y el Caribe, así como en Europa y Asia, éstas se encuentran en Washington, Santiago de Chile, San José de Costa Rica y Madrid España.

En cada una de ellas, el cuerpo periodístico está integrado por corresponsales mexicanos y del país de residencia, con el fin de mantener una equidad en el planteamiento de la información, lo que refleja la visión latinoamericana de la noticia.

ANSA se constituye el 15 de enero de 1945, difunde cada día en tiempo real unas mil noticias fidedignas, seleccionables por sectores informativos y siempre verificadas en las fuentes. Cubre todos los sucesos de política, economía, deportes, espectáculos italianos y principales acontecimientos referentes a la comunidad europea.⁸

EFE nace en plena guerra civil en 1938, en Burgos por iniciativa del ministro del interior, Ramón Serrano Suñer, que consigue integrar a la Agencia Fabra. Un año después en 1939, se constituye como sociedad anónima. con sede en Madrid España, se caracteriza por ser una institución cultural, privada y sin ánimo de lucro, orientada al desarrollo de la información y su tecnología en todos sus aspectos para impulsar los lazos de acercamiento entre los distintos medios de comunicación de Europa, Iberoamérica y países árabes, fomentar la investigación, desarrollo y estudio de la información de la tecnología en que ésta se apoya.⁹

Además de contribuir a la defensa, unidad y difusión de la lengua española en todos sus aspectos, propicia la formación práctica, en colaboración con los centros universitarios, de los estudiantes y profesionales de la información.

⁸ http://ansa.it/sezioni/ansafor_es.html consultado 16-junio-2004

⁹ <http://www.informatica.org/tecnopas/associatad.htm> consultado 18-junio-2004

Otorga ayudas y becas para la formación profesional de alumnos o titulados en cualquiera de las ramas de Ciencias de la Información y en aquellas otras especialidades relacionadas con el ámbito de la comunicación.

La agencia de noticias china Nueva China (Xinhua) se fundó en 1931 en Ruijin, provincia oriental china de Jiangxi. Su primer nombre fue Agencia de Noticias China Roja y cambió a Xinhua (Nueva China) en 1937. Con la fundación de la República Popular China., en 1949, Xinhua se convirtió una agencia de carácter estatal. Cuenta con 7.000 corresponsales administrativos y técnicos. Distribuye más de 4.500 noticias diarias en las lenguas china, inglesa, española, árabe, rusa y portuguesa.¹⁰

La Agencia de Prensa Alemana (*D.P.A.*) es la agencia de noticias líder en el mercado alemán y una de las mayores del mundo. Sus corresponsales cubren los acontecimientos de todo el globo durante las 24 horas.

Concluida la Segunda Guerra Mundial, se crea en 1949 la Deutsche Presse-Agentur (DPA), por asociación de las agencias DENA, DPD y SUDENA. Produce servicios para todos los mercados de información a nivel mundial a periódicos, revistas, canales de televisión, emisoras de radio, empresas de servicios online, agencias de noticias nacionales, parlamentos, gobiernos, partidos políticos y asociaciones. Casi 800 de las 900 personas que forman parte de la plantilla de *DPA* en todo el mundo se dedican a la cobertura periodística. A ellas se suman varios millares de reporteros gráficos y redactores freelance.¹¹

En el periódico *El Día* los redactores de la sección de información internacional, analiza la información que recibía de éstas agencias de noticias; se seleccionaba y clasificaba por continentes las notas informativas que se recibían en la redacción, después se hacía un reporte verbal al jefe de la sección, quien a su vez comunicaba al subdirector,

¹⁰ <http://www.infocamerica.org/agencias/associated.htm>, consultado 18-junio-2004

¹¹ *Ibidem*.

para que él decidiera qué información consideraba en ese momento la más importante para ser publicada en el periódico.

Una vez que el jefe de la sección de internacionales convenía con el subdirector qué información era relevante publicar, a nosotros los redactores se nos indicaba qué peso quería que le dedicáramos a la nota midiendo el espacio en líneas y puntos para la cabeza de la nota.

La mayoría de las notas informativas las agencias internacionales las enviaban en español, no así el pie de foto. Para esto era muy importante aplicar las técnicas que aprendimos en las clases de idiomas sobre comprensión de lectura.

Durante los nueve meses que trabajé en este medio informativo, cubrí la información de una zona de los Estados Unidos y parte de Asia, específicamente la guerra del Golfo Pérsico, bautizada como *Tormenta del Desierto*.

La jornada de trabajo en este medio iniciaba a las cinco de la tarde y concluía hasta las dos de la mañana, rolando guardias, el cierre de la edición supuestamente era hasta las once de la noche pero debido al conflicto bélico en el Golfo Pérsico nuestra jornada de trabajo se prolongaba por más tiempo.

En la actualidad, con el avance de la tecnología en la sala de redacción del periódico *El Día*, el cierre de la edición se efectúa más temprano y ya no es necesario hacer trabajo de traducción de pies de fotografías.

Durante mi estancia en el informativo *El Día* aprendí que la labor del comunicador no concluye únicamente en la sala de redacción, pues éste debe estar siempre actualizado del acontecer informativo de última hora, para ello es importante que durante el traslado del trabajo al hogar, lea periódicos.

Al día siguiente se hace necesario ver y escuchar los principales informativos de televisión y radio con el fin de estar lo mejor informado de los sucesos más relevantes a

nivel mundial, y tener un panorama más amplio que permita analizar las fuentes que se le asignen a uno en el medio de comunicación donde labore, además de tener mayores elementos de contenido para la redacción de las notas informativas.

La situación actual del periódico se ha visto afectada por la misma crisis económica que existe en los medios. A partir del año 2001 y 2002 *El Día* manifiesta dificultad para mantener la circulación del mismo, elimina suplementos como *El Día Latinoamericano*, *El Día de los Jóvenes* y *Metrópoli*, en cuya sección se contaba con la colaboración de estudiantes del servicio social.

Se atrasa con los pagos de su personal, por ello el Consejo Editorial toma la decisión de reducir su plantilla de reporteros y corresponsales, descuidan las publicaciones para poder subsistir durante un año deja de circular dos días a la semana sábado y domingo.

Al no haber presupuesto, esto conlleva a reducir los servicios de agencias de noticias, hoy *Notimex* les fía el servicio y sólo se trabaja vía páginas de Internet con *D.P.A.*, *Prensa Latina* y la *B.B.C.*

La sociedad cooperativa del periódico se declara en crisis se encuentra en una encrucijada, están indecisos en caso de no llegar inversión, venden o desaparece. De ser así se perderían 40 años de historia, han colaborado en la redacción de *El Día* personas ilustres de la pluma como Cristina Pacheco, Manuel Buendía, Carlos Pelicer y Gabriel García Márquez entre otros.

CAPÍTULO III

DE REPORTERO A INVESTIGADOR DE MEDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA

Las decisiones que se apoyan en la Opinión Pública se hacen por medio de publicidad y comunicación, pero la comunicación, es simplemente, una herramienta tanto para la persuasión como para la recogida de información, potencialmente útil tanto para controlar las opiniones como para solicitarlas...

Vicent Price

3.1 EL PAPEL DEL INVESTIGADOR DE MEDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA

Durante la administración del ex presidente José López Portillo (1976-1982), la Secretaría de Gobernación realiza los primeros estudios de opinión pública a nivel institucional en coordinación con la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía, a fin de conocer el sentir del electorado en futuras elecciones.

Sin embargo, la iniciativa privada y los medios de comunicación se interesan en este tipo de estudios de opinión pública, conocidos también como *marketing político* a finales de la década de los ochenta como parte de los procesos de transición y cambio político orientados hacia la democracia. La misma conformación del emergente mercado electoral y la disputa de éste por diferentes candidatos y formaciones políticas, hacen posible la incorporación de esta nueva herramienta a las contiendas electorales.

En México nacia la opinión pública, entendida no como la opinión de los periodistas e investigadores, de los informados, sino como la opinión de la ciudadanía, de los hombres y mujeres de este país que estaban dispuestos a externar su opinión, de emitir su voto.

