



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Facultad de Estudios Superiores
"Acatlán"**

**ABRIENDO BRECHA EN EL PERIODISMO EN
ESPAÑOL EN ESTADOS UNIDOS (CHICAGO,
ILLINOIS)**

**MEMORIA DE DESEMPEÑO PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PERIODISMO Y
COMUNICACIÓN COLECTIVA**

**P R E S E N T A :
ELIZABETH QUAN KIU VÁZQUEZ**

Asesor: Lic. Ana Celia Montes Vazquez



Septiembre 2005.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

DEDICATORIA

A *Dios* por iluminar mi senda...

Con gratitud sin límites y amor incondicional de hija a mi madre, *Tere Vázquez...*

A *Isabel*: Por la inspiración que sembraste 23 años después de haber concluido mis estudios, a través de tu responsabilidad y entusiasmo como estudiante. Para ti: *Almendrita...*

Ximena: ¡Gracias *Pollito*! Por compartirme ese tu espíritu altamente positivo siempre atento y optimista desde que inicié hasta que concluí esta tarea...

Joe 5: Thank you for being there...

Pepé: Lo prometido es deuda: ¡Estamos a mano!

Patricia, Clara y Viridiana: ¡Más vale tarde que nunca, gracias por su apoyo!

Alejandra, Antonio, Alexis y Juanjo: Con el deseo de que en esta Memoria, parte de mi vida misma, encuentren motivación para seguir en la "*carrera*" por su propia vida...

Juanita: Te agradezco haber sido eslabón clave en la realización de este trabajo...

A quienes han enriquecido mi vida: *familiares, amigos, profesores y personajes* en general, mi sincero agradecimiento por haber alimentado esta experiencia.

ÍNDICE

	PAGINA
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I.	8
1. Clash cultural.	8
1.1. Sobre inglés, español y... <i>spanglish</i> .	9
1.1.2. Encuentro entre dos culturas.	12
1.1.3. ¿Retroceso o avance bicultural?	13
1.2. El español en EUA.	15
1.2.1. Su presencia.	16
1.2.2. La práctica del español en EUA.	17
CAPÍTULO II.	20
2. La comunidad hispana y los medios masivos de comunicación en Estados Unidos.	20
2.1. Canales de comunicación.	21
2.1.1. Componentes de la industria.	22
2.1.2. El medio es el mensaje.	23
2.1.3. El mensaje informativo.	24
2.1.4. Contenido del mensaje.	24
2.1.5. Entretenimiento y consumo.	25
2.2. El español como vínculo integral de los hispanos en Estados Unidos.	26
2.3. Medios de comunicación en Chicago, Illinois.	29
2.4. Medios de comunicación en español locales.	30
2.5. Prensa escrita.	31
2.5.1. Composición y ubicación de los hispanos en Chicago.	32
2.5.2. Demografía.	33
2.5.2.1. Diversidad cultural.	34

CAPÍTULO III.	38
3. En el campo de acción.	38
3.1. Formación profesional.	38
3.1.1. De la teoría a la práctica.	39
3.1.2. Trayectoria periodística en México.	41
3.2. Transición hacia tierra estadounidense.	48
3.2.1. Adaptación/interacción.	49
3.2.2. Venciendo obstáculos.	51
3.3.3. Integración sociocultural.	52
3.3.4. Inicio laboral en Estados Unidos.	54
CAPÍTULO IV.	57
4. Ejerciendo el Periodismo en Estados Unidos (Chicago, Illinois).	57
4.1. Periodismo en español.	58
4.2. En práctica la experiencia mexicana.	59
4.3. Desempeño, aprendizaje y evolución profesional en Estados Unidos.	64
4.3.1. Alcanzando Nuevos Horizontes.	74
4.3.2. Recreando <i>Mundo Hispano Publications</i> .	75
4.3.3. Resumen de mi experiencia como directora de la NAHP.	82
4.3.4. Una nueva era.	82
4.4. Limitantes y ventajas del periodismo en Español.	88
4.4.1. Sugerencias a considerar en la preparación de un profesional en comunicación.	90
4.4.2. Sugerencias para el avance del Periodismo en Español en Estados Unidos (Chicago, Illinois).	92
CONCLUSIONES	96
BIBLIOGRAFÍA	101
HEMEROGRAFIA	103
FUENTES	104
APÉNDICE	107

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, Estados Unidos ocupa el quinto lugar en el Mundo como uno de los países que registra una de las más altas concentraciones de población de origen hispano que habla el idioma español, uniéndose de esta forma a la lista encabezada por México, España, Colombia y Argentina. La información anterior muestra de manera general la relevancia adquirida por esta cultura y sus hablantes más allá de su propio país de origen.

De acuerdo con los últimos reportes oficiales dados a conocer por la Oficina del Censo de Estados Unidos en su encuesta realizada en el año 2000, el número de hispanos registrados alcanzó 35 millones 305,818; es decir, el 13% de la población total, lo que ubica a este grupo como la minoría más representativa en este país sobrepasando desde este momento a los afroamericanos.(1)

"Se preveía años atrás que el número de hispanos crecería rápidamente, pero nadie anticipó que su incremento iría más allá de los dos millones", señaló el responsable del Departamento de Sociología Rural en Texas A&M University, Steve Murdock, en referencia al explosivo crecimiento que se ha reportado en este estado. (2)

Es necesario señalar que estas cifras son relativas en número, pues la población de origen hispano aquí asentada podría ser aún mayor si se considera que muchos inmigrantes ilegales por temor a revelar su identidad ante la amenaza de ser deportados, evitaron contestar el cuestionario aplicado por las autoridades estadounidenses, situación persistente durante el Censo del 2000.

Cuando se vive fuera del propio país, se es mexicana, egresada de la Universidad Nacional Autónoma de México y se pertenece al grupo arriba mencionado, es un orgullo que inesperadamente se acrecienta. Más aún si el haber pasado por este recinto universitario ha servido de plataforma para dar el salto al "otro lado", hacia la frontera norte. El presente trabajo surgió con la intención de compartir mi experiencia participando como profesional dentro de los medios de comunicación (prensa escrita) en Estados Unidos y también como parte integrante del grupo hispano inmerso dentro de la forma de vida norteamericana, con el propósito de aportar herramientas básicas a futuras generaciones interesadas en realizar una transición migratoria, tanto personal, como profesional y a través de esta **MEMORIA** minimizar el traumático choque cultural. Al mismo tiempo se mostrará el panorama del periodismo en español en el ámbito estadounidense y el rol que éste juega entre la población hispanoparlante en su proceso de adaptación/integración en Estados Unidos, específicamente Chicago, Illinois. Más de 20 años han pasado desde el día en que concluí la carrera y desde entonces hasta el presente, he vivido agradecida con las experiencias que me ha dado el haber cursado y ejercido esta profesión. Como se comprobará a lo largo de este proyecto, cada uno de los logros obtenidos han sido el resultado del estudio, trabajo y determinación.

Al llegar a Chicago --donde radico desde hace 15 años-- proveniente de la

Ciudad de México, portaba como invaluable equipaje mis estudios universitarios y la experiencia profesional adquirida desde mis años de estudiante en diversos medios de comunicación, misma que incluía medios impresos y electrónicos. Ingenuamente no consideré la barrera del idioma español vs., inglés-- como el principal obstáculo a vencer en la búsqueda de nuevos objetivos, pues mis aspiraciones no incluían llegar a desempeñar una carrera en un país que de antemano sabía no reconocería mi trayectoria académica y profesional. Sin embargo, sorpresivamente sin más carta de recomendación que la que me otorgaban esos mismos estudios y práctica laboral, me desenvolví en el Periodismo y la Comunicación Colectiva en territorio estadounidense.

Una vez en el campo de batalla el reto profesional inmediato a vencer tenía que ver con el idioma Inglés, pero inesperadamente y con satisfacción comprobé que enfrentaría mi prueba de fuego no sólo con esta lengua, sino también con mi lengua materna: el español, situación que en apariencia facilitaba el camino y sin serlo, me convertía en periodista bilingüe. Debo aclarar que mis conocimientos del inglés al llegar a este país eran totalmente nulos y se concretaban a frases básicas que había aprendido tres meses antes, recién llegada. El aprendizaje de una segunda lengua como requisito académico giró en torno a mi preferencia por el francés, el inglés nunca figuró más de una vez en mi historial de materias de estudio.

A sólo meses de haber llegado a Estados Unidos percibí la gran necesidad de información y comunicación en español debido a la creciente comunidad hispanoparlante que desconocía el idioma inglés, entorpeciendo su avance dentro de la nueva sociedad. Dicha circunstancia me permitió tener y tomar la oportunidad de entrar a la fuente de trabajo que mejor conocía: el Periodismo y la Comunicación. Mi desempeño profesional en el Periodismo en español en Estados Unidos se dio de manera casual como todas mis experiencias laborales previas: sin premeditación, sin planeación, sin recomendación y sin "padrinos". Mi traslado a este país era parte de una "experiencia"; una aventura pero no respondía a un proyecto previo, una oferta laboral o pensando en aquí encontrar y establecer una nueva forma de vida. Lo único que realmente estaba programado era el plazo que me había propuesto para regresar a México: 5 años después. Meta que cumplí pero sólo para volver a abrazar a mi madre y demás seres queridos, pues de inmediato regresé a Estados Unidos, ya que, por coincidencia, días antes había sido aceptada oficialmente por el gobierno de Estados Unidos como residente permanente para ejercer el Periodismo en español bajo la categoría de inmigrante profesional, proceso durante el cual conté con el total apoyo de la compañía en la que me inicié: *Tele Guía de Chicago*.

Tuve la fortuna de entrar a laborar en la profesión en un país opuesto a mi propia cultura cuando ni siquiera había contemplado esa idea, la cual 14 años después resulta totalmente descabellada al recordar en detalle los múltiples obstáculos a vencer por mi deficiencia en el inglés, sobre todo si se considera que el lenguaje es la herramienta principal del comunicador. ¿Cómo pensar en ser comunicadora en Estados Unidos, cuando ni siquiera sabía decir *shit* (de *sheet* = hoja de papel)? Y me ponía en situaciones embarazosas cuando en su lugar pronunciaba *shet* (sonido del vocablo en inglés *shit* = mierda).

Tropiezos como el mencionado eran sólo nimiedades ante la larga cadena de retos a vencer. Sin minimizar o restar importancia a ninguno, considero el más gratificante y satisfactorio (pero sumamente extenuante) el haber ganado mi estadia legal en este país a través de conocimientos y experiencia profesional, tras haber pasado las pruebas impuestas por el Servicio de Inmigración en Estados Unidos (*INS*) y su Departamento Laboral; entonces descubrí en esencia para qué sirve recibir una educación universitaria.

El percatarme del vacío comunicacional informativo en español me orilló exitosamente a ir tras la oportunidad profesional, la cual no sólo me permitió acceso a los medios de comunicación masivos en Estados Unidos, sino que también me acercó funcionalmente con mi comunidad, los hispanoparlantes de Chicago y contribuir en su integración sociocultural.

Como al principio mencioné, a mi llegada a Chicago ya tenía intensa práctica dentro del Periodismo (medios impresos, radio y televisión). Sin embargo, en cuanto a desempeño profesional mi trabajo en medios editados en español en un país de habla inglesa ha sido el logro más relevante. Por ello, sin dudarlo y en espera de que las vivencias relatadas orienten y puedan ser útiles a inquietudes profesionales similares, elegí mi propia experiencia para aprovechar la oportunidad que la UNAM me brinda y mediante este trabajo obtener mi titulación de licenciada en Periodismo y Comunicación Colectiva por la Facultad de Estudios Profesionales Acatlán en la modalidad de Memoria de Desempeño Profesional.

La realización de este proyecto en parte fue desarrollado con la misma técnica que le dio origen: la observación natural, recurso de campo en donde mi participación directa y activa tiene un papel constante interactuando con las partes envueltas. Asimismo, se contó con el apoyo de material documental bibliográfico, hemerográfico y la *New Media*: Internet; todo en conjunto permitió ordenar y sistematizar este trabajo. Numerosas fueron las dificultades a vencer pero la más común siempre tuvo que ver con el manejo de la lengua en inglés, problemática que también se hizo presente en la elaboración de lo que fue una extenuante investigación de trabajo debido a la ausencia de material documental en español en Estados Unidos.

Haciendo un balance sobre mi aprendizaje académico, considero que con los resultados hasta hoy obtenidos y mi ingreso inmediato a las filas profesionales de la carrera desde estudiante, no tuve tiempo para lamentaciones o encontrar vacíos en lo que fue mi preparación escolar en México; debía encontrar soluciones. Sin embargo, a lo largo de este trabajo se palpará la principal problemática que enfrentamos los egresados que sólo somos monolingües. Al final del mismo, en las conclusiones, se encontrarán propuestas concretas, producto de esta investigación y la práctica profesional, las cuales considero útiles no sólo al programa de Periodismo y Comunicación, sino a todas las profesiones en general.

Este trabajo incluye cinco apartados, pretendiendo explicar de manera detallada lo expuesto a grandes rasgos en esta Introducción. En el primer capítulo se expone el papel del español en Estados Unidos de acuerdo con sus hablantes naturales radicados

en ese país, así como una perspectiva general de la recepción que obtiene por parte de nativos norteamericanos. El capítulo dos habla del contexto dentro del cual se encuentran los medios masivos de comunicación en Estados Unidos y su relación con la Comunidad hispanoparlante. El capítulo tres retoma los anteriores elementos para ser interrelacionados con mi propia experiencia académica y laboral, tanto en México como en Estados Unidos, elementos que en conjunto justifican la presentación de este trabajo. El capítulo cuarto describe particularmente la experiencia vivida como inmigrante y profesionista en Norteamérica con cada una de sus consecuencias y, por último, son presentadas las conclusiones del proyecto total.

Ya antes expresé el orgullo de ser egresada de la UNAM ENEP-Acatlán. Ese orgullo está ampliamente respaldado con los resultados obtenidos hasta la actualidad. En las aulas escolares difícilmente entendemos para qué sirve todo lo que se aprende en la Universidad, la experiencia vivida demuestra que es cuando se está dentro del terreno de acción, en la PRÁCTICA y se es parte de los hechos, allí en el lugar y tiempo exacto se aplica la verdadera lección. En este caso la satisfacción es aún mayor al ejercer la profesión y llevar lo aprendido y practicado a otro país, con otra lengua, otra cultura y aparecer en los registros gubernamentales estadounidenses como inmigrante profesional de origen mexicano.

Durante el desarrollo del presente trabajo se notará el uso frecuente de la palabra *Hispano* la cual será usada de acuerdo a la definición adoptada por el gobierno estadounidense desde la década de los setenta: "Toda persona nacida en cualquiera de los países que hablan español, representando una gran variedad de nacionalidades y grupos étnicos con diferente nivel social, cultural y político así como experiencias emocionales diversas. La mayoría de hispanos se describen a sí mismos en términos de identidad étnica e individual, es decir, como mexicanos, puertorriqueños, cubanos, dominicanos, salvadoreños y otras nacionalidades de habla en español, en lugar de reconocerse como miembros del término hispano o latino que es más general". (3)

Entre las categorías establecidas por la Oficina del Censo estadounidense en el 2000 las palabras hispano, latino y español fueron elegidas indistintamente por los encuestados. Según los reportes, entre los integrantes de la muestra compuesta por inmigrantes mexicanos, chicanos, puertorriqueños o cubanos hubo quienes se identificaban con los tres términos. Por su parte, aquellos que señalaban hablar español pero no pertenecer a ninguna de las categorías anteriores fueron catalogados como provenientes de España o países de Centro y Sudamérica. De acuerdo con la Oficina del Censo en Estados Unidos este grupo étnico está compuesto primeramente por mexicanos con una población total de 20 millones 630 mil 711; en segundo lugar están los puertorriqueños con 3 millones 406 mil 178; le siguen los cubanos con 1 millón 241, 685; el resto lo conforman originarios de diversas regiones de Latinoamérica. (4)

Hasta el año 2002 se informaba que para el año 2005 los hispanos serían la minoría mayormente representada desplazando de esa posición a la raza afroamericana (negros), suceso que ocurrió antes de lo previsto. En el presente este grupo étnico es la minoría número uno. A fin de contextualizar la problemática bajo la cual se desenvuelve el hispano en Estados Unidos y cumplir con los objetivos de este trabajo, serán descritos algunos de los aspectos que conforman su entorno cotidiano en

este país buscando demostrar los obstáculos que enfrenta en el proceso comunicacional y la necesidad de canales informativos profesionales que permitan el avance de los medios masivos de comunicación en español y contribuyan a la adaptación del hispano en la sociedad norteamericana.

Pies de página:

- 1) U.S. Census Bureau, *Hispanics Detailed Tables*, tr. Elizabeth Q.K.V. (Agosto, 2002), <www.factfinder.census.gov/Detailed Tables/>.
- 2) Guillermo X., García, "*Texas surpasses N.Y.as second most populous state*", tr. Elizabeth Q.K.V. (Marzo 13, 2001), <www.usatoday.com>.
- 3) U.S. State Department. *U.S. Society. Hispanic Americans*, tr. Elizabeth Q.K.V. (Julio,2003), <www.usembassy.de/USA/>.
- 4) U.S. Census Bureau. *American Fact Finder*, tr. Elizabeth Q.K.V. (Agosto, 2002), <www.censusUSA2000.com>.

CAPÍTULO I.

1. Clash cultural.

Comunicarse es, sin duda alguna, el primero y más traumático choque con que se enfrenta el inmigrante que desconozca la lengua del país que no sea el suyo. Este primer capítulo tratará de la práctica del español en Estados Unidos por sus propios hablantes: los hispanos radicados en esta nación.