Así surge el concepto de opinión pública en México, como ya lo habían definido los investigadores norteamericanos Aldmon y Berva desde 1962, cuando definen a la opinión pública como "la serie de creencias, valores y actitudes que conllevan a los ciudadanos a tomar una posición determinada".¹

Desde la perspectiva del investigador Davison, W.P. en su libro *International Encyclopedia of the Social Sciences* escrito en 1968, cita que "una definición generalmente aceptada de opinión pública no existe... a pesar de eso, el uso de dicho término crece continuamente".²

¹ Aldmon and Berva: *The Political Culture Study, Comparative Five Country*, Princeton, Hail, New Jersey, 1979, pág. 76.

² Rivadeneira Prada, Raul: *LA OPINION PÚBLICA. Análisis, Estructura y Métodos para su Estudio*, Editorial Trillas, México, 1979, pág. 5.

Mientras que el Doctor Rivadeneira Prada en su libro *LA OPINIÓN PÚBLICA: análisis, estructura y métodos para su estudio*, define a la opinión pública como: "Fenómeno psicosocial y político que consiste en la discusión y expresión libres, de un grupo humano, en torno a un objeto de interés común". De acuerdo con esta definición la opinión pública no es una disciplina científica propiamente dicha. Es un fenómeno, y como tal un objeto de estudio.

El creciente uso de la mercadotecnia en el ámbito político directamente está vinculado al incremento de los niveles de competitividad de la sociedad y al predominio de una pluralidad de quienes participan en las contiendas electorales por el poder el país. Que sólo se puede dar en un escenario de transición democrática.

De acuerdo con el Diccionario de Ciencia Política del Abogado Andrés Serna Rojas, la democracia es el Sistema de Gobierno que se caracteriza por la intervención de la mayoría de los ciudadanos en la organización del poder público.³

El proceso de democratización conlleva a la búsqueda de instrumentos y herramientas como el marketing, que coadyuven a obtener información sobre las actitudes políticas y sociales de los ciudadanos y su disposición al voto, para lograr la legitimidad de los representantes populares para que a los ojos de los ciudadanos sean más responsables, mejoren su imagen y ayuden en la toma de decisiones.⁴

La evolución de la mercadotecnia política en México según la perspectiva del profesor e investigador del departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales de la *Universidad de Guadalajara* y miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Andrés Valdez Zepeda, inicia con los históricos comicios presidenciales en julio de 1988 cuando por primera vez el *Partido Revolucionario Institucional* pierde la mayoría absoluta de los votos y esto trae como consecuencia la incertidumbre sobre el sentido de los resultados electorales.⁵

³ Serna Rojas, Andrés. Diccionario de Ciencia Política. Facultad de Derecho UNAM, pág. 319.

⁴ revista mexicana de COMUNICACIÓN, AÑO QUINCE, NÚMERO DOCEINTA Y DOS, Julio/Agosto de 2003, pág. 35.

⁵ Valdez Zepeda, Andrés. La evolución de la mercadotecnia política en México. <http://www.mexicoderecomunicación.com.mx/Tablas/FME/foros/evolucion.html>, consultado . 3-enero-2004.

Durante ese mismo período de 1988, se conformó el mercado electoral, las urnas se convirtieron en los mecanismos legítimos y legales para alcanzar el poder político, los medios de comunicación empezaron a mostrar una limitada apertura para difundir los planteamientos y propuestas de los partidos y de los candidatos de oposición, así la competencia política empieza a ser una realidad.

La mercadotecnia política también es utilizada como instrumento para diagnosticar el mercado electoral y definir agendas públicas y plataformas programáticas o para difundir propuestas, imágenes e ideas de los candidatos.

Como parte del cambio político en nuestro país en el proceso electoral de 1988, Andrés Valdez Zepeda en su artículo "*La evolución de la mercadotecnia política en México*", señala que los primeros sondeos de opinión sobre las preferencias preelectorales fueron organizados por la *Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)*, a través de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, la empresa *Gallup*, la *Asamblea Democrática por el Sufragio Efectivo*, la *Fundación Arturo Rosenblueth* y el *Consejo Mexicano de Ciencias Sociales*.

Esta etapa se caracteriza por el inicio del período de la real competencia política. Por primera vez los candidatos presidenciales Manuel J. Clouthier, Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano y Carlos Salinas de Gortari, contratan los servicios de profesionistas especializados en la rama de la mercadotecnia política y la consultoría provenientes del extranjero para el diseño y la organización de sus campañas presidenciales.

Los spots en radio y televisión empiezan a ser cada día más utilizados como parte de las estrategias y campañas propagandísticas de los candidatos y partidos en la búsqueda del voto.

Una de tantas empresas de marketing que surgen es *Delfos Comunicación*, compañía privada que nace en agosto de 1988 cuyo objetivo es brindar los servicios de diagnóstico político de la situación, empleando para ello tanto la investigación cuantitativa

y cualitativa con la ciudadanía, como las entrevistas con líderes formales e informales de los diversos sectores de la sociedad, para luego utilizar técnicas de Formación de Escenarios y Estudios Prospectivos. *Delfos Comunicación* se ha dedicado a la producción en todos los campos de la comunicación política; elaboración de programas y promocionales para televisión y radio; desarrollo y producción de campañas; estudios de imagen y opinión pública e investigación de la comunicación pública.

En 1988 por primera vez se presentaron elecciones competidas, la oposición partidista tuvo la capacidad de ganar muchos adeptos. El candidato del PRI, Carlos Salinas de Gortari no halló respaldo popular, debido a la mala administración y a la pésima imagen que dejaron sus antecesores los ex presidentes Miguel de la Madrid Hurtado, José López Portillo, Luis Echeverría Álvarez y Gustavo Díaz Ordaz. Su personalidad no tenía atractivo y los actos de proselitismo contaban con poca concurrencia voluntaria, a excepción de los acarreados quienes jamás faltaban.

La verdadera competencia contra Salinas estaba concentrada en las figuras del panista Manuel J. Clouthier, mejor conocido como Maquío y Cuauhtémoc Cárdenas. Los habitantes del norte del país apoyaban a Clouthier. Por su parte Cárdenas tenía fuerza en el centro y sur del país, principalmente en el Distrito Federal, Cárdenas contaba con un gran arrastre popular, sus denuncias sobre la inexistencia de la democracia en el gobierno mexicano y el partido oficial causaron gran impacto en las clases sociales bajas y medias de la población. La sociedad mexicana despertó y dejó de confiar en el PRI.

Durante la campaña presidencial Salinas de Gortari prometió llevar a cabo programas más eficaces contra la pobreza y proclamó su intención de poner término al ejercicio arbitrario del poder. Sin embargo, los miembros de la oposición se mostraban incrédulos y criticaban sobre todo, su manejo de los medios de comunicación: La prensa favorecía al candidato de PRI, la televisión era un ejemplo aún más radical, muestra de esto fue el manejo que hizo, *Televisa* en ese tiempo propiedad del ya fallecido empresario Emilio Azcárraga Milmo y que monopolizaba la mayor parte de los canales de televisión a nivel nacional. Gracias al apoyo del gobierno, este consorcio llegó a tener gran poder político y económico.

Era claro que *Televisa* seguiría prestando su ayuda al PRI como medio de propaganda. Los otros canales a nivel nacional, el 7 y el 13, eran propiedad del estado, en ese tiempo *IMEVISIÓN*, hoy empresa privada *T.V. Azteca*; mientras que el canal 11 del *Instituto Politécnico Nacional* transmitía bajo la prohibición de interferir en política. Los medios de comunicación estaban más al servicio del Estado y, no con la sociedad civil.

En las dos últimas décadas del siglo XX, México se caracterizó por la transición a la democracia. La sociedad mexicana registró cambios políticos de gran alcance estimulados por la transformación general del país, por el descontento de la mayoría de la población ante la crisis económica y el desempleo.

Los medios de comunicación se vieron obligados a dar más espacio a los políticos de oposición, con ello intentaron ser plurales y adquirieron un nuevo papel en las contiendas electorales. Por otra parte, la sociedad participaba haciendo comentarios sobre política y demandaba mayor información respecto a los candidatos.

En este contexto en 1992 presté mis servicios profesionales como investigador en el campo de los estudios de opinión pública en la empresa *Delfos Comunicación*, después de haber concluido la serie de radio en el estado de Morelos *Misión Cumplida*.

Así fue como ingresé a los estudios de opinión pública, también conocidos como mercadotecnia política o marketing político donde laboré en relevantes proyectos durante casi cuatro años. Los trabajos fueron diversos, pero dentro de ellos los que considero trascendentes, son el trabajo realizado para presidencia de la república sobre la Imagen Presidencial de Carlos Salinas de Gortari después de la muerte de Colosio y ante el triunfo de Ernesto Zedillo; la Evaluación de la Imagen Interna del *Partido Revolucionario Institucional* PRI entre sus propios militantes. El Estudio del Impacto en el caso del asesinato del magistrado Polo Uscanga y la Reforma del Poder Judicial.

Se caracterizó la administración de Salinas de Gortari durante el período de 1988 a 1994 por sucesos relevantes que dejaron huella en la historia del país. Como el haber

resultado presidente electo en medio de evidentes irregularidades electorales. Se firma el Tratado de Libre Comercio TLC con Estados Unidos y Canadá. El primero de enero de 1994 apareció en San Cristóbal de las Casas, Chiapas el Ejército Zapatista de Liberación Nacional EZLN, el subcomandante Marcos, se convirtió en el símbolo de la fuerza moral que respaldó la protesta de los pobres.

Ese mismo año el 23 de marzo en Lomas Taurinas, Tijuana es asesinado al candidato presidencial del PRI, Luis Donaldo Colosio, lo sustituyó el coordinador de campaña Ernesto Zedillo. La sociedad no se reponía del impacto que causó la muerte de Colosio cuando se volvió a suscitar otro asesinato en la esfera política; en esta ocasión se trató del secretario general del PRI, Francisco Ruíz Massieu, los hechos ocurrieron al salir de un evento que tuvo lugar al interior del hotel Casabianca, ubicado en la calle de Lafragua y Reforma. Ante estos hechos de violencia los priístas se desconcertaron y la imagen del partido se vio afectada al resultar involucrado como autor intelectual a Raúl Salinas de Gortari hermano del ex presidente Carlos.

Sobre el caso del servidor público Abraham Polo Uscanga hasta antes de su asesinato. El abogado penalista presentó el 27 de marzo de 1995 su renuncia como magistrado presionado por Saturnino Agüero, titular del Tribunal Superior del Distrito Federal. Al desobedecer en tres ocasiones el principio de imparcialidad en la impartición de justicia y no encontrar elementos constitutivos de delito, en asuntos donde predominaban "intereses políticos", por encima del derecho.

En el primer caso, a principios de 1993, resolvió dictar el auto de libertad a favor de un individuo acusado de abuso de confianza, a quien el entonces secretario de Hacienda, Pedro Aspe, tenía interés en encarcelar, sin que hubiera elementos necesarios para privarlo de su libertad.

En el segundo dictaminó la inocencia de los ocho acusados de haber colocado el 8 de enero de 1994, un auto-bomba en el estacionamiento de Plaza Universidad, motivo por el cual, Saturnino Agüero comentó que Polo Uscanga carecía de "sensibilidad política".

Y el último, el 23 de marzo, por negarse a autorizar una orden de aprehensión sin que el juez de la causa hubiera encontrado elementos que comprobaran haber cometido un delito. Por esto se vio obligado a renunciar y después misteriosamente fue encontrado muerto al interior de su oficina.

Como antecedente de la Reforma del Poder Judicial en 1917, la población de México decaía por la revolución y era apenas de 14 millones de habitantes, con una economía destruida. El constituyente de 1917 sostuvo que en la Suprema Corte hubiese once ministros inamovibles, selectos por el Congreso de la Unión a propuesta de las Legislaturas de los Estados, que sólo funcionarían en pleno.

El enorme rezago de expedientes que se fue acumulando obligo en varias ocasiones a aumentar el número de ministros, que llegó a ser de veintiséis en el Alto Tribunal. Con el paso del tiempo, la labor de la Suprema Corte se volvió más de carácter administrativo que judicial, pues los jueces y magistrados federales eran cerca de quinientos.

De aquí vienen las reformas constitucionales que aparecieron en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre del 1994, que sostienen que la Suprema Corte deber ser ante todo un cuerpo judicial y no administrativo, dejando la tarea de nombrar, remover, supervisar a jueces de distrito y magistrados de circuito al Consejo de la Judicatura Federal.

A fin de que en lo futuro se eleve la calidad profesional de quienes habrán de impartir justicia, mediante esta reforma se pretende elevar a rango constitucional la carrera judicial, de manera que en lo futuro en nombramiento, adscripción, remoción de jueces y magistrados quede sujeta a los criterios generales, objetivos o imparciales que al respecto determinen las leyes.⁶

⁶ Carizzo MacGregor Jorge "Reformas Constitucionales al Poder Judicial Federal y a la Jurisdicción Constitucional", Boletín Mexicano de Derecho Comparado, del 31 de diciembre de 1994. <http://www.juridicas.unam.mx/publicaciones/boletin/cont/33/bolet114.htm>, consultado 13-octubre-2004

La investigación sobre el tema de la Reforma del Poder Judicial requirió trabajo de campo. Fueron días de intensa labor dedicada exclusivamente en la aplicación de entrevistas a personajes de alta envergadura y con un claro compromiso hacia determinados grupos políticos, por lo que realizar el estudio fue un reto que consumió mi tiempo, pero que me dejó grandes experiencias a nivel profesional, intelectual y personal.

Al salir a la luz de los medios de comunicación una serie de hechos y de un manejo intelectual que orquesta e incorpora a la ciudadanía en el juego surge la necesidad de estudios de opinión pública.

En cuanto a los estudios sobre las Reformas al Poder Judicial, se llevaron a cabo trabajos que se presentaron en un seminario organizado por el Senado de la República y la *Universidad Nacional Autónoma de México*, cuyo objetivo se centró en el análisis de las reformas constitucionales al Poder Judicial. La reforma del Poder Judicial en cuanto a su integración y funcionamiento para fortalecer el equilibrio entre los poderes y promover el ejercicio autónomo de sus funciones.

En todos estos estudios en los cuales participé como investigador, siempre fue importante documentarse del tema por medio de revistas, libros de historia, asimismo fue relevante estar al día con toda la información que se generaba en torno al funcionario público o tópico a desarrollar, en los principales medios de comunicación, ya fueran impresos, radiofónicos o televisados, con el objeto de reforzar o reafirmar conceptos que sirvieran de apoyo en nuestro estudio.

Después de recopilar información documental, se procedía al establecimiento de la técnica para abordar a la población, ya fuera cuantitativa o cualitativa, atendiendo el objetivo a cumplir. Posteriormente se analizaba toda la información ya fuera a través de la codificación de las respuestas de los cuestionarios y del conteo mediante la captura de los códigos de las respuestas y su procesamiento en paquetes destinados al análisis estadístico de la información como el SPSS (Statistics Program for a Social Science).

Para el caso de la información cuantitativa se elaboraba un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas, si el estudio era cualitativo lo importante era tener una Guía de Tópicos y conocer qué puntos era indispensable abordar y profundizar.

Ya procesada la información se analizaba qué variables influyen en los resultados para así llegar a las conclusiones y a la elaboración de sugerencias y recomendaciones.

Trabajar como investigador permitió percatarme que uno tiene que ser imparcial, objetivo, plural y no inclinarse por la simpatía hacia algún partido político o funcionario en particular.

Es importante mencionar que la empresa *Delfos Comunicación*, nos capacitaba en la introducción de cada uno de los estudios de opinión pública sobre el tema a investigar, en algunos casos con personal especializado en la materia, con el fin de comprender, desarrollar y analizar mejor el tema a trabajar, entendiendo las necesidades del cliente.