El párrafo siguiente, de la autoría del lingüista mexicano Antonio Alatorre, ilustra elocuentemente la dirección tomada en cuanto al uso del idioma no sólo en el mismo lugar de origen, sino más allá de sus fronteras en este caso, mexicanas: "México la celebrada, que tuvo universidad, imprenta, orden cívico así como escritores y artistas, cuando nuestros vecinos del Norte vivían en condiciones muy primitivas, se está convirtiendo ahora en pardo satélite o copia feísima de los Estados Unidos. Son cada vez más los paisanos nuestros que sucumben al encanto de lo gringo (sobre todo los jóvenes, los que van a ser el México de mañana). Son muchísimos los que usan *blue jeans* y los que encuentran no sé qué exquisito placer en comer *hot dogs* y beber *Coca-Cola*. Hay millones que conocen punto por punto las jugadas de un partido de *fútbol* o de *béisbol*, y que externan su aprobación o su desaprobación no ya a gritos, sino a alaridos. Hay quienes bautizan a sus hijos con nombres como *Erick* y *Nancy*. Muchos mexicanos saben hablar inglés (o, si sólo lo chapurrean, meten anglicismos en cuanto se presenta una ocasión). Muchos mexicanos que aquí sólo hablan zapoteco o tarasco y que encontraron modo de ir a trabajar en los Estados Unidos, regresan no sólo con un dinerito que aquí nunca hubieran podido ganar, sino también, no pocos de ellos, con nociones básicas de una segunda lengua: el inglés. Los mexicanos cultos están alarmados. Ven ya a la lengua española aplastada, eliminada por el *spanglish*. Se horrorizan pensando que en un futuro no muy lejano será necesario traducir el *Quijote* -- para que pueda entenderse-- al *spanglish*". (1)

Como se ilustra anteriormente, desde su origen el español llega a Estados Unidos arrastrando viejos vicios que deforman su función principal: el lograr que sus hablantes originales se comuniquen. Situaciones como esta ocurren a menudo en diversas regiones de Estados Unidos donde se asientan hispanoparlantes, aunque los efectos son totalmente diferentes. Mientras en México existen grupos que mantienen vigente la influencia del inglés salpicando la comunicación en español con monosílabos anglos o frases traducidas literalmente de ese idioma, en Estados Unidos hay una férrea determinación de parte de la población de habla castellana por preservar esta forma de comunicación --aún con su mínimo vocabulario, sus errores y evidentes limitaciones--, ante el tremendo impacto al que se expone el inmigrante al entrar a una sociedad y cultura totalmente desconocidas y diametralmente opuesta a la propia. Su lengua, entonces, se convierte instintivamente en la única arma de defensa y aliada para subsistir.

El mismo comportamiento ocurre en inmigrantes de otras regiones provenientes de lugares donde se habla español, no sólo de México, aunque la práctica de la lengua

asume diferentes matices de acuerdo con las circunstancias previas que han rodeado a cada uno de estos grupos, como menciona Alatorre. El uso del español por practicantes de otras regiones de Latinoamérica, como Guatemala o de los mismos mexicanos, varía o se modifica dependiendo del lugar de origen; algunos provienen de zonas indígenas y al llegar a Estados Unidos sólo conocen su propio dialecto y escasas palabras del español o, en el caso de nuestros mexicanos, muchos de los que "cruzan" no han recibido el mínimo conocimiento que da la educación elemental básica o pertenecen a regiones marginadas en las que la comunicación en español no es común, dado que se siguen practicando dialectos como el zapoteco o náhuatl. Dichos factores, sumados a otros ya existentes, provocan una mezcla y variación constante de la lengua. Dada la fuerza de este fenómeno ha surgido una de las problemáticas socioculturales más controvertidas en la actualidad en Estados Unidos: el *spanglish*.

1.1. Sobre inglés, español y... *spanglish*.

"...el idioma que ahora hablo, el cual yo pensaba que era el español es realmente el espanglés; ese dialecto forjado del español y el inglés que toma palabras de los dos idiomas, las añade a las expresiones familiares puertorriqueñas y cambia la manera en que se escriben hasta crear palabras nuevas. En mi casa, por ejemplo, lavamos el piso con un *mapo*, compramos *tique* pa'l cine, *nos damos de cuenta*, leemos *panfletos*, damos el *OK* y *llamamos pa' atrás* cuando estamos muy *bisi* pa' hablar por teléfono".

Esmeralda Santiago, escritora puertorriqueña radicada en Estados Unidos en "Cuando era puertorriqueña". (2)

De acuerdo con Roberto González Echeverría, profesor de Literaturas Hispánicas y Comparadas en la Universidad de Yale, la mezcla de español e inglés afecta a los propios hablantes. El espanglish o *spanglish* es el lenguaje compuesto por español e inglés cuyos orígenes están en la calle, en esas conversaciones callejeras, llegando a introducirse su uso por medio de la publicidad. "Hablar *spanglish* es devaluar el español", es el título del artículo traducido al español por el periódico argentino *El Clarín* de su original, publicado en 1997 por el diario *The New York Times*.(3)

La información concreta señala, que el *spanglish* "es un grave peligro para la cultura hispánica y el progreso de los hispanos dentro de la corriente mayoritaria norteamericana". Es una invasión del español por el inglés y añade: "La triste realidad es que el *spanglish* es, básicamente, la lengua de los hispanos pobres, muchos de los cuales son casi analfabetos en cualquiera de los dos idiomas. Incorporan palabras y construcciones inglesas a su habla de todos los días porque carecen del vocabulario y la educación en español para adaptarse a la cambiante cultura que los rodea. Los hispanos educados, que hacen otro tanto, tienen una motivación diferente: algunos se avergüenzan de su origen e intentan parecerse al resto usando palabras inglesas y traduciendo directamente las expresiones idiomáticas inglesas. El hacerlo, piensan, es reclamar la calidad de miembro de la corriente mayoritaria. Políticamente, sin embargo, el *spanglish* es una capitulación; indica marginalización, no liberación".

Bajo este panorama se desenvuelve el español. Se enfrenta a constantes atropellos invadido por toda clase de agentes externos, tanto propios como ajenos; y aunque ha subsistido, también ha tenido que sortear múltiples tropiezos y deformaciones. En Estados Unidos se practica en grandes proporciones pero como un lenguaje remendado, parchado, de pobres recursos e intercambiado abruptamente por traducciones incorrectas del inglés. Sin embargo, ante las presiones que provoca el *clash* para el inmigrante resulta más accesible interpretar el español que aquí se habla, que intentar aprender inglés ("lo que sea es bueno"). Su prioridad a cualquier precio, es comunicarse para lograr su adaptación, integración y subsistencia en la nueva sociedad a la que busca adherirse.

Al respecto, Ilan Stavans, profesor de Español en *Amherst College*, quien los últimos años se ha dedicado a recopilar el primer diccionario *spanglish-english*, señala que el *spanglish* continúa evolucionando y en rápida transición: "Yo lo definiría, actualmente, como un verdadero dialecto que resulta del choque entre el español y el inglés con una variedad de posibilidades". Añade que en esta forma de comunicación las palabras y los códigos verbales han sido reinventados y reorganizados para agregar algo nuevo. Asimismo, reconoce que existen sectores de la población estadounidense que no aceptan el *spanglish* y prefieren nombrarlo "lenguaje mexicanoamericano". Stavans, editor de la revista *Hopscotch*, descendiente de mexicanos y judíos, acepta que el *spanglish* es sinónimo de marginalización, mismo que representa un peligro para los hispanos por considerar que el *spanglish* es una invasión del inglés al español. Afirma que éste es el lenguaje de los hispanos casi analfabetas o con una educación muy pobre, a quienes les resulta difícil adaptarse a los cambios culturales por sus limitaciones. Finalmente se pregunta: "¿Por qué no simplemente aprenden cada uno de los idiomas apropiadamente?". (4)

Aunque reconoce los orígenes y efectos de esta mancuerna como forma de comunicación, no desdeña su práctica y sostiene que toda lengua moderna debe mantenerse en contacto con sus similares y ejemplifica: "El francés absorbe del español, inglés y alemán; el inglés absorbe del español y ruso y así...". (5)

El surgimiento de una nueva forma de expresión cuyas raíces están en la lengua española, así como la presencia activa del hispanoparlante en la sociedad norteamericana, demuestran la relevancia y el fenómeno sociocultural que este grupo demográfico ha generado en Estados Unidos. Su avance a lo largo de su historia en este país, ha sido lento ante las múltiples limitantes a las que se ha enfrentado, una de las cuales, es la urgente necesidad de contar con canales de comunicación en su propio idioma, encabezados por profesionales en el campo de la Comunicación que emitan mensajes informativos eficaces, producto del acontecer en cada uno de los ámbitos de la vida cotidiana estadounidense.

A medida que continúa la expansión de este grupo étnico, también crece la esperanza de que llegue a ocupar un lugar digno a través de su desempeño en cada una de las áreas productivas de esta sociedad, no sólo en labores arduas, pesadas sino también en campos profesionales que le permitan la introducción, aceptación y evolución de su innegable riqueza cultural.

Las constantes lamentaciones de sectores estadounidenses opositores a este grupo étnico lejos de afectarlo, han contribuido a vislumbrar un futuro óptimo para este componente de la población norteamericana. Una de estas preocupaciones está basada en el apresurado incremento del hispano, de quien se muestran temerosos ante la posibilidad de que impida el desarrollo de la economía de este país, por ser este grupo considerado como una subclase con bajos niveles de preparación; problemática que ha sido descartada por historiadores y sociólogos estudiosos del tema, argumentando que no sólo los hispanos, sino la gran diversidad de grupos inmigrantes llegados a Estados Unidos, ya forman parte de la propia cultura norteamericana y, para erradicar aún más ese temor resaltan el hecho de que una gran mayoría de hispanoamericanos hablan inglés. (6)

Una vez establecido el contexto comunicacional bajo el cual se desarrolla el inmigrante en Estados Unidos, se tomará como referencia teórica para el desarrollo de este trabajo el modelo de comunicación dado por el investigador estadounidense Wilbur Schramm, citado por Florence Toussaint en su "Crítica a la Información de Masas": "...para cifrar o descifrar un mensaje se parte de un cúmulo de experiencias de información sobre algo, y mientras más cercanos o comunes sean los campos de experiencia del comunicador y el receptor, más eficaz será la comunicación". (7)

Por su parte, David K. Berlo, también teórico en Comunicación, contribuye al planteamiento anterior y señala como una de las causas del fracaso en el proceso de la comunicación la: "interpretación errónea del mensaje". (8)

El razonamiento previo sucede día a día en la vida cotidiana y es común entre los nuevos inmigrantes (recién llegados), los ya establecidos (con un periodo de tiempo definido), y evidentemente los anglosajones; mientras los primeros buscan obtener una identificación que los reconozca como parte de esta nueva sociedad, los segundos tramitan una AI-DI (del inglés *ID*), si de identificación se habla. Al pedirle al recién inmigrante su número de seguro social, su referencia contextual inmediata está en aquella institución de salud que quedó atrás en su país de origen (IMSS) --si de un mexicano se trata--, asociación que nada tiene qué ver con el documento oficial de los Estados Unidos, mismo que sirve para identificar a cada habitante legal en este país.

De esta manera, el nuevo inmigrante se enfrenta a la cultura anglosajona la cual se ha propuesto conquistar con choques, confusiones y sorpresas ante el escaso marco de referencia con el que cuenta. Surge así esta experiencia que la mayoría de las veces resulta un encuentro doloroso y en algunos casos, sumamente costoso. No pocos se quedan a mitad del camino, en la búsqueda por alcanzar el tan ansiado "sueño americano", el cual tuvo principio desde el momento en que atrás quedó todo: tierra, familia, costumbres culturales y para algunos, hasta la propia vida. Si de todo ese despojo voluntario el individuo sale victorioso, entonces continúa la búsqueda por un nuevo sitio, un lugar que le permita adaptarse para sobrevivir y cumplir con su meta principal: trabajar para ganar el sustento.

1.1.2. Encuentro entre dos culturas.

"Más que definirme como mexicano, me defino como emigrante y siento a veces que no tengo casa. No soy totalmente de los Estados Unidos porque vengo de otro país y tengo costumbres; mi idioma, mis pensamientos, muy distintos a los de la mayoría de los norteamericanos. Pero cuando regreso a mi país, también lo desconozco. Ya no soy de México totalmente. No sé cómo se llaman los políticos más corruptos ni la música que se está escuchando". Jorge Ramos. Periodista y presentador para la cadena Univisión.

"Cuando 'brincamos el charco' para llegar a los Estados Unidos, cambié. Dejé de ser, superficialmente, una jíbara puertorriqueña para convertirme en una híbrida entre un mundo y otro: una puertorriqueña que vive en los Estados Unidos, habla inglés casi todo el día, se desenvuelve en la cultura norteamericana día y noche". Esmeralda Santiago, escritora puertorriqueña.

Desde 1900 uno de los grupos inmigrantes mayoritario en la Unión Americana era el mexicano, con una población estimada entre 380,000 y 560,000 personas. Dadas las condiciones económicas y la aguda crisis provocada por el inicio de la Revolución de 1910 este fenómeno se incrementó, creando una ola migratoria hacia Estados Unidos que duró hasta 1930. Entre 1910 y 1930, aproximadamente, 680,000 mexicanos llegaron a vivir a Estados Unidos, constituyendo el 10% de la población inmigrante a este país. Tras escapar de la Revolución que se desató en México, los inmigrantes se instalaron en la zona suroeste estadounidense donde desarrollaron trabajos en fábricas, minas y áreas de cosecha, lo mismo en ranchos que a campo abierto.

Con la participación de Estados Unidos en la Primera Guerra Mundial (1914-1918), en 1917 cientos de mexicanos se registraron como voluntarios para servir en las fuerzas armadas de este país. Este evento y la situación económica que se vivía en tiempos de guerra abrió nuevas oportunidades para este grupo de inmigrantes: algunos tuvieron la oportunidad de cambiar trabajos por otros mejor pagados que requerían conocimientos más detallados, como las industrias de la construcción y la bélica. En el grupo étnico denominado latino o hispano en Estados Unidos, los mexicanos han sido los de mayor representación dentro de la forma de vida norteamericana. A pesar de los cambios registrados a raíz del estallido de la Primera Guerra Mundial, su avance continuó lento, pues siguieron los atropellos en su contra, como la discriminación en el trabajo, en los niveles salariales y en la adquisición de viviendas; fue entonces cuando iniciaron la formación de sindicatos y acciones coercitivas a través de grupos cívicos que se manifestaban en contra de esas condiciones de vida. (9)

Aunado a los factores anteriores, en 1924 inició la lucha de estos inmigrantes en contra de la Patrulla Fronteriza, destinada a evitar el cruce de mexicanos ilegales, especialmente durante la recesión económica en la década de los años 30, cuando sólo se permitió la estadía en este país a 33,000 mexicanos. Durante esta etapa la vida para el inmigrante mexicano se vuelve aún más hostil al ser visto por sectores de la población como una de las causas del estancamiento de la economía al ocupar trabajos laborales que supuestamente debían ser desempeñados por los norteamericanos

"verdaderos". Ante tal descontento, el gobierno de Estados Unidos y México respaldan un programa de repatriación que marca el retorno de miles de mexicanos a su lugar de origen. (10)

Desde entonces los inmigrantes mexicanos ilegales han vivido con el temor de sufrir los estragos de la deportación que amenaza con la desintegración familiar y el desequilibrio emocional, aún cuando han formado parte del estilo de vida de este país por décadas completas. Aunado a esta forma de rechazo --al que se han sumado otros grupos étnicos incluidos dentro del concepto de hispanos o latinos--, los mexicanos también han sido discriminados en diversos lugares públicos, como los restaurantes donde les era negado el servicio al igual que en lugares de entretenimiento, albercas y teatros donde eran separados del resto de los asistentes.

El encuentro entre estas dos culturas marcadamente opuestas ha sido espinoso, lleno de sufrimiento, injusticias y rechazo hacia los inmigrantes, quienes junto con todos los riesgos, temores y carencias que llevan como equipaje, deben esforzarse en asimilar inmediatamente la cultura y normas impuestas por la nueva sociedad a la que entran. Digno es de mencionarse que en la actualidad el lugar y presencia alcanzado por la población hispanoparlante en Estados Unidos, es el resultado de una historia llena de lucha en la que desde la lengua española fue prohibida no sólo en centros laborales, sino en las escuelas donde los hijos de trabajadores inmigrantes eran duramente castigados y señalados si se atrevían a hablar el idioma de sus ancestros.

Aún con todas las medidas que desde el pasado ha tomado el gobierno estadounidense y la conducta de rechazo hacia los mexicanos e hispanos en general (para el norteamericano promedio, masa, todo el que habla español es mexicano y su idioma es "mexicano", desconocen la diferencia cultural o regional entre países hispanoparlantes) por diversos sectores de la población, el flujo migratorio se acentuó entre la década de los 60 y 80, hasta continuar con la incontenible y constante llegada de inmigrantes mexicanos y de otras partes de Latinoamérica que persiste hasta nuestros días.

1.1.3. ¿Retrosceso o avance bicultural?

"Norteamérica es la entidad que nos saquea y nos estimula un tanto involuntariamente, sin tomarse la molestia de conocernos". Carlos Monsiváis, escritor mexicano.

Toca a nosotros los inmigrantes llevar a cabo el proceso de conocimiento, primeramente porque somos los que queremos llegar, los que "pasamos al otro lado" y porque por naturaleza nos gusta saber, imaginar, investigar, avanzar y, segundo, porque ellos, los angloparlantes creen que ya conocen lo suficiente con el grupo que en su propia tierra "soportan", generalizando de esta manera a la totalidad.

Una vez en tierra norteamericana el enfrentamiento con la nueva cultura, como se ha descrito, resulta traumático. Tratar de adaptarse al cambio toma tiempo y todo dependerá del nivel sociocultural de cada individuo, pues, pese a la cercanía de

Estados Unidos con Latinoamérica, aún con México, las diferencias políticas, económicas y socioculturales resultan tan diametralmente opuestas como avasalladoras. El proceso de adaptación del inmigrante se fundamentará en cómo la nueva sociedad satisfaga sus necesidades. De acuerdo con el profesor de psicología social en Harvard, Leon Mann: "...la sociedad determina las actitudes, los valores, los hábitos y la fuerza de las necesidades de los individuos; y la cultura define los límites y la dirección del aprendizaje del individuo".

Asimismo, Mann resalta que para que esto suceda, es necesario pasar primero por un proceso de desocialización, en el cual actitudes y valores fundamentales desaparecen para dar paso a la resocialización, proceso en el cual se sustituyen actitudes y hábitos antiguos, y muchas veces inaceptables, para dar paso a otros nuevos". (11)

Al respecto el escritor mexicano Carlos Monsiváis señala que: "La influencia norteamericana corroe o modifica casi todos los usos y costumbres, pero, entre otros, hay uno que se mantiene: la persistencia de la comunidad nacional". (12)

Esa misma persistencia es trasladada a Estados Unidos a nivel comunidad hispana y el inmigrante latino, en concreto el mexicano, descubre que cada uno de sus hábitos y costumbres se encuentran total y plenamente arraigados; casi podría decirse que adheridos a su propia piel más de lo que él mismo imaginaba, hecho que dificulta su proceso de integración al *american way of life*, su resocialización. Para muchos inmigrantes latinos la nueva forma de vida podría resultar un retroceso más que un avance, primeramente dada su obstinación a continuar practicando costumbres que no son aplicables en la sociedad norteamericana y seguidamente, debido al retraso de integración que él mismo le impone a la nueva experiencia, misma que dilata al encerrarse en un círculo (grupo), que sólo logra abrirse ante la necesidad de cubrir las exigencias básicas y es hasta cuando enfrenta la realidad, en la que encuentra uno de sus primeros tropiezos, la barrera de la comunicación; de no sobreponerse inmediatamente a esta situación, cierra aún más su campo de referencia hasta aislarse por tiempo indefinido.

Si bien es cierto que el español se practica a lo largo y ancho de la Unión Americana, también es cierto que como resultado de su uso limitado y distorsionado, los mensajes que se emiten no tienen la calidad ni efecto que cuando se intercambian entre dos o más individuos que tienen una referencia en común o campo contextual similar; lo mismo ocurre con el inglés pero evidentemente los obstáculos en este campo son aún mayores.

Un ejemplo del comportamiento anterior es el surgimiento de los barrios mexicanos, puertorriqueños, cubanos y de otras nacionalidades que se oponen a desocializarse de sus antiguas costumbres, retrasando su proceso de adaptación o integración cultural al mismo tiempo que se estancan en una nueva subcultura.

Podría pensarse que ante el encuentro con la nueva cultura se avanza hacia la obtención de un conocimiento bicultural (español-inglés); sin embargo, éste no se

obtiene por el puro hecho de radicar en otro país, para que se logre, es necesaria la combinación entre el bagaje cultural previo del individuo y el enfrentamiento (estudio, adaptación/integración), con la nueva cultura norteamericana que se dispone a descubrir, a fin de balancear criterios que contribuyan a unificar y aplicar este conocimiento en beneficio propio.

Ante lo anterior, es determinante no rechazar o amedrentarse ante el cambio súbito una vez dado el paso; por el contrario, es necesario conjugar las nuevas costumbres y las propias para no desbalancearse, lo que resultará en el surgimiento de una nueva cultura o, el **desenvolverse entre "dos mundos diferentes"**.

El confrontar diferencias y similitudes (por mínimas que sean), facilitarán la adaptación social del individuo, los obstáculos serán menores en este el país de la libre competencia, donde cada uno avanza tan lejos como la propia participación e iniciativa lo permita.

Para poder convivir en medio de dos culturas, es necesario reconocer, valorar y utilizar las ventajas que representa el tener una cultura propia que sirva de apoyo para absorber los recursos que la nueva cultura ofrece, en este caso la anglosajona. Una manera de hacerlo, es empezar por acostumbrarse a los sonidos de su lengua, sistema social, formas de comunicación, incluidos desde los más simples, los cotidianos, como son el lenguaje corporal, la propia vestimenta y hasta la alimentación. Prestar especial atención a estas manifestaciones culturales contribuirá a acrecentar el propio aprendizaje intelectual, además de dar pasos agigantados en la obtención de un "sitio" dentro **de esta sociedad** de la que se pretende obtener los satisfactores básicos y que en principio, resulta tan ajena.

1.2. El Español en EUA.

"Si usted no habla español, puede quedarse rezagado (*If you don't speak Spanish, you might be left behind*)".

El anterior encabezado apareció a ocho columnas en el periódico de mayor circulación a nivel nacional: *USA Today*, en mayo del 2001 con un tiraje aproximado de 5 millones de ejemplares diarios. Gran sorpresa y expectación provocó entre diversos sectores de la nación estadounidense el encabezado en otro idioma que no fuera inglés, cuando el español y sus practicantes han sido blanco de ataques constantes en todo tipo de debates, especialmente en donde el tema de la inmigración --junto con sus connotaciones políticas y sociales-- esté presente. Fue tal el impacto, que el artículo continúa vigente hasta hoy en día, ya sea como referencia hemerográfica, punto de referencia dentro de la mercadotecnia estadounidense o todo asunto relacionado con la justificación del tema (la cultura hispana).

La información destaca por qué el español no es considerado entre muchos estadounidenses como una lengua extranjera: "El español se convierte, día a día, más en una necesidad que en una preferencia en diversas ciudades del país. Desde gerentes en Nebraska hasta corredores en la Bolsa de Valores en Nueva York, los

americanos tratan de aprender un idioma que actualmente es hablado por 35.3 millones de Hispanos en Estados Unidos". (13)

Aún cuando la población de este país está constituida por inmigrantes provenientes de todas partes del Mundo, ningún idioma había despertado la necesidad de ser colocado a nivel de segunda lengua oficial, como lo ha logrado el español.

El español y algunas de sus costumbres dominan entre una gran variedad de idiomas y dialectos extranjeros en las escuelas públicas de Estados Unidos; las inscripciones se han duplicado en las dos últimas décadas; se calculan alrededor de 3.3 millones de estudiantes en escuelas de educación media superior. Aunque no hay estadísticas disponibles en cuanto a los registros de la población adulta inscrita en miles de clases nocturnas y cursos privados que imparten esta lengua, los propietarios de estos centros de enseñanza aseguran que las cifras se incrementan a gran velocidad incluso en las áreas más inesperadas. El español y sus hablantes no sucumbieron a la larga historia de constante lucha, prohibición y rechazo; por el contrario, han emergido con mayor fuerza haciendo acto de presencia en la vida pública y privada de Estados Unidos.

1.2.1. Su presencia.

La escuela *Command Spanish*, firma basada en Petal, Missouri, reportó un aumento en sus inscripciones a nivel nacional, especialmente desde que fuera certificada en 1997. En salones escolares y lugares de trabajo, cada año 25,000 estudiantes se basan en los métodos de *Command* para aprender español; estos mismos materiales son utilizados en cientos de escuelas públicas a nivel superior. Con base en este método las clases son diseñadas para clientes que lo mismo se desenvuelven en un Centro Criminal de Justicia de Alabama que en la Corporación Tissue de Wisconsin.

Corporaciones laborales y centros escolares no son las únicas instituciones que refuerzan la práctica de este idioma y su idiosincrasia; también en el interior de la propia familia norteamericana se le presta la atención requerida. Los padres discuten con sus hijos la conveniencia y necesidad de tomar la materia de Español como segundo idioma, hecho que ha incrementado su demanda en los registros de las escuelas públicas en más del 90% desde la década de los 70.

El Departamento de Educación de Estados Unidos calculaba que en el año escolar 2001-2002 registraría una población escolar en el nivel medio, de 13.3 millones de estudiantes de los cuales una cuarta parte iniciarían o continuarían sus estudios del español y su cultura.

En la década de los 60 la cultura francesa y su lengua, el francés, eran la materia favorita a elegir entre las opciones estudiantiles a nivel universitario; en la actualidad ocupa un sitio bastante distante del español que encabeza la lista de preferencias como el idioma de mayor demanda entre el estudiantado. En 1998 se reportó que de 1.2 millones de estudiantes profesionales en idiomas sólo 17% estudió francés al mismo

tiempo que se incrementaba la demanda por el estudio del español.

En la vida política del país también se ha establecido su historia y ha sido el propio presidente de Estados Unidos, *George W. Bush*, el encargado de registrarla cuando en el año 2001, fue el primer mandatario norteamericano en difundir su acostumbrado mensaje radial en ambas lenguas: inglés y español. Tal precedente marcó la pauta a seguir para que otros representantes políticos, incluidos líderes demócratas, siguieran el ejemplo y buscaran la simpatía y apoyo de la comunidad hispanoparlante con discursos o mínimas frases en español. Tras el paso inicial dado por el primer mandatario de Estados Unidos, las elecciones para senadores y congresistas del año 2002 sobresalieron por la constante lucha de los candidatos a ganar el voto hispano y así empezaron a leerse titulares como el siguiente aparecido en el periódico *Chicago Tribune*: "Los partidos invierten tiempo y dinero a fin de persuadir a los hispanos para que voten masivamente". (14)

El actual auge o "*boom*" hispano vive uno de sus mejores momentos en cada uno de las actividades cotidianas de este país. Sin embargo, es necesario recordar que esta asimilación por nuestra cultura entre los residentes en tierra norteamericana (no sólo nativos, sino inmigrantes de todas partes del Mundo) y reconocimiento a cada una de sus aportaciones en tierra angloparlante, no surgió de la noche a la mañana; es resultado desde tiempos pasados de la participación activa del latino y principalmente el mexicano en la vida laboral, económica, política y cultural de Estados Unidos.

1.2.2. La práctica del español en EUA.

"Mucha de nuestra atención está en los nuevos inmigrantes ilegales. Hemos olvidado que los hispanos han estado aquí por generaciones, que no somos nuevos en este país. Tremendo número de hispanos ha dado su sangre por Estados Unidos": Aída Álvarez, responsable de la Administración para Pequeñas Industrias.

El despertar de este *gigante dormido* (nombre con el que en ocasiones es designada la población hispana) aumenta su poder día con día y, sin duda alguna, esta fuerza tiene sus orígenes con la llegada de los primeros inmigrantes. El actual uso del español es el resultado de esa histórica trayectoria, cuando apenas una década atrás se hablaba casi en secreto, bajito. Durante la década de los 90 todavía existían vestigios de la opresión vivida en todos esos años, tantos como tiene de existencia el fenómeno migratorio a este país.

Fábricas, oficinas públicas y centros de trabajo en general eran muestra evidente de la atmósfera de temor que prevalecía, entre aquellos que no sabían comunicarse en inglés y optaban por volverse silenciosas máquinas humanas de producción antes de intercambiar palabra con algún compatriota en su lengua nativa.

Actualmente, el fenómeno hispano con cada una de sus manifestaciones culturales --que van desde la salsa picante que ha desbancado a la norteamericana catsup, pasando por el refresco *Jarritos* hasta llegar a personajes y símbolos netamente mexicanos como don *Benito Juárez* y la *Virgen de Guadalupe*, imágenes que decoran calles en vecindarios latinos-- exhiben su presencia, se expresan y transmiten su

mensaje a lo largo y ancho de la Unión Americana.

La determinación y resistencia de los "primeros pobladores" hispanos, así como el trabajo constante de las nuevas generaciones, ha empezado a fructificar. Hoy la cultura hispana tiene un lugar, ha llegado a quedarse y se muestra orgullosa ante el respaldo que recibe de su idiosincrasia. El recorrido ha estado lleno de sufrimiento y esfuerzo; controversia e inconformidad por parte de diversos grupos políticos y sociales que han tratado de entorpecer su incontrolable avance, pese a las adversidades el paso está dado: ha demostrado al Mundo lo mucho que puede aportar en un país considerado potencia mundial.

Pies de página:

- 1) Antonio Alatorre, *De cómo se alarman todos mientras yo me río.* Letras Libres. (Méx., 2003), p. 30.
- 2) Esmeralda Santiago, *Cuando yo era puertorriqueña.* (N.Y.,1994), introd.
- 3) The Spanish Language Home, tr. Elisa Cornelli (1997), <www.el-castellano.com/clarin.html>.
- 4) Alex Johnson, *SpanGLISH That curious mixture of English and Spanish is here to stay.*, tr. Elizabeth Q.K.V.(2003), <www.spainview.com/spanGLISH>.
- 5) Mariana Liceaga, *El SpanGLISH ya tiene mayoría de edad.* Hoy (Chicago, IL.), oct. 17, 2003. Sec. Literatura p.9.
- 6) Hispanic Americans Today, *History of Hispanic Immigration.*, tr. Elizabeth Q.K.V. (2003), <www2.worldbook.com>.
- 7) Florence, Toussaint, *Crítica a la Información de Masas.* (Méx., 1988), p.20.
- 8) David K. Berlo, *El Proceso de la Comunicación: Introducción a la Teoría y la Práctica.* (Buenos Aires, 2000), p.72.
- 9) Hispanic Americans Today, *Immigration en the early 1900's.*, tr. Elizabeth Q.K.V. (2003), <www2.worldbook.com>.

- 10) Hispanic Americans, op.cit.
- 11) León Mann, Elementos de Psicología Social. (Méx., 1978), p.41.
- 12) Carlos Monsiváis, Tan Cerca, tan Lejos (Las ilusiones ópticas de la vecindad). Letras Libres, (Méx., 2003), p.23.
- 13) Deborah Sharp, Si usted no habla español, puede quedarse rezagado (If you don't speak Spanish you might be left behind)., tr. Elizabeth Q.K.V. *USA Today*, mayo 9, 2001, pp.1-2.
- 14) V. Dion Haynes, Parties invest time, money to woo Hispanic voting blocs., tr. Elizabeth Q.K.V. *Chicago Tribune*, noviembre 1, 2002, p. 13.

CAPÍTULO II.

2. La comunidad hispana y los medios masivos de comunicación en Estados Unidos.

A fin de ilustrar lo más cercano posible la función e importancia de los medios de comunicación en Estados Unidos, resulta elocuente el calificativo de "cuarto poder" que reciben por propios y extraños, debido a la autoridad y control que ejercen sobre la población: "Seleccionan qué eventos cubrir y de qué manera presentarlos, pueden influir en la aceptación de una nueva ley, la participación del ejército en una guerra y hasta en la elección de un candidato presidencial". (1)

El aparato informativo con el que cuenta es de la más alta tecnología, misma que reúne ininidad de recursos que conforman toda la maquinaria emisora de mensajes, la cual trabaja para preservar la idea que la población norteamericana tiene sobre el valor invaluable de la libertad de prensa: "Cree [la población] que la habilidad de los periodistas y presentadores de noticias al escribir y no tener temor a la censura gubernamental, es un pilar relevante que sostiene la libertad democrática". (2)

Ante la "exigencia" de los norteamericanos de estar informados a través de los medios ya tradicionales (periódicos, televisión y radio), se ha sumado a los tiempos modernos el Internet. El gobierno juega en este desarrollo una función de primer orden al facilitar el acceso --tanto a inversionistas como a la misma población-- a esos recursos y otros más, perpetuando así la "tradición" o idea norteamericana de considerar a cada uno de los engranajes de los medios de comunicación "los perros guardianes de la democracia".(3)

Pese a las múltiples reacciones --muchas en contra y cargadas de gran polémica--, la relación establecida entre esta industria y el gobierno se conserva en parte a la aprobación de éste último de las decisiones de los monopolios en Comunicación, que día a día expanden sus "redes" y medios emisores de mensaje, logrando mantener el *status quo* que predica esta sociedad "libre". Esa libertad es aplicada otorgando a cada una de las partes envueltas el cumplimiento de sus objetivos: Por un lado, la prensa "vigila" de cerca las acciones del gobierno; por el otro, los ciudadanos creen firmemente en la idea de que la prensa es su más fiel aliado preservando el régimen establecido, cumpliendo con su papel de *watchdogs of democracy*; mientras que el gobierno por su parte, permite que como industria ejerza la categoría de: cuarto poder gubernamental.

Dicha conducta podría ser explicada desde sus orígenes con base en la Teoría Mecanicista, descrita por *De Fleur* en su obra "Teorías de Comunicación Masiva": "A medida que los países tomaban partido por la guerra, la necesidad de reforzar los vínculos que unían al individuo con la sociedad se tornaba cada vez más urgente e imperiosa. Resultaba esencial movilizar los sentimientos y lealtades del individuo, inculcarle odio y temor hacia el enemigo, mantener en alto su moral frente a las privaciones y lograr que volcara sus energías al servicio de la Nación.

Para alcanzar estos objetivos, se recurrió a la propaganda. Las naciones fueron inundadas con mensajes propagandísticos cuidadosamente elaborados incluidos en noticiarios, películas, discos fonográficos, discursos, libros, sermones, carteles, mensajes inalámbricos, rumores y volantes. Los encargados de trazar planes en alto nivel decidieron que los riesgos eran tan elevados y los fines tan importantes que resultaba justificado valerse de casi cualquier medio. Los ciudadanos debían odiar al enemigo, amar a su país y llevar al máximo su adhesión al esfuerzo de guerra. No podía confiarse en que lo hicieran espontáneamente. Los medios de comunicación masiva disponibles en ese entonces se convirtieron en el principal instrumento utilizado para persuadirlos". (4)

Líneas más adelante De Fleur argumenta cómo la teoría mecanicista "...resultaba congruente con los conceptos sociológicos y psicológicos de la época. Tenía a su favor, además, el ejemplo de la tremenda repercusión logrado por la propaganda bélica. Esta parecía constituir una prueba válida de que los medios eran tan poderosos como quería Lasswell al llamarlos 'el nuevo martillo y yunque de la solidaridad social'". (5)

Los principios planteados en la teoría mecanicista tienen sus orígenes en los acontecimientos de la Primera Guerra Mundial; sin embargo, la descripción anterior resulta vigente, pues el mismo trato han recibido por parte de Estados Unidos, los eventos enmarcados en la reciente guerra con Irak, donde los medios masivos de comunicación se apegaron totalmente a los preceptos mencionados y jugaron un papel determinante en el manejo de las emociones de la población, misma que como primera respuesta se volcó en un sentimiento patriótico irrefrenable.

2.1. Canales de comunicación.

Si desde tiempos remotos y en pleno surgimiento los medios de comunicación ya resultaban poderosas armas de persuasión y control, en la actualidad existen nuevos, sofisticados y extensos recursos, técnicas y tecnologías en este ámbito, mismos que logran modificar no sólo comportamientos, sino toda una forma de vida en el sistema norteamericano, del cual formamos parte los hispanos inmigrantes a este país y muestra de estudio en este proyecto.

Los recursos masivos de comunicación en Estados Unidos están distribuidos de la siguiente manera:

- Prensa Escrita: publicaciones editoriales, fotografía, publicidad, *comics*.
- Prensa por cableado: telégrafo, teléfono y la música grabada.
- Medios de Comunicación Audiovisuales: radio, televisión y cinematografía.
- Prensa Digital o New Media: Todo sistema computarizado, incluyendo cable televisión, televisión interactiva, e-mail e Internet.

Dado el amplio espectro comunicacional, algunas universidades estadounidenses -- como la de Minnessota-- consideran el término *Mass Communication* obsoleto, dando

paso a *Mediated Communication*, entendiéndose por éste “el uso de un agente externo para establecer comunicación entre emisor y receptor”. (6)

No sólo universidades, sino especialistas y profesionales en este campo también le han dado nombre a este fenómeno de expansión que incluye avanzada tecnología en la emisión y recepción de mensajes, reconociéndolo como *new media*. Mientras tanto también la población en general, acepta y se adueña de estos recursos, adaptándose a la tecnología digital, inalámbrica y red Internet, no sólo como consumidora de mensajes, sino como consumidora de medios activa, en un campo donde lo mismo pueden producir o copiar un disco laser, que comprar equipo para realizar toda una película.