3.2 TIPOS DE ESTUDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA

Las encuestas no son mandatos constitucionales; son termómetros que permiten sondear a la población, orientar adecuadamente los mensajes comunicacionales, aplicar las recetas amargas con el menor dolor y conducir a la opinión pública, no ser esclavo de ella.⁷

Fue hasta 1994 cuando los medios de información entraron de lleno y con recursos propios a la práctica de medir y dar a conocer la situación electoral a través de encuestas de opinión. A partir de esta fecha se presenta un uso generalizado de las encuestas en los procesos electorales y son realizadas por empresas como *Mori de México*, *Gallup*, *Indermerc-Harris*, *BIMSA*, *Nielsen*, *Covarrubias y Asociados*, *Mitossky*, *CEO* y *Delfos Comunicación*.

⁷ Graneados Roldán, Otto, ensayo "¿vocaleros o magos?", Revista *estrétera*, marzo 2004, pág. 44

Actualmente existe una verdadera industria de los estudios de opinión pública que abusan de encuestas bajo la directriz de políticos desempleados, de expertos privados en mercadotecnia comercial y de gobierno. De acuerdo con los resultados que va arrojando la información obtenida a través del tipo de estudio, quien se dedica a hacer el análisis de contenido le dice a los funcionarios qué deben hacer y decir cada mañana como lo cita el ex director de Comunicación Social de la Presidencia durante los primeros años de la administración de Carlos Salinas de Gortari y ex gobernador del estado de Aguascalientes Otto Granados Roldán en su artículo "¿voceros o magos?" publicado en la revista *etcétera* de marzo del 2004.

Es por ello que Otto Granados ejemplifica que el resultado de los estudios de opinión pública es un claro círculo vicioso: si estoy a la alza no puedo desilusionar a la gente aumentando el IVA, si estoy a la baja no tengo la fuerza ni el apoyo para impulsar las reformas.

Por lo que se refiere a los estudios conocidos como cuantitativos, en especial recuerdo uno sobre las elecciones previas para elegir gobernador y presidentes municipales en el estado de Yucatán, el cual me encomendaron supervisar y avanzar en la codificación del estudio que se aplicó en ese estado, para conocer cómo se presentaría la tendencia del voto.

En *Delfos Comunicación* mis superiores las licenciadas María Guadalupe Ruíz, Directora Operativa y Ángeles López Portillo, Coordinadora del Departamento de Estudios de Imagen y de Opinión Pública, acordaron con el cliente, en este caso se trató de quien a la postre resultó ser electo gobernador de Yucatán, Víctor Cervera Pacheco, levantar una muestra general de 800 casos en las tres ciudades más pobladas del estado que fueron: Mérida (400 casos), Puerto Progreso (200) y Valladolid (200 casos).

El objetivo de este estudio fue conocer la tendencia del voto así como obtener información de los servicios que más demandaba la sociedad en el estado de Yucatán.

Para la realización de este trabajo la empresa *Delfos* decidió enviar un equipo de dos personas, la licenciada Ana Elena Díaz y su servidor. Al llegar a Mérida nos comunicamos con la persona que se encargó de recomendarnos al equipo de encuestadores con quienes debíamos desarrollar el trabajo. La elaboración del estudio y cuestionarios estuvo a cargo de las licenciadas Ruíz y López Portillo.

Una vez que reclutamos al personal, no recuerdo con exactitud si fueron entre 20 o 30 encuestadores, fue importante introducirlos en el tema previo a las elecciones para gobernador y presidentes municipales, para ello un día lo dedicamos por completo para capacitar al personal en dos turnos; una parte fue impartida en el horario matutino y otra en el turno vespertino. Una vez que se capacitó en su totalidad al personal, acordamos llevar a cabo un plan de trabajo para formar dos equipos mixtos.

Fue necesario dedicar dos días para levantar la muestra en Mérida, en un clima de 35° a 40° grados, además de la premura del tiempo, porque era necesario levantar la encuesta antes de que la gente se fuera a comer, a fin de evitar el retraso en nuestro trabajo.

Al concluir el día nos trasladamos al hotel en donde nos hospedamos para continuar con la codificación de los cuestionarios, tarea que a veces concluimos hasta la una o tres de la mañana, es por ello que descansamos muy pocas horas, pues además muy temprano debíamos organizar el trabajo del día en turno.

Para poder planear un día de trabajo en campo es necesario conocer la muestra a cubrir en sus distintas variables, por ejemplo: sexo, edad, nivel socioeconómico, grado escolar, preferencia partidista. Una vez que se tiene esta información se determina en qué ciudad o municipio se va aplicar la encuesta, así ubicadas las colonias se sortean buscando dar la mayor dispersión a la muestra.

Ya con un mapa de la ciudad en la mano se ubican la zona y se elige el cuadrante para recopilar la información; se toman en cuenta el número de entrevistas según el valor

de las variables demográficas. Al término de cada día se recogen los cuestionarios mismos que eran revisados y supervisados ya sea vía telefónica o mediante visita a los domicilios. Esta revisión junto con la que se hace de forma directa mientras se realizan las encuestas permiten obtener información clara y fidedigna.

Una vez revisadas las encuestas se codifica la información de las preguntas abiertas. Primero se toma una muestra de entre 50 y 100 cuestionarios. De cada cuestionario se toma la contestación y se incluye en un listado en el que se busca agrupar las respuestas de acuerdo al tema que tratan, a su tendencia y a su frecuencia de aparición cada tema o código tiene un número que pone al final de la contestación. Esto permite que la captura de datos sea numérica y permita que el proceso cuente las distintas respuestas dándoles un peso.

Finalmente esta base de datos se procesa solicitando el cruce de cada pregunta o variables, por ejemplo, las demográficas en primer lugar, la ciudad donde se recaba la información; o por la preferencia partidista que puede haberse preguntado en una o varias preguntas dentro del cuestionario.

Una vez levantada la totalidad de cuestionarios en Mérida, distribuimos los equipos de trabajo de tal manera que uno se fue con Ana Elena a Puerto Progreso y el otro grupo de encuestadores se dirigió a Valladolid.

En Valladolid se acordó concluir antes de las 7:30 de la noche, porque de lo contrario ya no habría autobús de regreso a Mérida, la tarea no fue sencilla ya que no completábamos con el total de encuestas programadas; para este trabajo además de supervisar tuve que apoyar en el levantamiento de cuestionarios, pues la mayoría de los encuestadores estaban fatigados por la ardua tarea de caminar en la calle con temperaturas arriba de 30° grados.

Más tarde regresamos a la ciudad de México con el mayor número de casos codificados para su posterior análisis en la empresa, y de esta forma entregar al cliente el resultado del total de las encuestas realizadas en Yucatán.

Por lo que respecta a los estudios cualitativos que son aquellos cuya muestra no tiene valor estadístico y donde lo que se busca es profundizar en algunas respuestas, participé en varios de corte político, estos se caracterizan por ser más de estilo periodístico porque para este trabajo de investigación se requiere habilidad para desarrollar un tema y aplicarlo durante la entrevista que efectúa el investigador.

Para los estudios cualitativos se nos entrenó sobre el tópicos y lo que se busca obtener del tema a profundidad, indicando el tema y el perfil de líderes de opinión a quienes debíamos elegir para entrevistar. En *Delfos* nos daban una guía de tópicos con preguntas abiertas, que nos servían como apoyo para no desviarnos del objetivo a investigar.

Se nos indicaba cómo debíamos hacer hablar a nuestros entrevistados, ser lo más amplio y específico sobre el tema del estudio, con grabadora en mano y en otras ocasiones ocultando nuestro material de apoyo en un portafolio, en el interior de la bolsa del saco o chamarra. La entrevista duraba una hora y media, lo cual no siempre resultó fácil, porque en algunas ocasiones el líder de opinión no disponía de suficiente tiempo para hablar, simplemente rehusaba contestar las preguntas para no comprometerse en temas políticos que afectarían su carrera profesional.