2.1.1. Componentes de la industria.

En el presente, la industria es un verdadero emporio de alianzas. De acuerdo con las cifras citadas por *Lee y Solomon*, en 1983, 50 corporaciones estaban a cargo del control de la industria de los medios de comunicación. Ya para 1990, esta cantidad se vio reducida a 23 debido a las fusiones. Desde entonces el vicepresidente de *Time Warner*, J. Richard Munro, auguraba que en pocos años más “media docena de *vertically -integrated* media mamuts, dominarían la industria no sólo en Estados Unidos, sino a nivel mundial, entrando al sistema de globalización”. (7) Ante tal perspectiva, dejaba manifiesta su posición en favor de que la compañía que representaba fuera parte de esa unión de fuerzas. Una década después... lo es.

En 1983 entre las 50 corporaciones que controlaban los medios masivos de comunicación, se dio la mayor fusión en la historia: Un acuerdo de \$340 millones de dólares. En ese tiempo la estrategia a seguir de la mayoría de estas compañías era ganar mercado y dominio en sólo uno de los medios, ya fueran periódicos, revistas, libros o cinematografía, pero no en todos ellos. Para 1987 las 50 compañías se habían reducido a 29 y en 1990 el número había llegado a 23. Para 1997 únicamente se contaba con diez monopolios en los que se incluía una de las más grandes alianzas nunca antes vista: \$19 billones de dólares entre *Disney* y *ABC*. Sin duda alguna, la alianza más impresionante entre medios masivos de comunicación se dio en el año 2000 con *AOL Time Warner's*, transacción valuada en \$350 billones de dólares; “mil veces más grande que aquella que ocurrió en 1983”, y que en su momento parecía exorbitante en números. (8)

Hoy en día existe una poderosa concentración de capitales y recursos con diez mega media que conforman la poderosa industria de los medios masivos de comunicación en Estados Unidos, cuyas ganancias se estiman en billones de dólares. Estas firmas son propietarias de mil 136 organizaciones noticiosas, las cuales incluyen periódicos, revistas, libros, radio, televisión, televisión por cable y satélite, agencias de noticias e inversiones en la *new media* (Internet) con toda una ramificación de servicios *on-line*.

Al frente de estos diez monopolios de la comunicación se encuentra *AOL*, empresa que incluye a *Time Warner Cable*, *AOL*, *CNN*, *HBO*, además del tiraje de revistas de temas diversos y libros; sigue *Disney*, valuada en 10.2 billones de dólares e

integrada por 34 afiliadas; *Dow Jones Co.*, con su participación en la industria editorial, radio, televisión y cable; *General Electric* con capital invertido en radio, televisión, y cable; *Gannet* que con *NewsCorp* representan las dos más grandes cadenas periodísticas en este país (la primera edita *USA Today*, periódico de circulación nacional); *Knight Ridder*, involucrada en la comunicación impresa; *New York Times Co.* y *Washington Post*, ambas empresas conocidas por su intervención en medios impresos, electrónicos y recientemente probando suerte en la nueva media, a través de diversos sitios Internet; *Viacom* es parte integrante de este grupo de diez y lo hace con un capital de 15.2 billones de dólares para sustentar estaciones televisivas de su propiedad, como *CBS*. (9)

2.1.2. El medio es el mensaje.

En la actualidad, el problema del usuario no es buscar una información determinada, sino seleccionar dentro del amplio y sofisticado mercado el medio o canal que responda a sus necesidades comunicativas e informativas. A partir de la década de los 90 se incrementó el número de empresas dedicadas a la noticia. El surgimiento de significativas fusiones contribuyó a poderosos monopolios de la comunicación entre los que se encuentran la fusión de *AOL* y *Time Warner* y *Westinghouse*, *CBS*, *Disney* y *Cap Cities/ ABC*, los cuales incluyen entre sus propias empresas poderosos y avanzados recursos para llegar a diversos sectores de la población.

El sistema Internet se ha convertido en relevante canal de comunicación en las actividades cotidianas de la población norteamericana, ya sea como fuente de noticias, entretenimiento y hasta transacciones comerciales de alto valor. Para destacar su importancia baste decir que al teléfono le tomó 75 años alcanzar 50 millones de usuarios, a la televisión 13, mientras que al Internet sólo le ha tomado cinco años atraer la atención de 500 millones de personas alrededor del Mundo. Como dato adicional sobresale el hecho de que en este país 9 de cada 10 niños norteamericanos en edad escolar cuentan con computadora. Las bibliotecas públicas ofrecen el servicio gratuitamente y cada día crecen a pasos agigantados los horizontes comerciales por esta vía, incrementando el número de compradores y consumidores en amplia variedad de mercados.

Por su parte, los sistemas de comunicación por cable también han logrado encontrar una posición relevante entre las elecciones del consumo de medios. Actualmente existen más de 500 canales que transmiten por esta vía; la televisión por cable o digital está dentro del sistema de vida de más del 95% de la población estadounidense. La rapidez con la que este medio ha multiplicado su audiencia puede percibirse a través de los cambios ejercido en menos de 15 años: De 15.5 millones en 1980, la cifra se elevó a 60.28 millones para 1995. Reportes recientes afirman que en el año 2001 la población adulta de este país dedicó un promedio de cuatro horas diarias a ver a la programación televisiva. (10)

Ante la abundancia de medios y su fácil acceso para obtener todo tipo de información (aún la no deseada), el mensaje pasa a segundo término dando lugar a la confusión y desinformación. Precisamente, ese cuantioso surgimiento de medios es

tema de discusión entre los estudiosos de la comunicación, quienes cuestionan la validez entre lo que el público lee, oye o ve. Al respecto, *Close up Foundation* asegura que los críticos de la *new media* creen que la tremenda carga de información ahora disponible 24 horas al día abruma a la población ante la amplitud de medios, pero la deja “muy por debajo de sus necesidades, en cuanto a contenido”. (11)

2.1.3. El mensaje informativo.

Gran fuente de dominio e influencia lo constituyen los conglomerados en el mercado de los medios masivos de comunicación, ejerciendo gran control sobre el público. Cómo emitir una noticia o información, la actitud a adoptar ante diversos sucesos o hechos públicos, así como la cultura popular y todo aquello que condicione el comportamiento de esta sociedad, en gran medida está determinado por esta industria.

De acuerdo con Bagdikian, autor de *The Media Monopoly* y exeditor nacional del *Washington Post*, las prácticas utilizadas por aquellos en control de los medios para enviar mensajes, estarán condicionadas por dos "antiguos" motivos: dinero y poder. (12)

Tras haber mencionado la evolución de las exorbitantes alianzas de los entonces monopolios de la industria y ahora megapolios, es evidente que los recursos de los medios de comunicación --concentrados en unas cuantas manos-- son inagotables y cuantiosos por lo que no es complicado hacer llegar el mensaje que la industria emite y que tiene como blanco de recepción a los 287 millones de habitantes en Estados Unidos, sin incluir la resonancia que éste conlleva a nivel mundial. Sexo, violencia y pornografía es el común denominador emitido, independientemente del medio que lo transmita, sin dejar de lado la pesada carga de consumismo adherida en cada una de las señales que se difunden. Aunado a lo anterior, la *New Media* ha traído consigo otra serie de preocupaciones manifestadas entre ciertos sectores de la población: la veracidad de la información manejada, la clase de mensajes que se emiten pero, sobre todo: el control de la vida privada.

2.1.4. Contenido del mensaje.

El siguiente ejemplo ilustra el tono de los mensajes transmitidos a la totalidad del público estadounidense, incluyendo inmigrantes de todas las razas. El párrafo a mencionar es parte de una entrevista conducida por *Diane Sawyer*, una de las figuras de la noticia mayormente reconocida en la televisión de Estados Unidos -y la primera mujer presentadora en haber firmado un contrato de exclusividad por 7 millones de dólares- a *Marla Maples*, ex esposa del billonario hombre de negocios, *Donald Trump* ocurrida a través de *ABC News*, estación televisiva sintonizada cada mañana por gran número de espectadores quienes recurren a esta fuente para enterarse de las “noticias” del momento:

"Muy bien, ¿cuál es realmente el mejor acto sexual que hayas tenido?". Esta fue la pregunta de la popular presentadora de noticias y periodista, *Diane Sawyer*, hiciera en entrevista televisada en horario *prime time* a la ex señora de Trump en evidente

alusión a la relación vivida con el controvertido multimillonario.

Por más de quince años nos hemos alejado del Periodismo verdadero hacia la creación de la cultura de lo peor en info-entretenimiento, donde las divisiones entre *Oprah*, *Phil*, *Geraldo*, *Diane*, incluso *Ted* (**); el *New York Post* y *Newsday* son frecuentemente difíciles de diferenciar. En esta nueva cultura del periodismo sensacionalista, enseñamos a nuestros lectores y espectadores que lo superficial tiene significado, que lo amarillista y fuera de contexto tiene más relevancia que las verdaderas noticias. No servimos a la población, la complacemos. Y la consentimos dándole lo que creemos que quiere y lo que calculamos venderá e incrementará los ratings o número de lectores [...]. El papel del periodista, es desafiar al público, no entretenerlo. (13)

Junto a este proceder periodístico está la determinante presencia de los dueños de la industria de la comunicación, quienes se encargan de que cada uno de sus medios --llámense estaciones de radio, televisión, revistas, periódicos, tabloides, empresas en comunicaciones o recursos en Internet-- sirva a sus propios intereses, los cuales van reforzados en el contenido del mensaje, rechazando todo aquello que vaya en contra de sus normas previamente establecidas. Una encuesta realizada en la década de los 80 por la Sociedad Americana de Editores de Periódicos, reportó que el 33 por ciento de todos los editores empleados de cadenas periodísticas admitieron que no se sentían libres de publicar información que perjudicara a los propietarios de su compañía o a sus aliados.

Lee y *Solomon*, dos periodistas independientes, destacan que los años han pasado desde que esa encuesta fuera aplicada y en la actualidad siguen al frente los mismos propietarios, sólo que con mayor fuerza que antes, pues han expandido y concentrado su poderío y control.

2.1.5. Entretenimiento y consumo.

El campo cinematográfico es uno de los medios mayormente reconocidos a nivel mundial que aporta gran dosis de esa violencia, sexo, desnudos y adulterio, sin olvidar la música y el lenguaje en donde abundan los excesos y libertinaje para transmitir ideas o emociones a fin de seguir consecuentes con la vapuleada y siempre exaltada libertad de expresión.

Hay que recordar que es el cine el medio de comunicación que cuenta con una amplia audiencia juvenil --un tercio de la población-- por su alcance a nivel masivo, caracterizada por una mezcla de público en general, no sólo juvenil, sino de todas las edades, sexos y nacionalidades, las cuales convergen a través de este medio de difusión en dónde aún cuando se desconozca el idioma, las imágenes que ofrecen las salas cinematográficas resultan la vía inmediata de acercamiento a la cultura, costumbres e idioma de un país; cultura que se reafirma o estereotipa cuando se producen películas en masa, como lo hace Estados Unidos .

De acuerdo con *Beker*, citado por *Steyer* en su libro, *The Other Parent*, señala al

igual que otros estudiosos del tema que la única medida válida en los medios son *ratings*. Añade que no hay gobierno o entidad que cuestione la poderosa Industria de los medios de comunicación: "La única audiencia que realmente interesa son los accionistas". (14)

Concluyendo este apartado sobre el manejo de mensajes en los *mass media*, finalizamos con la siguiente declaración hecha por McChesney, investigador de los medios de comunicación, quien sintetiza elocuentemente el fin de la transmisión de estos mensajes:

"...No es casual que el historiador de los medios masivos Robert McChesney mencione que los recortes en noticias y programas 'informativos' sean deliberados, dado que las compañías propietarias y en control de los medios quieren mantenernos en nuestro mundo privado, aislarnos del dolor de otra gente y del conocimiento acerca del mundo. Ellos prefieren tranquilizarnos, relajarnos y entretenernos. Lo he escuchado en varios discursos describir la filosofía de la media dominante sobre los ordinarios espectadores, lectores y radioescuchas en simples palabras: Cállense y compren". (15)

2.2. El español como vínculo integral de los hispanos en Estados Unidos.

De acuerdo con la descripción antes realizada sobre la relevancia del español en Estados Unidos, resulta fácil imaginar que tal condición pone en ventaja a la población hispana al poder comunicarse en su propio idioma en un país angloparlante. En la práctica ocurre lo contrario, dada la infinidad de situaciones que enfrenta esta lengua y sus hablantes --algunas de las cuales fueron antes mencionadas-- lo que retrasa el proceso de integración social del individuo mismo que se ve aún mayormente afectado ante su total desconocimiento del inglés.

Antes de continuar, se debe establecer como parte de la integración del inmigrante su inmersión en la vida cotidiana anglosajona, no sólo como parte activa de la vida laboral o fuerza productiva estadounidense, sino en cada uno de los engranajes que integran su organización sociocultural. Debido a la infinidad de nacionalidades que componen la población hispanoparlante en Estados Unidos, resulta arriesgado confiar totalmente en la lengua como una aliada que aligerará la adaptación en la nueva sociedad, si se considera que el español que se practica no sólo está salpicado de *spanglish*, sino también de dialectos, entendiéndose por éstos tal y cual lo define el diccionario Pequeño Larousse Ilustrado: "*Variedades regionales de una lengua , coexisten con las lenguas los dialectos, formas que tienen igual origen que la lengua, pero se distinguen de ella por particularidades de vocabulario, fonética y gramática, y que no han tenido fuerza política, tradición ni literatura bastantes para vencer la preeminencia de la lengua nacional , ni aún para mantener su propia unidad*". (16)

Los dialectos varían de región a región y conforme la forma de vida de quienes los practican; por ejemplo, el español hablado por los cubanos está clasificado como español-caribeño, el cual utilizan tanto en la vida diaria como profesional mezclado con frases en inglés y de esta forma los escuchamos comentar: "A mí no me parece justo que a algunos les den un aumento, *and those of us who don't get a raise*, somos los que más trabajo hacemos, ¿tú comprendes?". (17)

Asimismo, cubanos y puertorriqueños comparten similitudes en la práctica del español en Estados Unidos: además de establecer diálogos similares al anterior, los segundos agregan el uso de palabras pertenecientes a los dialectos *taino* y *afroantillano* los cuales se siguen hablando en la Isla y llegaron a Estados Unidos con los primeros inmigrantes puertorriqueños. Algunas de esas palabras quizá para otros inmigrantes de origen hispano son conocidas, pero utilizadas en otro contexto, como *grifería* o *pasa* para referirse al cabello rizado; *mondongo*, sopa tradicional en Puerto Rico a base de las vísceras de la vaca que su equivalente en México sería la *panza* o *menudo* y un ejemplo más es el popular *guineo*, que no es otra cosa más que la fruta que los mexicanos conocemos como plátano.

En Chicago, al interior de la comunidad hispana existen infinidad de sonidos fonéticos para nombrar una persona o cosa, lo que contribuye a la fácil distorsión del mensaje. En relación a lo anterior, *David Berlo* en "El Proceso de Comunicación" señala que la comunicación se encuentra relacionada con la organización social en tres formas distintas: (18)

1. "*Los sistemas sociales se producen a través de la comunicación*".

La comunicación aumenta las probabilidades de semejanza entre las personas y aumenta las posibilidades de que la gente pueda trabajar junta para lograr un objetivo. La asignación de una posición, la especificación de las conductas del rol, la enseñanza de modos normativos de conducta, todo ello se lleva a cabo a través de la comunicación. Cabe decir que la posibilidad de comunicación aumenta las probabilidades del desarrollo social.

2. "*Una vez que se ha desarrollado un sistema social, éste determina la comunicación de sus miembros*". Posiblemente lo más importante de todo son las formas en que el sistema afecta el modo en que los miembros tratan sus mensajes, la imposición de normas de grupo se produce a menudo en el área del tratamiento de un mensaje.

Berlo explica que existe lo que llama "estilo de sistema", una manera muy peculiar de encodificar y decodificar mensajes entre los individuos de un sistema determinado. "Esta organización, desarrolla formas de hacer las cosas, formas de hablar sobre las cosas. Estas conductas normativas son impuestas a los miembros de un sistema. El fracaso en su cumplimiento, en el ajuste a los *standards* del grupo, origina castigo y rechazo".

Si tomamos en consideración la premisa anterior, entonces comprenderemos por qué el hispano (en comparación con el inmigrante europeo) se queja de un constante rechazo o discriminación no sólo racial, sino comunicacional, la que percibe desde el momento que no puede establecer contacto con el medio ambiente que lo rodea, formando una barrera que se agiganta al no tener conocimiento de la lengua predominante en un sistema establecido, en este caso el inglés.

3. "*La comunicación influye en el sistema social y éste, a su vez, influye en la comunicación*". Sobre la relación entre organización social y comunicación, Berlo

describe que: "Los funcionamientos de un sistema pueden ser utilizados para pronosticar de qué modo se habrán de conducir sus miembros. El conocimiento de un sistema social puede ayudarnos a hacer predicciones acertadas sobre la gente, sin necesidad de empatía, sin necesidad de interacción, sin conocer sobre las personas más que los roles que desempeñan en el sistema". (19)

Sumado al cúmulo de condiciones adversas, la mayoría de las veces el inmigrante hispano no tiene un conocimiento previo del funcionamiento del sistema social al que pretende ingresar (*american way of life*), y está muy lejos de aplicar o asumir predicciones acertadas acerca de la gente que integra la sociedad norteamericana, a la que conoce sólo a través de las producciones de *Hollywood*. Ante tan limitada perspectiva, su proceso de adaptación resultará pesado y dificultoso. Una vez que entra al código comunicativo practicado en su propia comunidad se apega a él de manera inequívoca tal y cual lo describe Berlo, como una forma peculiar de encodificar y decodificar mensajes.

A través de este procedimiento, encontramos que para que se dé una interdependencia entre el sistema social norteamericano y la comunicación creada entre los hispanos es necesario que exista una conducta uniforme y conocimiento mutuo de cada una de estas partes, la cual, en principio, ni siquiera existe, pues es mínimo el número de inmigrantes hispanos que llegan a Estados Unidos comunicándose en inglés.

De acuerdo con el modelo de Berlo, la comunicación debe contener cuatro principios básicos para que el mensaje sea captado:

1) Sencilla, coherente y encaminada a un objetivo; 2) Dicho objetivo debe dar como resultado una conducta en el receptor; 3) Debe ser concreta, sin divagaciones a fin de obtener la respuesta deseada, y 4) Berlo señala que debe hacerse en forma clara, pues no podríamos establecer comunicación alguna hablando lenguas distintas del ámbito que nos rodea. (20)

Es evidente que existe un denominador común entre los diversos grupos étnicos integrantes de la comunidad hispana: la lengua española. Aunque se desarrolla en medio de un caos gramatical y disertaciones para encontrar el verdadero significado de una palabra, pues mientras que para un puertorriqueño existe la *gua gua* para referirse a un vehículo de transportación pública, a un mexicano hay que hablarle del *camión* para que comprenda el significado términos diferentes.

El ejemplo anterior ilustra la diferencia entre el significado y verdadero sentido que toma la comunicación entre hispanoparlantes en este país, la cual se establece de acuerdo al contexto que le rodea dando al lenguaje un significado connotativo; es decir, la comunicación se da en gran parte de acuerdo a la cultura y sistema social en el que se desenvuelve. Pese a lo anterior este grupo logra establecer su lazo de unión a través del Español demostrando finalmente que las diferencias sustanciales dentro del mismo idioma, están en el léxico, la entonación y el ritmo, tal y como lo señala el estudio realizado por la profesora *Leonora Hayes*. (21)

Asimismo, existen otros factores culturales en común que hacen afines a todos los inmigrantes y que al externarse establecen lo que Berlo llama, "el conocimiento previo de los elementos que componen una organización social", la que una vez alcanzada permitirá predecir ciertas conductas facilitando la creación de un canal o medio de comunicación que funcione de enlace entre el inmigrante hispano y la nueva sociedad a la que pretende adherirse.

2.3. Medios de Comunicación en Chicago, Illinois.

A fin de ubicar el marco contextual bajo el que se desenvuelven los medios de comunicación locales iniciamos mencionando los impresos. En Chicago son oficialmente reconocidos cinco periódicos diarios: el *Chicago Tribune* con un tiraje al día de aproximadamente medio millón 578 mil 706, establecido hace más de 150 años; *Chicago Sun Times* con 468, 170 ejemplares diarios; *Daily Herald* con circulación de 157 mil 035, sin dejar de mencionar las 18 publicaciones que distribuye en diversos suburbios de la zona conurbana de periodicidad diaria; *Daily Southtown* con 50 mil 859 ediciones diarias y *Chicago Daily Defender* con producción diaria de 14 mil 429 ediciones.

Asimismo, están registradas otras 50 publicaciones denominadas comunitarias algunas de las cuales son impresas en otros idiomas dependiendo de la comunidad para la que se publique o son bilingües teniendo como idioma alterno el inglés. *Polish Daily News* está dirigida a la comunidad polaca o *La Raza y Exito!*, impresos en español. Existen también los medios más especializados o dedicados a lectores más específicos en áreas de negocios, leyes, entretenimiento, arte y música; entre éstos están *Bar Fly*, *Crain's*, *Chicago Business* y *Chicago Educator*. Sectores aún más determinados de la población como los homosexuales o gay, las lesbianas, bisexuales y transexuales también encuentran una vía de expresión a través de *Nightlines*, *Chicago Free Press*, *Windy City Times*, *Outlines* y *Gay Chicago*. (22)

En cuanto a servicios noticiosos la ciudad recibe información de diversas agencias internacionales como *Associated Press*, *Copley News Service*, *Feely News Bureau*, *Illinois News Network*, *Knight-Ridder News Service*, *KRF Global News*, *Reuter Information Services, Inc.*, *Tribune Media Services*, *Tribnet* y *United Press International*.

En lo tocante a medios electrónicos, cuenta con más de 30 estaciones comerciales en la radio local, que incluyen música de Jazz, Blues, Clásica, Hip-Hop, Rap y Gospel. Diversas culturas e idiomas están manifestadas a través de estas radioemisoras, dependiendo de la comunidad a la que emitan su mensaje y de esta manera se puede escuchar programación en diversos idiomas, incluido el ruso y japonés; algunas otras difunden sólo servicios noticiosos las 24 horas del día.

La televisión local tiene un formato similar al de las emisoras en inglés y español, con programación cultural a través de PBS. Las señales que identifica en la pantalla chica son: CBS Canal-2, NBC Canal-5, ABC Canal-7, FOX Canal-32, PAX Canal-38, TEL Canal-44 (en español), WB Canal-9, PBS Canal-11, WFBT Canal-23, WCIU Canal-26, UPN Canal-50, WJYS Canal-62 y UNI Canal 66; éste último transmite en español. (23)

Es importante recordar que los datos anteriores sólo reflejan los medios de comunicación localizados dentro de la misma ciudad de Chicago, sin considerar aquellos ubicados en zonas aledañas a la región conurbana o en el mismo estado de Illinois, uno de los más grandes en Estados Unidos.

2.4. Medios de comunicación en español locales.

Los medios de comunicación en español están incluidos dentro de la lista que el gobierno oficial describe como medios comunitarios, basada en número de circulación se menciona al *Extra* y *Lawndale News* en la categoría de bilingües (inglés-español). Por otra parte, se encuentran *La Voz de Chicago* y *La Raza* escritos en español y publicados semanalmente. *La Raza* es el periódico más antiguo en español con cerca de 35 años de ser distribuido con un tiraje actual de 150 mil ejemplares. *Éxito!* es el tabloide de más reciente aparición en Chicago y se distribuye gratuitamente con un tiraje de 85 mil ejemplares semanalmente.

Los medios impresos aquí mencionados en su mayoría son adquiridos en sociedad perteneciendo la mayor parte de las acciones a angloparlantes. *La Raza* -- periódico con mayor antigüedad y de origen latino-- a inicios del nuevo siglo pasó a ser propiedad judía-americana. En lo que toca a *Éxito!*, publicado por el monopolio que imprime el *Chicago Tribune* y otros periódicos a nivel nacional, anunció el pasado 2003 su desaparición semanal y gratuita para dar paso a *Hoy* que ya se publica diario desde septiembre del 2003 con un costo de 25 centavos de dólar.

La radio está representada en la actualidad por dos estaciones en la banda de frecuencia modulada y cuatro en amplitud modulada, sin descartar las estaciones independientes en las que cada productor o presentador compra espacio a través de patrocinadores. FM-105.1 y 107.9 transmiten la mayor parte del tiempo música regional y tropical, predominantemente mexicana. Lo mismo ocurre en las sintonías de ampliación modulada. En fechas recientes, las emisoras en español se han multiplicado, ya que *Hispanic Broadcasting Corporation* ha desplegado gran actividad a nivel nacional. Esta empresa es propietaria de 65 estaciones radiales que transmiten en español en 17 de las 25 ciudades consideradas con mayor número de hispanoparlantes, colocándose a la cabeza de este mercado. (24)

La televisión en Chicago y la zona conurbana está representada por dos cadenas televisivas; WSNS Canal-44 perteneciente a la Cadena Telemundo y parte integral de la firma norteamericana *NBC*, monopolio en el cual participa *General Electric*. La cadena Telemundo cuenta con 15 estaciones de televisión y 32 afiliadas y dista en gran proporción de alcanzar a la cadena Univisión, que mantiene el liderazgo televisivo en español en Estados Unidos. Univisión transmite en Chicago a través de WGB0 Canal-66 y a nivel local se mantiene al frente del mercado de habla hispana. En Los Ángeles, California, es reconocida como la emisora con el mayor número de audiencia entre los 18 y 49 años de edad. Su industria incluye 50 estaciones de televisión, 43 afiliadas, la cadena de televisión por cable, Galavisión --con más de 6 millones de suscriptores--, Telefutura --emisora con 16 estaciones--, los estudios de grabación Latino y sus más recientes avances se han realizado en sitios de Internet.

Univisión inició como una cadena internacional de televisión en español en 1961 bajo la dirección de Emilio Azcárraga.

La competencia entre *Telemundo* y *Univisión* en Estados Unidos resulta marcadamente desigual, ya que ésta última captura del 80 al 85 por ciento del mercado hispano. (25)

En mayo de 2003 fue dado a conocer por la Comisión Federal de Comunicación en Estados Unidos el acuerdo entre *Hispanic Broadcasting Corporation*, la mayor cadena radiodifusora que transmite en español, y la cadena Univisión para formar una alianza empresarial por tres billones de dólares, propuesta que se mantiene pendiente. Al darse a conocer públicamente dicho convenio fueron numerosas las reacciones que despertó. Para las esferas políticas del país representó una seria amenaza, ya que de ser aprobada se convertiría en el conglomerado de medios de comunicación en español más grande de Estados Unidos. Aunque esta alianza se ha visto obstaculizada por la representación demócrata en el Congreso de Estados Unidos pues se atribuye a un militante republicano, *Jerry Perrenchio*, la propiedad de Univisión lo que preocupa al partido opositor dado que argumenta, dicha fusión resultaría en monopolización y control total de los mensajes dirigidos a los 35 millones de hispanos por parte de los republicanos. Sin embargo esta alianza no puede compararse a las inversiones realizadas por los megapolios de la industria en inglés.

Por ejemplo, *Viacom* es valorada en 74 billones de dólares, mientras que Univisión registra un valor de 7 billones. Para tener una idea de lo que representa un billón de dólares, sirva decir que Estados Unidos puede comprar alrededor de 10 a 15 aviones de guerra F-16 altamente equipados o, que significa el salario mínimo (10 mil dólares anuales) de 100 mil personas en un año. Por su parte *Clear Channel Communications Inc's.*, aglutina 1,200 radiodifusoras; *Hispanic Broadcasting Corporation* cuenta con 69, además de ser proveedor de programación en español para la cadena *XM Satellite Radio* y controlar diversos sitios bilingües en Internet. (26)

2.5. Prensa Escrita.

A fin de ubicar la experiencia profesional en el que se basa esta memoria la cual se desarrolla concretamente dentro del marco de la prensa escrita, seguidamente se presenta un marco contextual de este medio de difusión en Chicago y áreas vecinas, lo que constituye la zona metropolitana.

De acuerdo con las clasificaciones de mercado (*rating*), la televisión cuenta con el mayor número de audiencia dentro de la población hispana. Por su parte, los resultados de la mercadotecnia señalan que la publicidad destinada a los medios hispanos va encaminada primeramente a la televisión y después a la radio, lo que suma entre ambas 88 por ciento del presupuesto total y el resto, según los conocedores de la materia, va destinado a los periódicos en una mínima parte. (27)

La anterior afirmación es respaldada por los corredores en la bolsa de valores estadounidense, quienes, en su interés de vender acciones a los involucrados en esta

industria, les recomiendan en su reporte de presentación de ventas a la televisión en español como una gran inversión para la compra de acciones, destacando en ella "su habilidad" para incrementar los ingresos debido a su amplio y acelerado campo de expansión y mínima competencia. Su argumento de venta a favor de la TV en español es que en comparación con la televisión en inglés, le lleva 1,000 puntos básicos de ventaja mientras que la radio en español, comparada con la radio en inglés, "sólo" ha sido capaz de crecer a una velocidad de 300 puntos básicos. (28)

Por su parte, aquellos relacionados directamente con los medios impresos de comunicación como la propietaria del diario *La Prensa*, en Nueva York, Rosanna Rosado, argumenta que Univisión ha hecho un magnífico trabajo convenciendo a los anunciantes norteamericanos con la vieja y trillada frase de que los latinos no leen, aún cuando el crecimiento de esta industria crece a pasos agigantados a nivel nacional. Chicago es prueba de ello. El semanario *Éxito!*, perteneciente al grupo integrado por el *Chicago Tribune*, desapareció a partir de septiembre de 2003 para dar paso a *Hoy* que se publica cinco días a la semana. Dicha iniciativa ha sido anunciada en otras entidades de la Unión Americana como Dallas, donde Belo también lanzará en septiembre *Al Día* publicado seis días a la semana. El mismo patrón de *Hoy* seguirá *Fort Worth Star-Telegram*, que publicará *La Estrella* cinco días a la semana.

El anuncio de nuevas publicaciones diarias a nivel nacional y la sobrevivencia de 15 semanarios en español registrados en la zona del medio-oeste de Estados Unidos (incluido Chicago) anulan ese viejo estribillo de que los hispanos no leen, el cual nunca va más allá de tal aseveración.

Uno de los propósitos de este trabajo es demostrar la necesidad de un diario en Chicago --no sólo semanarios, publicaciones quincenales o mensuales-- conducido por y para la población de habla en español, así también presentar un marco de referencia para aquellos profesionales de la materia interesados en una experiencia similar, por lo que no sin cierta satisfacción se puede comprobar que al mismo tiempo que esta investigación se escribe, también surgen diversos acuerdos dentro de los medios de comunicación en español y se vislumbra un amplio campo de acción en este mercado abierto a todo aquel que cuenten con las herramientas de preparación más adelante planteadas.

2.5.1. Composición y ubicación de los hispanos en Chicago.

Con el propósito de identificar a nuestra población de estudio, a partir de este apartado el presente trabajo se enfocará al estado de Illinois, concretamente en la zona metropolitana de Chicago, lugar donde se desarrollan los acontecimientos que constituyen esta Memoria de Desempeño Profesional. Cabe recordar que Illinois está considerado entre los cinco estados con mayor población hispanoparlante y es Chicago donde se concentra un alto porcentaje de los mismos.

Chicago alberga al 92 por ciento del total de la población latina colocándose en segundo lugar a nivel nacional, después de Los Ángeles, California, con el mayor número de inmigrantes mexicanos. Los hispanoparlantes no han permitido que la

impresionante arquitectura de "La Ciudad de los Vientos" --como popularmente se le conoce-- les intimide con sus enormes edificios rascacielos, que lo mismo sostienen construcciones antiguas que modernas. Pese a sus muchas limitaciones, se han sobrepuesto a ese mar avasallador y han venido a constituir en el presente una de las minorías más grande y representativa en Estados Unidos. La información más fresca señala que han desbancando a la población afroamericana que se había mantenido como la minoría más fuerte en número; hoy en día, sólo representa el 12.7 por ciento contra el 13 por ciento que conforman los hispanos, parte importante de la fuerza productiva de este país.

Chicago se localiza en la región medio-oeste de Estados Unidos y registra una de las más altas tasas poblacionales, así como uno de los niveles más altos de desarrollo industrial. Huellas del pasado forman su historia presente, lo que la convierte en una atractiva ciudad tanto para inmigrantes como para los propios nacionales y turismo en general que eligen a "La Ciudad de los Vientos" como centro de reunión para viajes de placer y reuniones de negocios, además de contar con el centro de convenciones más grande del Mundo, el *McCormick Place*.

Debido a la demanda de visitantes que llegan cada día a Chicago existen las más modernas vías de comunicación por tierra, aire y mar como el Aeropuerto Internacional O'Hare, considerado como el más transitado del Mundo, lo que nos da una idea de su desarrollo cotidiano. Cultura, recreación, entretenimiento, playas (situado en la desembocadura con el Lago Michigan) y otras muchas actividades que en algunos casos pudieran resultar extravagantes se encuentran en esta ciudad, y en cada una de ellas se puede percibir la presencia del inmigrante hispano.

2.5.2. Demografía.

Cuatro son los condados a nivel nacional que registran mayor concentración de hispanoparlantes son *Los Angeles County, California; Miami Dade County, Florida; Harris County, Texas* y por último el *Cook County* en Illinois, los que suman un total del 22 por ciento de esta población instalada en Estados Unidos.

Según William Frey, demógrafo en la Universidad de Michigan, sólo 21 áreas metropolitanas a nivel nacional están verdaderamente compuestas por una diversidad racial. Frey las define como regiones que tienen por lo menos dos grupos minoritarios con una tasa mayor que la del promedio nacional. Chicago, Nueva York y Washington-Baltimore están en esas categorías.

Chicago está comprendida dentro del Condado de Cook, objeto de este estudio. Cuenta con una población de 3 millones de habitantes. Con base en la *Census Bureau Office*, entre la década de 1990 al año 2000 la población latina en este estado se incrementó en un 69 por ciento; su desarrollo fue exorbitante, si se compara con el registrado entre la población no hispana durante el mismo lapso de tiempo, el cual fue de sólo 3.5%. En 1990 se registraban en el estado poco más de 900,000 ya en el 2000, la cifra rebasó el millón y medio. Actualmente, los hispanos componen el 12.3 % de la población en Illinois. (29)

Asimismo, la ubicación de los hispanos o lugares de residencia se ha expandido hacia seis condados de Illinois concentrados mayoritariamente en el condado de *Cook*, marcando la diferencia en comparación con otros estados de la Unión Americana, en donde se les localiza sólo en zonas bien delimitadas y precisas. Mientras que un 62 por ciento de los no latinos viven en el área metropolitana de Chicago, en contraste, el grupo hispanoparlante representa el 92 por ciento de esta población apostada en la misma zona, sobrepasando el millón; por tanto, uno de cuatro residentes en Chicago es de origen latino. Así también se registra como una de las poblaciones más jóvenes en relación con los no latinos, con edad promedio de 25 años o menos, comparados con una media de 36 años entre los no pertenecientes a este grupo. (30)

En otras facetas de la vida norteamericana su número y presencia se refleja. La población en edad escolar ha visto un incremento del 16% en relación con la década de los 90 y es en el condado de *Cook County* donde se registra la población más alta con casi 300,000 niños de origen hispano. En Chicago, uno de cada tres niños en edad escolar pertenece a este grupo, del total de esta población casi un millón habla español y sólo cerca de 24 mil, hablan un poco de inglés. (31)

Uno de cada cinco residentes en Chicago es inmigrante y según el reporte emitido por el Instituto de Asuntos Metropolitanos de la Universidad Roosevelt en esta ciudad, la economía de la entidad depende en gran medida de esta fuerza productiva mayoritariamente representada por mexicanos, quienes, como señala Rob Paral -- coautor de este estudio-- ellos desempeñan un papel fundamental. De las 268 mil 718 posiciones laborales existentes en 1990, 252 mil 049 fueron ocupadas por obreros inmigrantes, de las cuales la porción mexicana perteneciente al grupo hispano ocupó más de la mitad realizando labores de carga o trabajos pesados no especializados. Dentro del mismo periodo, la población nativa se jubiló o simplemente abandonó estas vacantes, las que fueron ocupadas por mano de obra inmigrante, el número de trabajadores blancos decreció a 111 mil 427, es decir, 4.7 por ciento comprobando la afirmación de Paral: Si no hubiera sido por los inmigrantes, la fuerza laboral hubiera sufrido bajas. (32)

A esta información se suma el comentario del Mayor de la ciudad de Chicago, *Richard Daley*, en apoyo a la propuesta de ley que permitiría legalizar a trabajadores inmigrantes: "Si dijéramos: todos los inmigrantes van a ser deportados, entonces todas las compañías deberán cerrar". (33)

2.5.2.1. Diversidad cultural.

"Chicago will give you a chance. The sporting spirit is the spirit of Chicago."
Chicago te dará la oportunidad. El espíritu deportivo es el espíritu de Chicago.