Debido a que en algunos casos se trataba de temas que en su momento fueron noticia de primera plana como el caso de la muerte del magistrado Polo Uscanga o el asesinato del ex candidato del *Partido Revolucionario Institucional* (PRI), Luis Donaldo Colosio, la dificultad para hacer hablar al entrevistado sobre el tema era comprensible.

En los estudios cualitativos los líderes de opinión que entrevisté fueron diputados y asambleístas del PRI, PAN y PRD, presidentes municipales, magistrados, sacerdotes, columnistas de *La Jornada*, *El Universal* y *El Financiero*. En otros estudios de este mismo género hubo la necesidad de entrevistar a empresarios de la *Cámara Nacional de la Industria y Comercio*, gerentes de banco, líderes de organizaciones sindicales, para

valorar la imagen del PRI; a fin de conocer en qué sectores de la sociedad tenía que trabajar más este partido sobre las elecciones a futuro.

En el análisis de contenido de estas entrevistas a profundidad el coordinador nos solicitaba un resumen de las entrevistas efectuadas a los líderes de opinión, para hacer la entrega de esta información utilice la redacción al estilo de una nota informativa.

Debo señalar que lo más importante al elaborar el reporte o resumen de la entrevista es no olvidar el tema a desarrollar, para que la información sea lo más fidedigna y represente la posición del entrevistado.

Otro tipo de investigación donde participé fue la del Monitoreo u Observatorio de Medios, en el cual se hace un análisis de contenido de la información emitida por cada medio monitoreado. En este caso se puede elegir solo un medio, por ejemplo prensa, o varios de radio, televisión e impresos, seleccionando los de más impacto y penetración en la población por su rating o porque sean voceros de un grupo determinado

Para este tipo de estudios es muy importante saber la valoración y tendencia de la información y del medio. Por ello es necesario contemplar lugar o tiempo destinado, espacio, referencia, firmante, declarante, nombre del periodista, género de la nota, etc. En estos estudios es importante que el investigador sea imparcial, además de ser analítico y tener muy claro cuál es el objetivo de estudio para el político o institución. Porque para el político, por ejemplo, va a ser importante saber cómo se comportan o cómo los tratan los medios de comunicación y cómo repercute en su imagen política; o bien, para tener conocimiento si está cumpliendo de acuerdo con las promesas hechas en campaña durante sus giras de trabajo electoral.

En el siguiente punto de este mismo capítulo hago una breve descripción de cómo se elabora un estudio de opinión pública, para que en el futuro el estudiante de periodismo que tenga la inquietud o el interés de dedicarse a trabajar en esta rama de la comunicación tenga una visión general de su conformación para su posterior aplicación en el terreno profesional.

Un estudio de particular importancia en el que tome parte fue uno elaborado para el Instituto Federal Electoral, el cual describo como se desarrolló en el apartado 3.4.

3.3 ELABORACION DE UN ESTUDIO DE OPINIÓN PÚBLICA

La técnica más empleada hoy día es la encuesta de opinión pública, la cual se maneja casi cotidianamente, con el nombre de "sondeo", para los fines más variados: comerciales, políticos, educativos, etc.⁸

La diferencia entre una encuesta y un sondeo consiste en el número de casos, es lo que hace una encuesta. La muestra es el número mínimo de entrevistados para sacar conclusiones a totales con el 95 por ciento de confiabilidad.

En un sondeo se manejan menos casos con menor rigor estadístico, en zonas de afluencia. Los estudios de Opinión Pública parten de recabar la información caso por caso para después conformar una muestra que tenga un valor estadístico que nos permita generalizar las conclusiones, para ello se utiliza una técnica cuantitativa.

La metodología en la que se apoya la empresa *Delfos Comunicación* parte de las Ciencias Sociales con apoyo de las técnicas de diversas disciplinas como la Comunicación, Sociología, Psicología y Antropología. Utilizando técnicas cuantitativas de análisis de casos, la sesión grupal de la Psicología o la observación participante.

La forma como levanta una encuesta la empresa *Delfos*, es la siguiente:

Para cualquier estudio de opinión pública es básico o fundamental tener muy claro los objetivos a investigar como a continuación se enlistan:

⁸ Rivadeneyra Prada Raúl. LA OPINIÓN PÚBLICA. Análisis, Estructura y Métodos para su Estudio, pág. 180

- 1) Tener claro el objetivo de estudio, es decir: ¿para qué? y ¿qué quiero del mismo?
 - 1.1) Para saber qué quiero del candidato (si es el caso de un estudio para una campaña política) o institución en el caso de imagen ante la sociedad o medios masivos de comunicación.
- 2) ¿Qué quiero saber y para qué lo quiero saber?
- 3) ¿Para qué lo necesito?

Una vez planteados los puntos anteriores, es importante decidir de acuerdo con los objetivos, si se va a trabajar en un estudio cuantitativo o cualitativo, para determinar el tipo de herramientas de apoyo que se necesitan para llevarlo a cabo.

Otro punto es determinar una muestra con variables sociodemográficas, así como diseñar el instrumento para obtener la información con preguntas cerradas o abiertas.

Es importante fijar la zona geográfica, dónde y cómo lo voy aplicar, si por distrito o por secciones.

Otro aspecto es seleccionar la muestra lo más aleatoria, es decir, cuantos hombres y mujeres, así como especificar el rango de edades y niveles socioeconómicos a los que pertenece la población de la zona A/B (nivel alto), C (nivel medio) y D (nivel popular) del Distrito Federal, Estado de México o cualquier otra ciudad del interior de la República Mexicana.

La muestra debe ser dispersa y representativa, levantar la información mediante encuestadores, previamente capacitados para este trabajo. Una vez que se obtiene la información se procesa el material recopilado. Si son preguntas cerradas captura directamente la información. Cuando son preguntas abiertas, se procede a codificar las respuestas agrupándolas por medio de temas: como pueden ser corrupción, inseguridad, falta de servicios, etc.

Se concluye el estudio cuantitativo procesando la información con paquetes computacionales como el SPSS (Statistic Program for a Social Sciens) y analizando la información a través de tendencias, tablas estadísticas o gráficas descriptivas para entregar el reporte final del trabajo.

Si se trata de un estudio cualitativo se aplica la entrevista personal o de profundidad. Estos estudios se caracterizan porque el informante clave es considerado un líder de opinión de alto nivel, por el papel que ocupa en la política o en la sociedad. A nivel empresarial puede ser un gerente de banco; a nivel político aquellos hombres y mujeres dedicados a la vida pública y jurídica.

Con el objeto de conocer a fondo al ciudadano y poderle ofrecer alternativas más acordes con sus necesidades sociales, se emplean las técnicas cualitativas como las secciones grupales en la cámara Gesel las entrevistas a profundidad cara a cara, las actuales técnicas antropológicas y demográficas que se han integrado a la investigación.

La interpretación de los datos duros los hace la persona que coordina el trabajo general, es decir el investigador en jefe del proyecto.

Se trabaja con preguntas abiertas en forma personal y se tocan temas de profundidad, por ello es importante que el investigador se interese por estar lo mejor documentado sobre el tema que desarrolla.

Una vez que se hace el análisis con toda la información que se obtiene de las entrevistas, se hace la presentación al cliente de lo dicho por los entrevistados, desglosando la información y redactando una conclusión, apoyada incluso con gráficas, con comentarios en textos cortos y precisos, donde el político va a ser el paciente y el comunicólogo va a ser el médico, quien le ayudará a detectar aspectos que afecten su carrera política. Finalmente se le entregan al cliente conclusiones y recomendaciones para abordar el problema y darle una solución.

Delfos Comunicación trabaja para los gobiernos de los estados, municipios, partidos políticos y empresas privadas. El personal que presta sus servicios profesionales en la empresa tiene perfil académico de licenciatura en comunicación, sociología, antropología, economía e informática. En términos prácticos para levantar una encuesta, podemos tomar como ejemplo el estudio de opinión pública realizado en Yucatán por *Delfos Comunicación*.