Lincoln Steffens.

Estados Unidos es el país de la "libre competencia" y Chicago es la ciudad de las competencias, las que inician entre sus propios habitantes.

La población de Chicago está compuesta por toda una gama de razas, culturas y colores; encabezan la lista 907 mil 166 habitantes, pertenecientes al grupo de los blancos (nativos descendientes de alemanes, ingleses, irlandeses y europeos en general), seguidos en número por los hispanos (grupo étnico que incluye todo nativo de Latinoamérica y España) con alrededor de millón y medio. Le siguen los afroamericanos con una mínima diferencia en número que los hispanos (originarios de distintas partes del Continente Africano y descendientes de los mismos); seguidamente están los asiáticos, que agrupa a chinos, japoneses e hindúes, así como a los provenientes de las Islas del Pacífico con una población que sobrepasa los 200 mil; con un porcentaje de casi 5 mil están los norteamericanos originales (indios) y 4 mil 331 de razas diversas.

Predomina el género femenino con 51.5 por ciento contra 48.5 por ciento de población perteneciente al sexo masculino. “La Ciudad de los Vientos” cuenta con una población en la que el 18.4 por ciento se encuentra entre los 25 y 35 años de edad, seguidos por un 11.4 por ciento de integrantes, entre los 45 y 54 años, ocupando el tercer lugar aquellos entre los 20 y 24 años de edad con 8.3 por ciento del total de sus habitantes. El promedio de los miembros de una familia oscila entre el 3.5 miembros. (34)

De acuerdo con Juan Andrade, director ejecutivo de Registro Electoral para la zona del medio-oeste, la comunidad hispana en Chicago ha sido el punto de encuentro entre la cultura hispana y la estadounidense. Estados Unidos ha cobijado en cada una de sus regiones ciertos grupos étnicos bien definidos en Florida, los cubanos; en Nueva York, los puertorriqueños, sumándose a ellos recientemente los dominicanos; en California los mexicanos; empero, Chicago ha recibido a más de 22 nacionalidades distintas que hablan español, incluyendo las antes mencionadas, se suman guatemaltecos, argentinos, peruanos, chilenos, bolivianos y españoles, todos ellos constituyen la minoría hispana.

A nivel nacional, son los mexicanos quienes encabezan el mayor contingente, en Chicago también encabezan la lista como mayoría hispanoparlante, con un porcentaje del 69%, del total de la población; seguidos en número con un 17 % de puertorriqueños y el 14 por ciento restante está compuesto por inmigrantes de Guatemala, El Salvador y el Caribe.(35)

Pies de página.

- 1) Close up Foundation, Current Issues Critical Policy Choices, tr. Elizabeth Q.K.V. (VA, 2003), p.146.
- 2) Ibidem., p.134.

- 3) *Ibid.*, p.135.
- 4) M.L. De Fleur, Teorías de la Com.Mas. (Buenos Aires, 1976), p.167.
- 5) *Ibid.*, p.172.
- 6) Universidad de Minnessota, Communication., tr. Elizabeth Q.K.V. (Sep.2003), <<http://www.mediahistory.umn.edu/about.html>>.
- 7) Lee A. Martin & Solomon Norman, Unreliable Sources (A guide to detecting Bias In News Media)., tr. Elizabeth Q.K.V.(New York, 1990), p.71.
- 8) James P. Steyer, The Other Parent (The Inside Story of The Media's Effect On Our Children). , tr. Elizabeth Q.K.V. (New York, 2002), p.29.
- 9) Angela Power, et al. Media Diversification: Is Bigger Better After All? ., tr. Elizabeth Q.K.V., (Oct.,2003), <www.tukkk.fi/mediagroup/5wmec%2001papers>
- 10) Ryan Eddy, January 20, 1980---A date to remember. , tr. Elizabeth Q.K.V., (Sep. 2003), <<http://nova.bsuvc.bsu.edu>>.
- 11) Close Up, op.cit. , p.142.
- 12) B.H., Bagdikian, *cit pos.*, Lee A.Martin &..., Unreliable Sources" (A guide to detecting Bias In News Media), p. 98.
(**) Todos ellos famosos conductores de *talk-shows*.
- 13) Carl Bernstein, The Idiot Culture.The Media and the Public. , tr. Elizabeth Q.K.V. (NY, 1994), p.87.
- 14) Beker, *cit. pos.*, James P.Steyer, The Other Parent, p.125.
- 15) Danny Schechter, Globalization Limits Media Change., tr. Elizabeth Q.K.V. (July 26, 2000), <[www.globalissues.org/human rights/media/usa](http://www.globalissues.org/human%20rights/media/usa)>.
- 16) "Pequeño Larousse Ilustrado", Ediciones Larousse. (Méx. 1979), p.356.
- 17) Lenora M. Hayes, Managing Spanish Dialectal Differences within the Transitional Bilingual Education Classroom. , tr. Elizabeth Q.K.V. (Agosto, 2003), <www.arches.uqa.edu/~hayes/spanish>.
- 18) David K. Berlo, El Proceso de la Comunicación: Introducción a la Teoría y la Práctica. (Buenos Aires, 2000), p.129.
- 19) *Ibid.*, p.131.
- 20) Florence Toussaint, Crítica de la Información de Masas. (Méx.1988), p.35.

- 21) Hayes, *op. cit.*,
- 22) Universidad de Chicago, *Chicago Life: Newspaper.* , tr. Elizabeth Q.K.V. (July, 2003), <www.chicagolife.uchicago.edu/real/news_sources>.
- 23) City of Chicago, *Chicago Fact Book Communication.* , tr. Elizabeth Q.K.V.(Agosto14, 2003),<www.cityofchicago.org/PlanAndDevelop/ChgoFacts/Commun.html>.
- 24) *Hispanic Broadcasting.* , tr. Elizabeth Q.K.V. (July 29, 2003), <www.HispanicBroadcasting.com/overview_timeline.htm>.
- 25) Frank Ahrens y Krissah Williams, *Spanish-Language Media Expand.*, tr. Elizabeth Q.K.V. (Agosto 11, 2003), <www.hispanicbusiness.com>.
- 26) Fox News, *Hispanic Television Merger Riles Democrats.* , tr. Elizabeth Q.K.V. (Mayo 30, 2003), <www.foxnews.com>.
- 27) Jack Meyer, *Exclusive: Hispanic Ad Spending Data Forecasts.* , tr. Elizabeth Q.K.V. (Marzo 18, 2003), < www.jackmyers.com>.
- 28) Morgan Stanley, *The Hispanic Media Story.*, tr. Elizabeth Q.K.V. (Junio 7, 2002), < www.nalip.org/docsMorganStanley-Hispanicmedia.pdf >.
- 29) USA, *Census Bureau.*, tr. Elizabeth Q.K.V. (Julio, 2003), <www.census.gov/population/www/cen2000/briefs.html>.
- 30) Ver Gráficas.
- 31) Latino Research University of Notre Dame, *Lat.Pop.in IL and Met. Chicago: Young and Growing Fast!*, tr. Elizabeth Q.K.V (May, 2003) Vol.1, No.1.
- 32) Kevin Davis, *Hispanics emerge as labor force.* , tr. Elizabeth Q.K.V. (Junio 14,2003), <www.americaenespañol.com/foro>.
- 33) Martha Irvine, *Hispanics bolster Chicago economy, spur change.* , Associated Press, (Marzo 12, 2001).
- 34) City of Chicago, *Chicago Fact Book Demographics.* Tr. Elizabeth Q.K.V. (Agosto14, 2003), <www.cityofchicago.org/PlanAndDevelop/ChgoFacts/Demo.html>.
- 35) Rossi Publications, Inc. *La Raza.*, tr. Elizabeth Q.K.V. (Junio 22, 2002), <www.reygrafico.com/raza-kit/raza.htm>.

CAPÍTULO III.

3. En el campo de acción.

Mi inicio en la práctica profesional del Periodismo se dio mientras aún era estudiante de la carrera en la *ENEP-Acatlán*. Dos profesores universitarios fueron quienes reafirmaron que iba en dirección correcta hacia la búsqueda de mis objetivos. Cada uno dentro de su especialización y estilo me dieron la estocada que necesitaba para comprobar que era apta para la profesión que había elegido.

Sin lugar a dudas, con la madurez de ideas y experiencia que regala el tiempo puedo afirmar después de más de 20 años en la práctica que el Periodismo y la Comunicación Colectiva ha estado entre una de las mejores *carreras* realizadas a lo largo de mi vida y en torno a sus principios ha girado tanto mi vida profesional, como privada.

3.1. Formación profesional.

La decisión de estudiar Periodismo y Comunicación Colectiva fue tomada por voluntad propia desde mis años de estudiante en el *Colegio de Ciencias y Humanidades*, en Naucalpan. No hubo ninguna influencia, ni de familiares o amigos cercanos que estuvieran relacionados con esta profesión. Con determinación y sin vacilaciones la elegí entre numerosas carreras y una enorme lista de materias. La selección realizada resultó fácil pues no hubo ninguna duda de mi parte.

Al tratar de entender mi predilección por esta profesión, la única influencia externa que recuerdo es la atención especial que le daba a los noticieros desde que tenía ocho años de edad. Durante 30 minutos escuchaba atenta todo lo que pasaba alrededor del Mundo para después quedarme con un enorme sentimiento de tristeza y vacío, el cual más tarde se traduciría en desazón, determinación y acción ante numerosos sucesos.

Al paso del tiempo y ya dentro de recinto universitario, cursando las materias correspondientes, tampoco vacilé en cuanto a mi elección profesional, pues era común escuchar a otros compañeros manifestar su desencanto, especialmente en los primeros años cuando compartíamos un "tronco común", mismo que nos daba la posibilidad de cambiar el rumbo en caso necesario. Sin embargo, pese a mi propia convicción, hasta entonces no había recibido ningún indicador externo que confirmara que contaba con las aptitudes correspondientes a las de un profesional de la comunicación.

Ya en semestres avanzados de la carrera, uno de los profesores que antes mencioné, Luis M. Farias, en ese entonces abogado integrante del senado mexicano y uno de mis mentores, enfatizaba mi habilidad de ser demasiado inquisitiva --me acercaba a entablar conversación con él y no precisamente sobre su materia, sino sobre las polémicas que a su alrededor se protagonizaban en los diarios y revistas--, destacando esa habilidad de buena en una aspirante a periodista. Añadía con

sarcasmo que estaba en la profesión indicada, al mismo tiempo me aconsejaba que, en su momento, tuviera cuidado de no desempeñarme en uno de esos medios que él no leía por "salud mental".

"El momento" no estaba muy lejano y, paradójicamente, fue el profesor Rafael Rodríguez Castañeda, en aquel tiempo jefe de redacción de la revista *Proceso* --uno de "esos medios" con los que Luis M. Farias se "enfermaba mentalmente"-- quien dio el segundo voto a mi elección, contribuyendo a trazar la que sería mi senda periodística. Rafael Rodríguez Castañeda no sólo reafirmó la confianza profesional que necesitaba al reconocer algunos de mis trabajos frente a la clase, bajo total anonimato (sólo compañeros allegados sabían quién era la autora), sino que me invitó a poner en práctica las habilidades que en mí percibía en una verdadera sala de redacción.

3.1.1. De la teoría a la práctica.

En la planta baja de las mismas instalaciones que albergaban a *Proceso*, se encontraba la agencia de noticias CISA, donde empecé a conocer el argot y ambiente profesional del Periodismo. En esta mi primera experiencia, descubrí que aunque se tenga una carrera universitaria se debe empezar desde abajo, desde las posiciones que erróneamente creía eran para "los que no estudiaron". Recoger información de los teletipos (en aquel entonces), corregir errores de "dedazo", en el mejor de los casos, tomar notas por teléfono, llevar y traer mensajes de un escritorio a otro, corriendo, no caminando "todo para ayer" eran actividades de la realidad práctica que vivía, nada qué ver con lo que aprendía en la escuela: entrevistas a personajes destacados, estar frente al micrófono transmitiendo noticiario radiales o presentando un *storyboard* para televisión. La realidad era otra, la que se sostenía y consolaba al ver caminar entre las instalaciones a verdaderos periodistas de aquel entonces: Vicente Leñero, Julio Scherer Almada, José Reveles y muchos otros más.

Por otro lado, esta etapa sirvió para descubrir que dentro del Periodismo había diversas facetas y la publicación final de una nota era el resultado de todo un proceso laboral a seguir, en el que veía involucrada numerosa gente, desde el jefe de redacción, reporteros, redactores, correctores y muchos otros elementos más que intervenían hasta concluir la impresión y publicación del medio.

Día a día me trasladaba después de clases, desde la ENEP-Acatlán en Naucalpan, ubicada al norte de la Ciudad, hasta la Colonia del Valle, donde se localizan las oficinas de redacción. La odisea diaria terminó cuando se presentó la oportunidad de no sólo practicar el Periodismo, sino al mismo tiempo obtener el documento oficial que avalaría el cumplimiento del Servicio Social, cubriendo así un requisito académico obligatorio requerido por la Universidad. Tras el primer encuentro de cara a cara con la profesión en la agencia de noticias de *Proceso*, pasé a las oficinas de *Radio, Televisión y Cinematografía* (R.T.C.), localizadas en la colonia Roma.

Fui asignada al área de Radio en donde después de cumplir con las tareas distribuidas por el encargado del área y permanecer por cierto periodo, recibiría la constancia de haber cumplido con el requisito de servicio social a fin de graduarme. De

esta manera, acudía tres veces por semana a preparar el noticiario radial matutino que se transmitía por la XEB, "la B Grande de México", entre las 8:00 y 9:00 de la mañana.

Mi trabajo consistía en seleccionar noticias de los diarios y agencias noticiosas para seguidamente conforme su importancia, redactarlas en "cápsulas informativas", información condensada al estilo radio en donde los elementos del qué, cómo, cuándo y por qué debían ir claramente descritos en unas cuantas líneas. Una vez elaborado el noticiario, tenía que trasladarme a la calle de Balderas a entregarlo para que fuera transmitido al aire por los locutores en cabina. Fue en esta etapa donde conocí a Gustavo Armando Calderón, uno de los dos lectores de mi trabajo previo y de quien más tarde me enteraría era ampliamente reconocido en el ambiente deportivo como cronista de radio y televisión. Por lo regular era él quien leía el noticiario; mientras eso sucedía el responsable del área de Comunicación para Radio y yo, estudiante de Periodismo bajo su supervisión, teníamos que permanecer en cabina hasta el final de la transmisión. Entre corte y corte estos profesionales de la Comunicación establecían diálogo con esta aspirante a los medios.

A cada paso que daba dentro de la práctica profesional, la venda de mis ojos continuaba cayéndose y entre toda la realidad vivida, entendía la necesidad de delimitar mis aspiraciones dentro del periodismo y concentrarme en lo que realmente quería emprender dentro de esta carrera tan extensa y al mismo tiempo interdependiente dentro de su misma variedad.

La elaboración del noticiario radial matutino debía apearse a los lineamientos de la empresa para la que trabajaba; descubrí así que el concepto sobre objetividad periodística ampliamente mencionado en algunas materias académicas, tenía otra connotación en la práctica, pues desde mis inicios en la dependencia gubernamental, se me aclaró que mi selección de noticias tenía que ser revisada cada día pues lo que yo consideraba información objetiva, imparcial y benéfica al auditorio, en ocasiones afectaba la imagen de la empresa que transmitía. Asimismo, no todas las noticias, eran en realidad noticias, algunos eran mensajes elaborados, repetitivos, necesarios para las organizaciones mencionadas a fin de mantener ciertos lineamientos ya establecidos. En cuanto a los reporteros..., brillaban por su ausencia, el primer noticiario se elaboraba con material recibido la noche anterior o con notas publicadas en los principales diarios.

Por otro lado, estaba cada vez más acostumbrada a trabajar bajo presión, tanto de tiempo como en calidad. Quienes leían las noticias no eran improvisados o practicantes, eran profesionales que exigían ciertas pautas a seguir en la selección de información y contenido de palabras a pronunciar en la radio, las cuales debían estar claramente redactadas pues no querían ponerse en ridículo "al aire". El ejercicio universitario del lápiz bajo la lengua para pronunciar vocablos con cierto grado de dificultad en nuestro noticiario estudiantil radial resultaba obsoleto ante la abrumadora realidad en la que no había tiempo para releer o corregir un error una vez pronunciado al aire o impreso en el papel, no había marcha atrás, no había otra oportunidad de modificar; una palabra fuera de contexto podía cambiar el sentido de toda una idea. Entonces asimilaba y empezaba a tener forma el verdadero significado de las palabras:

profesionalismo y responsabilidad.

También obtuve lecciones de los locutores, del señor Gustavo --como le llamaba-- aprendí que si decidía tener como herramienta de trabajo el micrófono, debía saber cómo manejarlo y utilizar al máximo las entonaciones que puede transmitir, pues afirmaba que el público que escuchaba no podía ver, sólo oír pero, sobre todo, sentir la voz con su riqueza de matices. Gustavo Armando Calderón vivía hacia el norte de la ciudad, en la misma dirección en que se encontraba la ENEP-Acatlán --donde una vez terminada mi labor me reintegraba a las clases--, por lo que en ocasiones gentilmente me ofrecía un "aventón" que me acercaba a la Universidad, lo que además de ahorrarme tiempo me daba la oportunidad de escuchar su conversación sobre dos medios de comunicación que formarían parte de mi evolución profesional: la radio y televisión.

Ambas experiencias siendo aún estudiante, tanto en CISA como en RTC, contribuyeron a mi "despertar" profesional aprendiendo a estar preparada y diferenciar la realidad --aquella que existe en la práctica profesional--, y la teoría aprendida en los salones de clase. Encontré que en ciertos casos no había concordancia entre teoría y práctica, ni siempre la una era complemento de la otra; al contrario, había ciertas disparidades y confusiones que chocaban con mis propias expectativas. En esta primera etapa comprendí que en el periodismo no hay tiempo para lamentaciones, sino para soluciones rápidas y lo más inteligentes posible, por lo que no había oportunidad ni de mirar atrás y sí mucho que aprender, y a medida que transitaba la senda entendía que el resultado de mis acciones serían bajo mi propia cuenta y riesgo.