- Objetivo general: Conocer la actitud y la disposición de los yucatecos en torno al próximo proceso electoral a desarrollar en ese momento.
- Objetivo específico: Detectar el respaldo de la ciudadanía hacia el candidato propuesto por el PRI.
- Determinar cuáles eran los problemas que debería enfrentar de lanzarse como candidato.
- Conocer los aspectos positivos del candidato para darles realce: año de militancia, conocido por parte del pueblo, etc.
- Ubicar la zona, ciudades o municipios de mayor y menor apoyo.
- Saber el rango poblacional de donde se obtiene más apoyo: hombres o mujeres, edad, nivel socio económico, población, grado escolar.
- Determinar grupos preferenciales con sus características

Prísta Duro
Panistas
Indecisos

Método de trabajo: Estudio cuantitativo con una muestra determinada para el peso de acuerdo a variables sociodemográficas en el Estado.

Técnica: Cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas aplicado domicilariamente.

Muestra

Sexo	Porcentaje	Edad
Hombres	36%	18-25
Mujeres	31%	25-45
Total	33%	45 años a menos de 70 años

400 Casos Mérida

200 Casos Progreso

200 Casos Valladolid

Instrumento de Recolección

Cuestionario

No. Cuestionario 001

Variables sociodemográficas

Campos p/captura

V1 Sexo	V2 Edad	V3 Nivel socioeconómico	V4 Ciudad
H 1	18-25 1	A/B 1	Mérida 1
M 2	25-45 2	C 2	Progreso 2
Total 3	45 a menos 70 3	D/E 3	Valladolid 3

V5

P1. ¿ Recuerda usted cuándo serán las próximas elecciones a gobernador por el estado?

Si — 1 Cuándo : Correcto 1

No — 2 Incorrecto 2

V6

P2. ¿ Conoce los nombres de los candidatos para gobernador en Yucatán?

Si _____ 1 Cuándo : Correcto 1

No _____ 2 Incorrecto 2

V7

P3. ¿ Qué imagen tiene del candidato del PRI Víctor Cervera Pacheco?

Buena _____ 1 Indiferente _____ 3

Mala _____ 2

V8

P4. ¿ Si hoy fueran las elecciones por qué partido votaría?

PRI _____ 1 Otro _____ 3

PAN _____ 2

V9

P5. Si tuvieras al candidato frente a ti ¿qué servicio le demandarías para tu comunidad?

Agua potable _____ 1

Otros _____ 4

Alumbrado público _____ 2

Seguridad pública _____ 3

¿Cuál? _____

V10

P6. ¿Cree que las próximas elecciones serán transparentes?

Si _____ 1 ¿Por qué? _____ 3

No _____ 2

El siguiente paso se captura la información en Excel o Lotus.

Cuestionario	Sexo	Edad	Nivel /S /E	Ciudad	Pregunta
01	01	02	03	01	01

Después se hace el procesamiento de información en el paquete SPSS (Statistic Program for a Social Sciens)

Se corren todas las variables a totales para saber si no hay casos perdidos o errores de código o captura.

Cruza variables V5 – VN contra V4, la cual nos va a dar tendencia por ciudad.

Cruza variables V5 – VN contra V1,V2,V3 para sacar la tendencia sociodemográfica.

Cruza V4 donde respuesta = 1 contra V1,V2,V3 (ciudad / contra demográficas).

A partir de las tablas de resultados ya se concluye y se hacen sugerencias al político o cliente.

Es importante mencionar que el proceso de recopilación de datos lo revisa el coordinador de campo y el investigador general.

La certidumbre que tienen los trabajos que realiza la empresa dependen de la muestra y la confiabilidad con que se manejan los estudios. Generalmente se hacen estudios no menores a 400 casos, que dan 95 por ciento de confiabilidad o con muestras de mil casos, que dan una confianza del 97 por ciento.

3.4 MONITOREO DE LA INFORMACIÓN APARECIDA EN LOS MEDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA

En la empresa *Delfos Comunicación* en el año 1994 se presentó la oportunidad de trabajar en forma directa en la estructuración y desarrollo de un estudio de monitoreo de información sobre el Instituto Federal Electoral. Para este estudio se presentó la metodología diseñada expofesa, la cual ganó en concurso de licitación al presentar la mejor propuesta y técnica para su análisis, apegándose a la regla tradicional del gobierno en tiempos y costos.

En este caso el contratante fue el *Instituto Federal Electoral (IFE)*; en el diseño de la investigación participamos la licenciada María Guadalupe Ruíz Ávila, Directora Operativa de *Delfos Comunicación* y el comunicólogo Alejandro Bellazetín.

Para la realización de este monitoreo, primero partimos de qué era lo que deseaba el *IFE* con el estudio. A partir del objetivo, se llevó a cabo un análisis exhaustivo de la información a través de las notas que se generaron en los principales medios de comunicación informativos a nivel nacional, como *La Jornada, Universal, Excélsior, Uno Más Uno, El Financiero, El Heraldo de México, El Día, Novedades, EL Sol de México, Ovaciones, La Prensa* y *Cine Mundial*.

Algunos de los más importantes a nivel estatal del interior del país por ejemplo: *Hidrocálido* de Aguascalientes, *Crónica de Mexicali*, *ZETA BCN* de Baja California Norte, *Diario de Colima*, *Voz del Sureste Chiapas*, *Siglo de Durango*, *A.M de León*, Guanajuato, *Diario 17 y Sol de Acapulco*, Guerrero, *Ocho Columnas y Occidental* de Jalisco, *Diario de*

Morelos, *Diario de Monterrey*, *Imparcial de Oaxaca*, *Dictamen de Veracruz*, *Diario de Yucatán* entre otros.

En cuanto a medios electrónicos se refiere, se hizo el análisis de información en radio con: *Monitor de Gutiérrez Vivó*, *Formato 21*, *Para Empezar* con Pedro Ferriz De Con, *Radio Centro* y *Núcleo Radio Mil*.

Respecto a televisión se hizo lo mismo con *24 horas de la Tarde y Noche* del consorcio *Televisa*; *Hechos de TV Azteca* y la emisión nocturna de *Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional*.

El *Instituto Federal Electoral* y su respectivo Director General, Arturo Núñez, deseaban conocer el grado de credibilidad que tenía en ese momento la sociedad sobre el Instituto a nivel nacional y en los procesos electorales en general. Así como evaluar el cumplimiento de la *Ley del Código Federal de Procesos Electorales (COFIPE)* que asignaba tiempos a los distintos partidos políticos.

En 1994 el Secretario de Gobernación tenía ingerencia directa en el *Instituto Federal Electoral*, como fue el caso de Manuel Bartlett durante las elecciones de 1988. Y se pretendía destrabar al *IFE* y convertirlo en autónomo. Para esto se pide al Tribunal Electoral que se ciudadanice quedando incluidos los partidos políticos, así como personas destacadas como José Woldenberg, Juan Horcasitas Molinar, en el género de investigador, Carlos Monsivais de prensa, quienes iban a nombre de la sociedad para establecer las reglas y funciones para elegir al director del *IFE*.

Retomando la idea del análisis de información, Comunicación Social del *IFE*, se encargó de enviarnos el material de prensa a nivel estatal para su posterior estudio en *Delfos*.

Como es de suponerse, el haber ganado la asignación de dicho monitoreo para que el *IFE* conociera el cumplimiento de las normas que el *COFIPE* daba a los medios y

partidos políticos, implicó el desarrollo de una metodología amplia y exhaustiva sobre el tratamiento que dan la prensa escrita, radio y televisión a la información.

Para cada tipo de medio de difusión, contaban con un manual específico que describía y calificaba todos los elementos de información aparecidos en la nota. Estos puntajes eran vaciados en la hoja de análisis para su posterior captura y procesamiento.

Desarrollar cada uno de ellos en este trabajo implicaba una gran labor de compilación y explicación de la metodología y la autorización o pago de derechos a *Delfos* por uso y publicación de estos manuales, aspectos a los que no tengo acceso.

Sirvan como ejemplo algunos casos que a continuación reseño y que nos permitan percibir el tipo de investigación realizada.

➤ Para el monitoreo de medios impresos le asignamos una calificación de 10 al 100 de acuerdo al grado de importancia y circulación que representaba ante la sociedad el medio de comunicación. Por ejemplo, si se trataba de una nota informativa que hablara sobre el *IFE* o en particular sobre el director Arturo Núñez, si se publicó en el periódico *La Jornada* en primera plana o en la primera sección del lado superior derecho, tenía un valor de 100 puntos, lo mismo sucedía si se trataba de una fotografía que ocupará mayor espacio, se clasificaba la tendencia con adjetivos como: favorable, desfavorable o ambivalente.

➤ Si la información era amplia con contenidos relevantes y con adjetivos que favorecían como "dotes de orador", la tendencia era favorable. Si se trataba de una crítica destructiva era tendencia desfavorable. Cuando la información no precisaba nada claro ni a favor ni en contra de la institución o de Arturo Núñez se consideraba ambivalente. Si se publicaba la misma nota en el desaparecido periódico *Cine Mundial* tenía un valor menor, es decir de entre 10 y 15 puntos.

➤ Otros aspectos que se tomaban en cuenta para el monitoreo y análisis, fueron si la información se publicaba en medios impresos y la nota aparecía en la primera plana o

primera sección, tenía un valor mayor, pero si la misma información aparecía publicada en páginas interiores, tenía menor valor.

➤ En el caso de la cabeza y balazo, éstos se medían en líneas ágata y se les asignaba de acuerdo a esa medición la puntuación correspondiente.

➤ Las noticias se clasificaban por géneros informativos, es decir, en reportaje, entrevista, editorial, nota informativa, comentario de algún columnista, incluso se consideraba también si era una inserción pagada.

➤ En el caso de la radio y televisión se tomaba en cuenta en qué segmento del noticiario se transmitía la información, es decir, si la nota aparecía al inicio se le asignaba un valor mayor, pero si aparecía a la mitad del resumen informativo, se le evaluaba con menor puntuación. También se consideraba el horario, es decir, si se transmitía en la edición del noticiario del turno matutino era de mayor importancia y en el vespertino o nocturno tendrá menor valor.

➤ En radio un aspecto que se tomaba en cuenta al analizar la información era el nombre del conductor que dio la nota, si la daba José Gutiérrez Vivó tenía mayor importancia a que si la misma noticia la comentaba Martín Hernández. El mismo criterio se empleaba en el Informativo *Para Empezar* con Pedro Ferriz de Con y Javier Solórzano con el primer conductor tenía más realce la información a diferencia del segundo comentarista.

➤ En televisión si la nota la daba Jacobo Zabudovsky en *24 horas* de la noche tenía un valor menor dentro del conjunto de noticias evaluadas, pero su valor era mayor cuando la misma noticia la daba Javier Alatorre en el informativo *Hechos*, por el grado de credibilidad que había alcanzado el noticiario entre el público televidente.

➤ Fue importante tomar en cuenta el tiempo de duración total de la nota en televisión, si ésta además había sido incluida en la entrada del noticiario (teaser) tenía un valor

superior. Al igual, en la radio era relevante considerar si la nota se difundió en el primer, segundo o tercer bloque del noticiario, esto impactaba en el valor asignado.

➤ En el caso de la entrevista en radio se tomaba en consideración si el *insert* se había llevado a cabo en la vía pública, tenía menos valor en comparación a si se había efectuado en rueda de prensa, en donde adquiere más valor, al igual que una entrevista telefónica, por ser considerada en exclusiva para el noticiario.

➤ En televisión se evalúa la imagen por la cantidad de cortes y el tipo de tomas que se presentan durante el noticiario. Además de considerar si fue una imagen de archivo o del evento en sí.

➤ La presentación del resultado del análisis del monitoreo en medios de comunicación masiva se hace mediante un reporte descriptivo apoyada de gráficas para la interpretación del mismo.

Sobre la trascendencia de los estudios de opinión pública después de casi veinte años de aplicarse y, ser ahora, una práctica cotidiana. En el ámbito electoral cada día los candidatos a puestos de elección popular hacen uso con más frecuencia de spots en radio y televisión como parte de las estrategias propagandísticas. De esta forma la utilización de publicidad pagada en los medios de comunicación se incrementa y con estas acciones se da un gran desarrollo a la mercadotecnia, que acumula recursos económicos para su cabal desarrollo.

En esta etapa, se observa también un auge en el incremento de empresas dedicadas a la investigación de mercado. Los medios de información entran de lleno con recursos propios a la práctica de medir y dar a conocer la situación electoral a través de encuestas de opinión, vía telefónica con el público televidente así como del uso de la Internet.

Entre los partidos políticos, la necesidad del uso de la mercadotecnia se incrementa, y como disciplina académica en las universidades tanto públicas como privadas se imparten

cursos, seminarios y diplomados sobre mercadotecnia y organización de campañas políticas.

Concluyo este capítulo que formó parte de mis actividades desarrolladas en el terreno profesional, con el interés de que pueda servir como un modelo para el estudiante de comunicación en la estructuración de un estudio de opinión pública y la forma como se puede llevar a cabo el monitoreo del mismo.

CONCLUSIÓN

Como profesional de la comunicación elaboré este Informe de Desempeño Profesional, a través de una breve narración, primero de mi trayectoria como reportero de radio y prensa escrita, y segundo como investigador de medios en el ámbito de los estudios de opinión pública.

Este relato contiene experiencias personales e información de algunos sucesos históricos que viví como estudiante de la carrera de periodismo, y después como comunicólogo en el campo de la investigación de medios y su vínculo con el marketing político.

El haber incursionado en esta ardua pero apasionante profesión me permitió conocer de cerca las políticas que imperan en los medios de comunicación, para censurar la información cuando ésta afecta los intereses del político, o de quienes encabezan tal o cual gobierno. También tuve la oportunidad de recorrer con grabadora en mano zonas rurales de nuestro país, como fue el caso de los estados de Morelos y Guerrero, en donde las familias aprenden a vivir con los mínimos recursos, mientras los políticos sólo se acuerdan de ellos cada vez que hay elecciones.

Recuerdo muy claramente algunos comentarios que leí del desaparecido periodista Manuel Buendía en su libro "Ejercicio Periodístico", al aseverar que el periodista es un ser social activo aún no proponiéndoselo, el periodista influye sobre las circunstancias, los hechos, las conductas políticas, sociales, económicas de su país, por ello es importante cuidar y actuar con madurez lo que se escribe y comenta en los medios masivos de comunicación.

Probablemente quien desconozca en la práctica real la dinámica de esta carrera no valore los obstáculos que se deben sortear para obtener la información, sea como

reportero o como investigador de medios. Después de tantos años aprendí que todo comunicador sin que le afecten las distancias geográficas, donde se encuentre debe estar dispuesto a retornar a su sede de trabajo, con la noticia en su grabadora, libreta de apuntes, incluso en su memoria.

De la misma forma asimilé que lo apasionante del quehacer periodístico es llevarlo a cabo sin importar en que sitio o circunstancias se tenga que realizar, lo que realmente concierne es la tenacidad e interés por investigar.

Otro aspecto que aprendí a valorar y que es fundamental en el periodismo, fue el no descuidar la lectura de libros, periódicos, revistas y documentos que le permitan al profesional de la comunicación ampliar su información, ver los principales noticieros de televisión y escuchar también los informativos radiofónicos. Pues sólo así un buen reportero sin pretender ser erudito en todas las materias podrá abordar o hablar sobre cualquier tema que se le asigne cubrir sin miedo alguno, y sobre todo haciéndolo más interesante, actual, novedoso o trascendental.

Percibí como periodista que se debe ser de criterio amplio, para no asustarse ante sucesos relevantes, es importante aprender a controlar los nervios al cubrir por ejemplo un incendio, una balacera o una catástrofe ocasionada por un fenómeno natural. Los sentidos del comunicador deben de estar siempre atentos afín de poder percibir, cuestionar y analizar los hechos más relevantes del entorno social. Una vez que haya logrado lo anterior tendrá una perspectiva más amplia del acontecer informativo.

El haber colaborado en varios medios de comunicación, me permitió apreciar que el trabajo periodístico es diferente, pues en cada uno de ellos se refleja su modo de percibir o hasta enjuiciar la realidad manifestando al mismo tiempo una posición política frente al hecho noticioso.