Mientras los semestres escolares avanzaban percibía lo compleja e inhóspita que se volvía la profesión cuando de obtener una posición laboral se trataba. El elitismo, las influencias, "palancas" o simplemente el nepotismo determinaban la posición a ocupar, especialmente cuando la experiencia profesional en el solicitante resultaba nula, razón de peso que me obliga a hacer el siguiente planteamiento el cual será reconsiderado en las conclusiones finales de este trabajo: ¿Dónde se establece que el estudiante debe obtener experiencia laboral profesional al momento de concluir la carrera? O dicho de otra manera: ¿hasta qué punto es válido pedirle experiencia laboral profesional a un recién egresado?

Sin familiares ni amigos influyentes en los medios de comunicación, con la opción de desempeñar "algún" trabajo periodístico pero sin la mínima esperanza de remuneración económica, cursaba el último semestre de la carrera y el panorama laboral resultaba por demás desalentador. Una vez comprobado que el Periodismo y la Comunicación eran lucha constante, decidí que debía emprender mi propia batalla por la sobrevivencia y traspasar toda barrera en búsqueda de un lugar que me permitiera continuar desde otra perspectiva.

3.1.2. Trayectoria periodística en México.

Sin nada qué perder y un trabajo qué ganar, concentré mis esfuerzos en obtener mi primer empleo pagado teniendo como objetivo lo que parecía un sueño (o pesadilla)

para todo novato de la carrera en Comunicación: la televisión.

La odisea inició en el antiguo Televisión Centro en la calle Balderas y desde entonces Televisión Centro, donde el primer reto a vencer era el servicio de seguridad con vigilantes apostados en cualquiera de las entradas o salidas. Ahora tenía una idea de cómo se manejaban situaciones profesionales con base en mis experiencias previas, sin perder de vista mi objetivo central --encontrar trabajo--, logré traspasar la barrera de seguridad argumentando que tenía una cita en el Departamento de Noticias, cuando me preguntaron a qué área y con quién, conociendo el constante movimiento en las redacciones, inventé un argumento que no daba lugar a dudas. La respuesta y mi actitud debieron ser convincentes, porque luego de preguntarme mi nombre y hacer una llamada telefónica me dieron un gafete con el logo de Televisión y la palabra "visitante".

Con paso firme me dirigí hacia el primer pasillo que ante mí se cruzó y tras desaparecer de la vista de vigilantes y recepcionista, pregunté dónde estaba Noticias. Recuerdo esa área de trabajo como un sitio bastante pequeño donde las personas iban y venían sin poner atención a nadie, algo que yo no hacía, pues iba reconociendo las caras "familiares" que aparecían en algunos de los noticiarios que veía desde mi infancia. Finalmente llegué a lo que alguien me señalara como el Departamento de Noticias. Me encaminé al primer escritorio que vi en el que se encontraba una mujer de mediana edad; mientras le explicaba el motivo de mi presencia, a través de unas cortinas transparentes pude ver la figura de Jacobo Zabludovsky.

La señora, que se identificó como una de las asistentes del "licenciado Zabludovsky", me pidió mi información personal para "exponer mi solicitud de trabajo" y me extendió una tarjeta de presentación con números telefónicos a los que me debía comunicar días después para saber la respuesta. Al mismo tiempo que esto ocurría, observaba salir al señor Zabludovsky de su oficina dándome la oportunidad de comprobar que en verdad era un líder. Durante su corto andar saludaba a todo aquel que a su paso se encontrara, caminaba firme pero sin prisa, sin buscar notoriedad; sin embargo, era percibido por cada uno con quien cruzaba, con naturalidad como quien está en su casa se conducía por el área circular de Noticias. Tiempo después coincidiríamos por estos mismos pasillos que en ese momento me eran ajenos y me saludaría como si me conociera de manera franca y cordial, como lo vi hacerlo con otros la primera vez que me escabullí hacia estas instalaciones.

La misma semana le volví a telefonar a la persona con la que hablé por primera vez para luego acudir a una entrevista de trabajo al otro extremo de la ENEP-Acatlán: Televisión San Ángel. Sólo sabía el nombre de quien me entrevistaría, pero no sabía a qué departamento pertenecía. Tras identificarme y hablar de mis estudios, experiencia e intenciones, mi entrevistador se identificó como jefe de redacción del programa "Increíble" a cargo del vicepresidente de noticiarios, Félix Cortés Camarillo, y al cual sería asignada provisionalmente "a prueba", pero esta vez contaría con un salario, también temporal, mismo que de acuerdo con nuestra conversación sería reconsiderado si era aceptada tras el periodo de prueba, el cual fue estipulado de uno a dos meses.

El programa "Increíble" era parte de un bloque diario de entretenimiento nocturno que en ese entonces era la anfitriona con altos *ratings*, Talina Fernández, acompañada en la conducción por Cortés Camarillo y Virginia Sendel Lemaitre. Los miércoles le tocaba el turno a la transmisión de "Increíble".

Mi labor consistía en investigar las asignaciones dadas por el jefe de redacción y comprobar hasta qué punto eran "increíbles" o poco comunes. Recuerdo a un jovencito con parálisis cerebral que utilizaba sus pies para pintar con acuarelas, o mi traslado a Xochimilco --con cámaras y micrófonos, una vez aprobado mi reporte de investigación-- para grabar una nevería que hacía paletas de mole y aguacate, o un artesano que realizaba paisajes a base de piedra pómez dentro de ollas de barro. La investigación, producción y grabación de la nota, así como la redacción del guión que los anfitriones leían al aire --Cortés Camarillo, Virginia Lemaitre y Talina Fernández exaltando o cuestionando las habilidades presentadas--, era responsabilidad del cuerpo de reporteros en el que tuve la oportunidad de desempeñarme.

Durante el desarrollo del ejercicio profesional, resultaba cada vez más claro que sin importar el medio (canal) desde el cual se transmita información, el entrevistador debe tener un campo contextual previo sobre lo que pretende comunicar, porque si el propio portador del micrófono (emisor) no sabe qué, de qué o con quién está hablando, se puede perder la oportunidad de obtener datos precisos o desperdiciar el momento de tener enfrente a todo un personaje y no saber cómo transmitir su mensaje. La práctica me permitía entender teorías escuchadas en la universidad, una de ellas la siguiente: "... si no hay un campo común de experiencias similares, no podrá decodificarse el mensaje como el emisor lo proveía". (1)

Profesionalmente, mi etapa en Televisa fue sin lugar a dudas una experiencia provechosa, misma que duró casi un año durante el cual nunca supe si pasé la "prueba", porque no se volvió hablar de mi sueldo (aunque de vez en cuando yo tocaba el tema sin que hubiera eco); siempre fue el mismo, pero mis investigaciones eran aprobadas y ello me permitía desplazarme con un equipo de producción que incluía seis o siete personas entre camarógrafos, iluminadores, responsables de sonido y el asistente del productor con quienes preparaba la toma de escenas, que consistían desde la entrevista, hasta el insólito trabajo del protagonista considerado increíble.

Televisa se encargó de quitarme totalmente las posibles fantasías que aún guardara alrededor de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, sobre todo en cuanto al desempeño laboral. Formar parte de ese mundo, tan ficticio como las propias telenovelas, me permitió descubrir esa atmósfera llena de arrogancia y prepotencia, características no sólo de jefes como Cortés Camarillo, sino en artistas consumados e idolatrados por el público televidente; pocos trabajadores en esta empresa -desde empleados de utilería hasta famosos de la pantalla- tenían el "don de gente" innato en Jacobo Zabludovsky quien, pese a ser un personaje de controversia, era innegable su popularidad dentro y fuera de las cámaras televisivas y su carisma con la gente a quien daba su saludo cualquiera que fuera su condición. Me tomó tiempo entender este tipo de conductas humanas dentro de la cadena televisiva de mayor renombre en Latinoamérica; sin embargo, concluí que éstas eran producto de la feroz

lucha a la que se ven sometidos sus integrantes al tratar de sobrevivir en este medio y no exactamente como fuente de ingresos económicos, sino como el sitio a ocupar a cualquier precio al ser considerado símbolo de estatus, gloria, fama y fortuna, al cual, hasta sus más humildes empleados lo consideraban más respetable e imponente que "el propio escudo nacional".

Esta experiencia profesional --de la que también obtuve mi primer salario desempeñándome como periodista-- contribuyó a reafirmar en gran medida mi energía. Me dio temple y permitió que me diera cuenta de mi propio carácter periodístico. Un ejemplo de ello fue el aplomo que iba adquiriendo frente a mis entrevistados, entendía que el emisor está a cargo de establecer la comunicación (mensaje) y la necesidad de mantener una dirección a fin de establecer un receptor y cumplir con el objetivo de comunicar. En esta etapa fue cuando comprendí y asimilé para qué servía y se utilizaba la teoría aprendida en la Universidad, al entender y aplicar práctica y metódicamente el modelo comunicacional de *Schramm*, que señala como principio básico de la teoría general de la comunicación: "... los signos pueden tener solamente el significado que la experiencia del individuo le permita leer en ellos". (2)

De esta manera las dos grandes funciones de los medios de comunicación de acuerdo con *Paul Lazarsfeld* quedaron confirmadas: La primera de ellas es la de conferir prestigio, es decir, la posición social de las personas, sus acciones o grupos a los que pudieran estar afiliados, obtienen prestigio cuando logran captar la atención de los medios. La segunda, es la de reforzar las normas sociales dando publicidad a conductas desviadas para de esta manera disminuir distancias entre "la moral pública y las actitudes privadas ejerciendo presión para que se establezca una moral única". (3)

Después de ser despedida junto con el jefe de redacción y otros tres compañeros reporteros sin explicación alguna, me dediqué a reanudar la batalla pero, afortunadamente, en esta ocasión me parecía menos pesada. La vivencia experimentada en esta empresa por un año, fue intensa, con elementos tanto positivos como negativos. La lucha continuaba; sin embargo, lejos de amilanarme cada vez me sentía más fuerte, si había soportado y aprendido todo lo vivido en esta compañía, lo demás era... más real, más humano.

Tiempo después volví a trabajar en Televisa para el dramaturgo Miguel Sabido, lo que duró corto tiempo dado que el trabajo de investigación documental que realizaba en las nuevas y modernas instalaciones de la Hemeroteca en Ciudad Universitaria no correspondían a mis inquietudes profesionales, mismas que sobre la práctica poco a poco se definían.

Era la década de los ochenta y el desempleo en cualquier ámbito laboral se agudizaba con un panorama económico deprimente, tras una constante búsqueda de trabajo, finalmente me desempeñé como maestra en una escuela privada de Periodismo en el área de Satélite. Si las expectativas que tuve como estudiante antes de salir a trabajar profesionalmente distaban mucho de ser reales una vez dentro del terreno laboral, las de estos jóvenes y adultos de situación económica desahogada a quienes daba clases de medio tiempo, resultaban disparatadas, pues sus sueños y

objetivos dentro de la profesión iban desde ser la cara bonita de la televisión, hasta conocer personalmente a los famosos de la vida pública en general. Nada tenían que decir respecto a la tarea de informar o comunicar.

Concluida la carrera viví la experiencia que tal vez todo estudiante profesional al egresar manifiesta: la necesidad de encontrar un trabajo de tiempo completo --no más trabajos de estudiante--, en donde poner en práctica el conocimiento adquirido, situación difícil de enfrentar si no se tenía la práctica laboral previa relacionada con la carrera. No podía subsistir con el salario de tan sólo unas horas de clases en el Instituto de Periodismo y ante la imposibilidad de encontrar una fuente de empleo en México dentro de los medios de comunicación, ya que era tan difícil como recaudar fondos para una campaña política, decidí cambiar de estrategia: emigrar.

Agotados mis recursos y humildes "contactos", la primera vez que salí de mi lugar de origen, el Distrito Federal, fui a Guadalajara, la Perla Tapatía. En Guadalajara tuve la oportunidad que había buscado por meses en el DF. Tan sólo una semana después de haber llegado me integré al Departamento de Noticias del grupo de radio Promomedios de Occidente como reportera.

El Ayuntamiento de Guadalajara y Zapopan fueron mis fuentes asignadas y en algunas ocasiones el edificio de Gobierno Estatal. Convivir día a día con miembros del Cabildo, acudir a sus sesiones semanales e informar sobre sus actividades, así como el estar presente en las conferencias de prensa semanales del presidente municipal, formaban parte de mi trabajo, el cual concluía con la redacción y transmisión de noticias radiales. En este proceso, además de aprender a conducirme directamente en la delicada fuente de los asuntos políticos, también desarrollé mi instinto periodístico y aprendí a obtener noticias incluso en situaciones en las que aparentemente no hubiera nada que informar. Acostumbrada a recibir inesperadamente la llamada de mi jefe preguntándome por cómo iban las cosas en el Ayuntamiento, decidí estar preparada y tener siempre lista alguna información, aún cuando aparentemente no hubiera pasado nada "digno de informarse". Buscando y hablando con los regidores, el secretario de la presidencia y otros representantes públicos, siempre encontraba "nota" y en algunos casos verdaderas "novedades".

Así también empecé a cultivar la habilidad de generar información hasta de un evento cancelado. El periodismo en Guadalajara podía ser muy rutinario, lento como las mismas oficinas de gobierno, o podía tener tanto dinamismo como el profesional de la comunicación quisiera imprimirle. Durante esta época cubrí una campaña presidencial (la de Miguel de la Madrid), desastres naturales (huracanes en Mazatlán), elecciones locales y por primera vez viví en carne propia la presentación de regalos y "chayote" o embute monetarios, con los que antes no estaba familiarizada. En lo personal no recibí ninguna suma monetaria, sin embargo resultaba nuevo y extraño escuchar los comentarios acerca de "sobres" que recibían algunos reporteros --a través de sus jefes-, que cubrían la fuente. Recuerdo como mi mayor delito durante la profesión esta etapa, en la que acepté una máquina de escribir portátil, regalo navideño para todos los que cubríamos esta área.

Entonces me enfrentaba a los conceptos universitarios del periodismo objetivo, libre y honesto, al mismo tiempo entraba a prueba mi ética laboral al tener que tomar decisiones que de ser erróneas me comprometerían como persona y profesional.

El movimiento interno del periodismo practicado cubriendo una fuente política fue algo nuevo y diferente que me mostró una de las multifacéticas caras del arte de crear información; la ética y calidad moral del comunicador están a prueba constante y éstas pueden otorgarle una posición digna y de respeto o, conducirlo al ocaso de su carrera.

A la par que me desempeñaba en esta tarea, también lo hacía en mis ratos libres en una agencia de publicidad en el Departamento Creativo, en donde mi labor era trabajar en *jingles* publicitarios para radio y televisión. Ocasionalmente trabajé en el desarrollo de plataformas publicitarias encaminadas al lanzamiento de artículos de belleza. Lo más relevante en este trabajo no era el estribillo pegajoso que identificaría a un artículo determinado, sino la manera bajo la cual esta tarea surgía: creativamente, dejando volar la imaginación libremente sin tener que seguir frases establecidas o lineamientos, sino encontrar la vía para llegar al público a través del origen y características propias de un producto o compañía, nada antes establecido.

Mi regreso a la capital mexicana después de casi dos años de estar radicando en Guadalajara, fue producto de un nuevo acontecimiento, esta vez personal y no profesional: el nacimiento de mi primera hija, quien vino a cambiar el rumbo de mi carrera. De regreso al Distrito Federal y con una hija en brazos provocó que mi búsqueda laboral fuera más intensa de lo habitual por lo que a un mes de mi llegada me integré a la oficina de prensa de la Delegación Álvaro Obregón. Aunque mi trayectoria laboral en el periodismo inició en los últimos semestres de la carrera, antes había trabajado como recepcionista y atendiendo al público en una clínica del ISSSTE, por lo que sabía lo que representaba trabajar para una dependencia gubernamental.

Cuando renuncié a mi posición en el ISSSTE siendo aún estudiante, creí que no volvería a vivir las situaciones lentas, burocráticas y despreocupadas que ahí se caracterizaban, lo cual fue erróneo pensar, pues esa misma rutina la volvía a vivir, pero esta vez a nivel profesional, en la oficina de prensa.

Me desempeñaba como reportera y redactora en el turno vespertino; mis actividades estaban definidas con base en la imagen externa que la Delegación quisiera mostrar, así que mi trabajo consistía la mayor parte del tiempo en elaborar boletines de prensa más que en cubrir eventos. La información incluida en los comunicados a distribuir en otras dependencias frecuentemente se basaba en las disposiciones del jefe de la oficina, es decir, poco común era el contacto directo con la fuente o personaje que protagonizaba la información, escribía bajo indicaciones previas. La mayoría de las veces "entrevistaba" a mi propio jefe de quien obtenía el material a difundir.

Ante la aparición de alguna nota sobre la Delegación en algún medio de comunicación se armaba gran revuelo en la oficina de prensa, especialmente si la información publicada era negativa. De inmediato se formaba un cerco hermético entre el responsable de la oficina de prensa y la oficina de la Delegada en Álvaro Obregón;

ninguno de los tres reporteros teníamos acceso a lo que adentro se discutía. Al final el propio jefe de prensa se encargaba de "manejar" la información que se boletinaría a los diversos medios en situaciones como esta.

Cuando este patrón de conducta se modificaba era a causa de la inesperada cobertura que debía realizar de algún evento cultural que la Delegación patrocinaba, o a la participación de alguno de los funcionarios en algún acto local y había que exaltar su presencia.

Redactar, hacer relaciones públicas y seguir instrucciones sobre cómo presentar y representar a la Delegación Alvaro Obregón eran las notas características durante esta etapa en la que me desempeñé en una oficina de prensa gubernamental, cuyo ambiente laboral era similar al que viví anteriormente como recepcionista, la única diferencia era que ahora lo hacía en una profesión que me empezaba a fastidiar dado el cariz que aquí se le daba: rutinaria, tediosa y bajo una constante e innecesaria supervisión.

El recorrido laboral en diversos medios de comunicación, además de haberme proporcionado herramientas de trabajo, también contribuyó a moldear mi dirección, definir la actividad y forma en la que me quería enfocar y conducir dentro de los medios de comunicación colectiva, por lo que a esas alturas resultaba claro que el ambiente informativo "creado" en la delegación política --que incluía el lento proceso para dar a conocer los acontecimientos ocurridos-- me llevó a comprobar que no era la ruta que quería seguir. No existía el dinamismo, compromiso, acción y entrega que ya había probado del periodismo, por lo que renuncié a esta sumisión profesional.