Conocí otro campo de la comunicación en los estudios de opinión pública, en donde apliqué mi experiencia como reportero, para investigar y entrevistar a diversos líderes de opinión, a base de ingenio haciéndome pasar por estudiante de algún diplomado o

maestría logré convencer a mis entrevistados para que me permitieran conversar sobre algún tema en particular.

En ocasiones los líderes de opinión, no me permitieron hacer uso de la grabadora, por temor a que sus declaraciones fueran para otros fines no académicos, como supuestamente se manejó. Como investigador haciendo uso de astucia periodística entrevisté guardando la grabadora en la bolsa del saco, o portafolio con peligro de verme descubierto y perder la oportunidad de cumplir con mi trabajo y al mismo tiempo ser agredido físicamente

Tuve la oportunidad de laborar en el análisis y monitoreo de medios, en donde pude llevar a la práctica en el terreno profesional los conocimientos adquiridos en el aula universitaria sobre Métodos de Investigación en Comunicación Colectiva.

Como comunicador en los estudios de opinión pública pude percibir la realidad, sobre algún tema específico que más tarde sería noticia. Como fue el caso de la imagen presidencial de Carlos Salinas de Gortari, a quien se le relacionaba como autor intelectual de la muerte del candidato a la presidencia de México, Luis Donaldo Colosio o la caída del sistema priísta ante los sucesos por el fallecimiento del ex gobernador de Guerrero, José Francisco Ruíz Massieu y las polémicas elecciones ganadas por el último presidente propuesto por el *Partido Revolucionario Institucional*, Ernesto Zedillo Ponce de León.

Trabajar en los estudios de opinión pública me enseñó a conocer otros campos de investigación y análisis, donde el comunicador tiene la posibilidad de aplicar sus conocimientos profesionales empleando o aplicando diversas técnicas dependiendo del estudio y tema a desarrollar. Comprobé que el área de trabajo del comunicador no sólo debe ser la prensa escrita, radio o televisión únicamente.

ANEXOS



Ciudad de México, 9 de junio de 1989 .

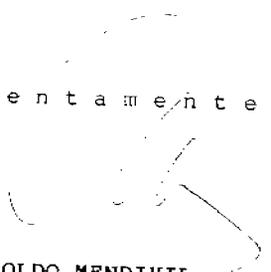
A quien corresponda:

Me es muy grato introducir a sus finas atenciones a **JORGE MARTINEZ DOMINGUEZ**, quien colabora en la producción de la serie de televisión "EL VERDADERO MEXICO", uno de cuyos programas será dedicado al Estado de VERACRUZ.

Dicho programa es coproducido por el Gobierno del Estado y Delfos Comunicación, con el objeto de presentar a toda la República, las riquezas humanas y materiales de la Entidad, y será transmitido en todo el país con base en un acuerdo establecido con la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, de la Secretaría de Gobernación.

Por ello, mucho agradeceré las facilidades para cumplir su labor y así lograr una mejor imagen del Estado.

Atentamente,


LEOPOLDO MENDIVIL
Director General.

MÉXICO '90
TIANGUIS XV
ACAPULCO, MAY 6-8

SECRETARÍA DE TURISMO

PRENSA

SECRETARÍA DE TURISMO



09082435



3003192

JORGE MARTINEZ DAMAZAL

P. M. GLOBO

El presente acredita al Sr. **JORGE MARTINEZ DAMAZAL** de la **LA VERDAD DE GUERRERO**, para que asista a los eventos que se realizarán en Acapulco, Guerrero, durante el periodo del 6 al 8 de mayo de 1990. Se autoriza a los señores **Jorge Martínez Damazal** y **Yolanda del Marqués** para que asistan los eventos que se realizarán en Acapulco, Guerrero, durante el periodo del 6 al 8 de mayo de 1990. Se autoriza a los señores **Jorge Martínez Damazal** y **Yolanda del Marqués** para que asistan los eventos que se realizarán en Acapulco, Guerrero, durante el periodo del 6 al 8 de mayo de 1990.

Acapulco, Guerrero, el 6 de mayo de 1990.

JORGE MARTINEZ DAMAZAL
Director General

Yolanda del Marqués



Identificación
de los señores
JORGE MARTINEZ
DAMAZAL
Y
YOLANDA DEL MARQUES
para que asistan a los
eventos que se realizarán en
Acapulco, Guerrero, durante el
periodo del 6 al 8 de mayo de 1990.

SECRETARÍA DE TURISMO



PRENSA

JORGE MARTINEZ
LA VERDAD DE GUERRERO
ACAPULCO GUERRERO

OND

Oficina Registral de Echos S.A. de C.V.
125 44504494/205/0965 511-4474 fax 314-3534

FUENTES

- Aldmon and Berva, *The Political Culture Study Comparative Five Country*, Princeton Hall New Jersey, 1979, 374 pp.
- Asociación de Radiodifusores del Valle de México *"Una voz que sí suena"*, México, 1998, 229 pp.
- Barragán Venzor, J. Antonio, *NOTA INFORMATIVA Y CRÓNICA NOTICIOSA*, ENEP-Aragón, México, 1981, 134 pp.
- Diario Oficial, 4 diciembre de 1991.
- EL HERALDO DE MÉXICO (HOY DIARIO MONITOR), REPORTE ESPECIAL, 4 de marzo del 2004, 4A, p.
- Fernández Christlieb, Fátima, *Los Medios de Difusión Masiva en México*, Juan Pablos editor, S.A., México, 1985, 330 pp.
- Granados Roldán, Otto. ensayo *"¿voceros o magos?"*, Revista *etcétera*, marzo 2004, 80 pp.
- Leñero Vicente, Marín Carlos, *MANUAL DE PERIODISMO*, editorial Grijalbo, S.A., México, D.F. 3ª. Edición 1986, 315 pp.
- Loeza, Soledad, coordinadora, *GRAN HISTORIA DE MÉXICO ILUSTRADA, TOMO 10, Siglo XX Mexicano II Planeta de Agustín, CONACULTA INAH*, edición 2002, México, 456 pp.
- Rabeil Corella Ma. Antonieta, *Perfiles del Cuadrante, experiencias de la radio*, editorial Trillas, reimpresión 200, México, 314 pp.
- revista mexicana de COMUNICACIÓN*, Mayo -Junio 1990, Año Dos, Número doce, 56 pp.
- revista mexicana de COMUNICACIÓN*, Julio/Agosto, 2003, Año Quince, Número ochenta y dos, México, 56 pp.
- Revista proceso*, 12 marzo 1990, No. 697, 56 pp.
- Revista proceso*, 10 abril 1995, 962, 56 pp.
- Rivadeneira Prada, Raúl, *LA OPINIÓN PÚBLICA, Análisis, Estructura y Métodos para su Estudio*, editorial Trillas, México, 1979, 275 pp.
- Serna Rojas, Andrés. *Diccionario de Ciencia Política*, Facultad de Derecho UNAM, Fondo de Cultura Económica, México, 1997, 675 pp.

CIBERNÉTICAS

http://ansa.it/settori/ansa/for_es.html, consultado 18-junio-2004

Carpizo MacGregor, Jorge *"Reformas Constitucionales al Poder Judicial Federal y a la Jurisdicción Constitucional del 31 de diciembre de 1994"*, Boletín Mexicano de Derecho Comparado, México, 1999, <http://www.judicicas.unam.mx/publica/rev/boletin/cont/83/el/el14.htm>, consultado 13-octubre-2004

http://www.infoamerica.org/agencias_associated.htm, consultado 18-junio-2004

<http://www.psenespano.org/aboutus/about.shtml>, consultado 18-junio-2004

<http://www.polimex.com.mx>, consultado 18-junio-2004

<http://www.prensaabna.com.mx>, consultado 18-junio-2004

Valdez Zepeda, Andrés. *La evolución de la mercadotecnia política en México*.
<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tablas/FMB/foromex/evolucion.html>,
consultado 3-enero-2004