Desempleada una vez más, inicié de inmediato mi tarea de encontrar trabajo dentro de la misma profesión, lo cual, pese a su dificultad, no detenía mi búsqueda por desempeñarme en lo que realmente me llenara. Entre estaciones de radio, periódicos y revistas transcurría mi peregrinar; pasaba tiempo en *Radio Educación*, observando la realización de noticiarios y la producción de programas, sobre todo uno llamado "De Puntitas", dirigido a público infantil. Me llamaba la atención el gran despliegue de imaginación y la habilidad del locutor para darle vida a los personajes; lo fundamental era que los niños eran tratados con respeto y seres dueños de inteligencia.

Tuve una corta participación en el semanario *Cuestión*, dado a conocer inicialmente como un periódico para mujeres, pero al igual que en otros lugares que me presentaba tenía trabajo pero ninguna o escasa remuneración económica y a diferencia de mis años de estudiante en los que podía trabajar por verdadero amor al arte, las circunstancias ya eran diferentes pues tenía una familia. Toda esta travesía me condujo a concluir que en el Periodismo y la Comunicación siempre ha existido trabajo, de hecho un gran caudal si pensamos que hay infinidad de cuestiones y temas que informar, que los canales y medios de difusión cada vez son más amplios y complejos, pero ante la escasez de comunicadores verdaderamente preparados, junto con la trillada versión de "recursos insuficientes" o tristes salarios como remuneración, surge el cuerpo de voluntarios o improvisados de la profesión, quienes trabajan gratuitamente o bajo salarios ofensivos con el único fin de estar junto a quienes protagonizan la noticia.

Esta vez mi búsqueda culminó en la redacción de *El Sol de México*, ubicado en la colonia San Rafael, medio de comunicación perteneciente a la cadena periodística de Vázquez Raña. En este lugar retomé la carrera como correctora en la sala de redacción. Mi labor consistía en estar en coordinación con reporteros y capturistas de información de quienes recibía material que debía corregir antes de ser pasado a los editores o secretarios de redacción. Los errores, por lo general, eran ortográficos, de redacción o de "dedo". Poco antes de cumplir un año realizando el trabajo de correctora se me presentó la oportunidad de ocupar el cargo de secretaria de redacción o edición de notas; esto significó un paso adelante en mi experiencia laboral, por lo que sin dudar lo acepté e inmediatamente inicié el entrenamiento para ocupar el puesto. Elegir las notas, encabezarlas conforme su orden de importancia, titularlas y diagramarlas por computadora, fue la primera parte de mi trabajo; seguidamente debía ir al departamento de producción y esperar a que las planas armadas salieran para revisarlas, primero por mí, luego por el jefe de la sección, quien a su vez debía pasarlas al jefe de redacción, y éste, por último, debía revisarlas junto con la directora del periódico.

En *El Sol de México* desempeñé dos posiciones diferentes: primero como correctora y luego como secretaria de redacción. Poco a poco fui escalando posiciones; mi idea era llegar a ser reportera y en varias ocasiones busqué la oportunidad; sin embargo, este campo era totalmente reducido, daba la impresión que en él sólo se desenvolvía una "élite", la cual era difícil de traspasar, incluso entre los mismos reporteros había un celoso y hermético cuidado de su fuente y plaza. Aunque me gustaba lo que hacía y vivía el ambiente periodístico, sentía que debía seguir avanzando en mi evolución profesional, la nueva oportunidad no llegaba, y a medida que más me acercaba en su búsqueda, así también pasaba el tiempo y me iba percatando de la estrechez para traspasar esa barrera creada por los mismos periodistas por lo que mi esperanza se iba debilitando...me sentía estancada.

El desempleo en general era alarmante y la situación económica en el país crítica y no por ello pensaba que debía sacrificarme y atarme a este trabajo como mi última tabla de salvación, dejando a un lado mis aspiraciones. Tras casi tres años de actividad en *El Sol de México* decidí que era tiempo de volver a empezar... pero esta vez la tarea era de titanes.

3.2. Transición hacia tierra estadounidense.

Cuando decidí emigrar a Estados Unidos no fue con la idea de ejercer la profesión periodística. ¿Cómo hacerlo? Ni siquiera conocía el idioma inglés en su mínima expresión, mucho menos pensar en hacer uso de su redacción, gramática o simple lenguaje como herramienta de trabajo.

Cansada del nepotismo, "palancas" y compadrazgo, aburrida de la lucha constante por obtener una situación laboral con condiciones de trabajo dignas y estables que nunca recibía, opté por partir, fueron todos esos factores que unidos a una fuerte crisis económica en mi país contribuyeron a tal decisión, programada como una aventura, un escape, una experiencia pero nunca con la remota idea de que sería la panacea que solucionaría mi desencanto.

Terminaba la década de los 80. Era diciembre de 1989 cuando decidí vivir mi propia historia en Estados Unidos. Quería ser la protagonista de uno de los tantos relatos escuchados en reuniones familiares o de amigos que hablaban del valor de algún conocido, de un vecino o hasta de la propia señora que vendía la famosa "fayuca" a mi mamá. Ser parte de aquellos sin miedo a emprender tal desafío del cual nadie hablaba en detalle, o desconocía las verdaderas dimensiones detrás de tal acción pero todos exaltaban con gran emoción e imaginación y en mí, despertaba una callada e inquietante curiosidad, pese a que Norteamérica nunca había sido el lugar de mis "sueños"; ese sitio lo ocupaba París que había inspirado mi aprendizaje por la lengua francesa y a la que le había sido fiel desde mis años de estudiante de secundaria.

Al llegar a Estados Unidos, mi destino fue el aeropuerto *O'Hare* de Chicago, Illinois, al que aterricé con sólo una maleta de tamaño mediano y dos niñas, una en mis brazos y la otra sosteniéndose de mi mano, cinco y dos años de edad respectivamente. Desde su inicio la odisea resultaba bastante complicada: la despedida, la separación no sólo de la tierra donde nací, crecí y me preparé, sino también de familiares y amigos; la incertidumbre que provoca un nuevo hallazgo estaba presente en una nueva tierra... totalmente desconocida. No había marcha atrás, este era tan sólo el principio al que me encausaba la fría realidad de Estados Unidos, a la que desperté a mi arribo a la aduana, justo cuando agentes de Inmigración cuestionaban mi estadía y yo sin entender una sola palabra. Todo parecía irreal pero no dejaba de ser algo nuevo, totalmente diferente, mágico y... prometedor.

3.2.1. Adaptación/interacción.

De acuerdo al teórico en comunicación, David, K, Berlo: "Podemos intentar interactuar con otros, si definimos la interacción como meta de la comunicación". (4).

Basados en la afirmación anterior, surge la siguiente pregunta: en la práctica, los recién emigrados ¿realmente podemos interactuar para alcanzar la adaptación?

Con base en la definición publicada por el *Pequeño Larousse*, entenderemos adaptación como la acción y efecto de acomodar, ajustar; e integración describe el proceso de unificación de varias entidades antagónicas, es decir, hacer entrar, integrar en un conjunto. Componer, formar. (5).

Buscar entablar una nueva relación o integrarse a un grupo a fin de interactuar no es tarea fácil, exige trabajo previo. Ya Berlo en su Proceso de la Comunicación señaló que tratar de interpretar al mundo desde un punto de vista "ajeno" es un acto que requiere de mucho tiempo y consumo de energía. "Llegar a 'conocer' a la gente representa trabajo". (6)

Si a lo anterior se le suma el hacerlo con una lengua y cultura diferentes a las propias, la empresa resulta extenuante; se logra, pero con muchas limitantes. Hablar de adaptación pareciera ser más fácil que decir integración; sin embargo, en su momento cada categoría resulta igualmente complicada.

Al establecer una diferencia inmediata entre ambos conceptos es evidente que está más al alcance acomodarse ante lo ya establecido, implica menor esfuerzo que el tratar de componer, construir o aportar nuevas formas de vida, pues ello significa el contar con una estrategia o proyecto previo a seguir que contribuya a unificar la parte dispersa.

"No podemos realizar todos nuestros objetivos por nosotros mismos; necesitamos la interdependencia con los demás. Para cumplir las tareas que queremos ver cumplidas, obtener los productos deseados, ganar nuestra subsistencia, necesitamos pertenecer a un sistema social". (7)

Una vez en territorio angloamericano adaptarme era el primer paso, aunque, como mencioné capítulos aparte, por fácil que pareciera implicaba en su momento gran esfuerzo. La primera barrera cotidiana tenía que ver con la lengua y el clima; resultaba una verdadera tarea salir a la calle a cubrir las necesidades básicas debido al clima gélido, calles cubiertas con altos niveles de nieve o en el peor de los casos, hielo. Luego de múltiples peripecias para no perder el equilibrio y no caer en las "pistas de hielo" en que se convierten las banquetas en invierno, iniciaba mi proceso de adaptación en los supermercados que parecían bodegas de almacenamiento ante la gran cantidad de marcas y productos, entre los cuales era difícil seleccionar una simple caja de cereal, ya que de un mismo producto había más de diez marcas distintas y cada una prometía propiedades generales diferentes, o al menos eso era lo que intuía cuando trataba de leer las etiquetas.

En aquel entonces a principio de la década de los 90 resultaba toda una hazaña poder comunicarse si no se hablaba inglés. Los anuncios en español eran contados (los pocos existentes debían interpretarse a causa de sus incoherencias); asimismo, aún no había una verdadera explosión demográfica de población hispana --crecimiento que hoy en día permite escuchar con toda libertad la práctica del español en Chicago--, por lo que solicitar o pedir bienes y servicios básicos era demasiado complicado. ¿Resultado? La avalancha de sucesos incomprensibles por ser en otro idioma, además de provocar gran frustración, provocaban un impacto mayormente delicado: el aislamiento que en algunos casos se vuelve total y permanente.

La anterior descripción es un ejemplo de las múltiples adversidades que los inmigrantes enfrentamos cuando no estamos preparados con herramientas elementales de subsistencia --en este caso la lengua, lo que conduce en ocasiones hasta en la pérdida de la propia idiosincrasia, iniciando con cuestiones básicas como la propia alimentación, conduciendo a una vida aleatoria, dudosa en la que tiene que decir entre dos formas de vida, una de las cuales se desconoce totalmente.

El proceso de adaptación a la vida diaria resultaba complicado; no podía nombrar y mucho menos describir mis necesidades, no sólo por la gran diferencia de condiciones en relación con mi propia cultura, sino por la extensa y variada selección de artículos en cada uno de sus componentes: "...el lenguaje de una persona habrá de determinar en parte lo que esa persona ve, lo que está pensando y los métodos que utiliza para pensar y llegar a tomar decisiones [...] Nombrar es esencial para pensar".(8)

Con infinidad de alternativas pero enfrentando una referencia cultural y comunicacional totalmente ajena, en el aspecto recreativo y educativo no corría mejor suerte. Mis fuentes de información eran dos canales de televisión y una estación de radio que transmitían en español, mismas que se sumaban a mis estudios autodidactas del inglés a través del periódico local. Las emisoras radiales poco contribuían a mi proceso de adaptación; la información era mínima y también era mínimo su vocabulario en español. A un mes de haber llegado, pese a mis numerosas limitaciones había logrado registrar inmediatamente en la escuela a mi hija mayor y las tres, mi hija menor y yo, asistíamos diariamente a las mismas clases de primer grado, pues voluntariamente ofrecí mi ayuda a la maestra que contaba con la mitad de alumnos de origen hispano y aún con su mejor esfuerzo por tratar de comunicarse con ellos en español, éste era limitado y con un marcado acento que denotaba su origen alemán.

Vivencias como las de los medios de comunicación en español e involucrarme en la educación escolar elemental de mis hijas, contribuyeron a que me percatara de la gran importancia que tenía y estaba adquiriendo el español, sobre todo en futuras generaciones, así también de las primeras manifestaciones de extranjeros y nativos del país por poder comunicarse en esta lengua dentro de la cual percibía un gran vacío listo para ser cubierto. Por otra parte, percibía que gradualmente estaba pasando a cuestiones más de fondo, a la etapa de integración dentro de la forma de vida de este país. La oportunidad de contribuir e interactuar en este proceso llegaría con la primavera; al mismo tiempo que la estación climatológica cambió pasé a formar parte de la vida productiva de este país, gracias a tener una profesión basada en el conocimiento del español.

3.2.2. Venciendo obstáculos.

Empezaba a interactuar con algunos de los componentes de esta sociedad, situación que aunque complicada, me animaba a continuar la idea de saber que regresaría a México con aprendizaje del inglés y la cultura norteamericana, lo que me hacía pensar en la clásica idea de que ello me permitiría mejores oportunidades de trabajo dentro de mi profesión al conocer el "idioma de los negocios".

Comunicarse hasta para las cuestiones más elementales resultaba toda una hazaña que empezaba con los vecinos y continuaba en cada una de las actividades de la vida cotidiana, las cuales incluían desde la obtención de necesidades básicas, bienes y servicios, hasta el entendimiento de los trámites escolares y vida estudiantil de mis hijas.

De acuerdo con Berlo, las "unidades de lenguaje, son unidades de pensamiento...", si aplicamos la premisa anterior, al utilizarse sonidos y palabras distintos en un sistema también se emplearán distintos métodos o formas de pensamiento y, por tanto, la manera de tratar una misma problemática será de manera distinta. (9)

Así que por mucho que tratara de entender las etiquetas de los productos éstos respondían a factores alimenticios y estéticos ajenos a mi campo contextual previo,

razón que hacía aún más pesada mi tarea de adaptación, pero al mismo tiempo me obligaba a rebasarla lo antes posible a fin de integrarme y vencer la barrera comunicacional, la cual provocaba un efecto en cadena, que afectaba todos los campos de la vida diaria.

Berlo argumenta que cuando la comunicación pretende establecerse a través de las "fronteras del idioma" y a través de sistemas que utilizan diferentes códigos, los enfoques que se den a la solución de un problema pueden ser totalmente diferentes y añade que con base en lo anterior, no resulta casual que los problemas entre negociaciones internacionales de índole política o comercial se encuentran relacionados con las diferencias en la lengua. (10)

Los obstáculos parecían abismales y a medida que avanzaba poco a poco me fueron cercando hasta llegar a un estado alarmante, pues las limitaciones no sólo correspondían al inglés, sino también a la confusión prevaleciente sobre el uso y aplicación de mi propia lengua: el español.

Dentro de la estructura social del funcionalismo en Comunicación, queda establecido que la sociedad humana es un organismo interrelacionado, cuyos elementos forman una estructura donde cada uno de ellos se afecta si alguno deja de funcionar. (11) . Lo cual pude comprobar cuando a veces ni en español me podía comunicar dadas las distintas connotaciones que cada grupo de habla hispana le daba a las palabras, junto con las modificaciones que del mismo inglés hacían y la total anarquía para comunicarse cuando no existía un campo de referencia en común.

Ciertos autores de la corriente funcionalista señalan respecto al tema que : "...las relaciones de los individuos dentro de una institución forman una estructura; así, la familia, los sistemas bancarios, el transporte, forman estructuras sociales que se enlazan dentro de un sistema". (12)

Estudiaba inglés en casa con un curso de cassettes que como su nombre decía, prometía romper " las barreras" con el idioma. Lo cierto era que mis barreras se ampliaban cuando estudiaba, pues crecían las dudas y preguntas en relación con lo aprendido. Mi vida se desarrollaba en un suburbio cercano a la ciudad de Chicago que no pertenecía a ningún barrio latino o grupo de personas que hablaran español. La mayoría de mis vecinos eran personas de edad avanzada jubiladas, con ideas conservadoras, entre los que había reticencia a los nuevos migrantes, especialmente los mexicanos a quienes señalaban por "ruidosos", "fiesteros" y "borrachos", además de estar acostumbrados a cohabitar bajo un mismo techo, numerosas familias.

3.3.3. Integración sociocultural.

Hemos hablado que toda comunicación es producto de un contexto cultural; siguiendo con Berlo, entenderemos por cultura el conjunto de creencias, valores, formas de hacer las cosas y los modos de conducirse que el hombre comparte. Conforme lo anterior, resultaba evidente que ese bagaje cultural que había en mí, producto de 30 años de vida en México resultaba bastante arraigado en cada uno de

mis actos, por lo que estaba muy alejada de las acciones meticulosas y extremadamente calculadas de los angloamericanos.

Mis creencias y valores diferían diametralmente de la forma de vida anglosajona que presenciaba --sirva de ejemplo decir que hasta la actualidad dichas diferencias son en ciertas ocasiones motivo de conflicto entre mis hijas, ahora adolescentes y yo al haberse desarrollado entre dos culturas: la sociedad norteamericana y sus antecedentes latinos los cuales luchan por encontrar su término medio--, por lo que entender ciertas normas de conducta por simples que fueran resultaba toda una reenseñanza, de la que hasta hoy en día sigo aprendiendo.

Dado el proceso de mi "renacimiento" que incluía desde hablar una nueva lengua en cada una de sus connotaciones, saber desenvolverse en diversas áreas de la vida norteamericana, adecuar el vestuario conforme cada estación del tiempo --no por gusto o vanidad--, pues a resbalones y caídas entendí que, por ejemplo, en las calles de Illinois cada par de zapatos debían ser intercambiados por modelos acordes con las extremas y cambiantes temperaturas a fin de poder trasladarse sin contratiempos.

Junto al constante intercambio de prendas de vestir y cada uno de sus colores (de los que entendí, forman también parte de una cultura), en este país por primera vez aprecié los cuatro cambios de las estaciones climatológicas. Comprobé la belleza del invierno que también puede resultar peligroso y amenazante; la primavera con lluvias pertinaces que dan paso a hermosos y coloridos follajes en árboles y flores; el verano con temperaturas arriba de los 40 grados centígrados que marca la apertura de las albercas públicas y del mismo lago; así como el otoño, con su hermosa caída de hojas formando tapices de todas formas y colores.

Aunque con dificultad y no pocas frustraciones evolucionaba y gozaba. Disfrutaba y absorbía lo que más me agradara o acomodara de la cultura anglosajona; una de ellas era su exacta precisión para manejar el tiempo ante cualquier circunstancia, llámense negocios, viajes, citas personales o simplemente trabajo. Aquí no existen los diez minutos de tolerancia; la mayor parte de lo programado se daba a tiempo, entendí entonces la frase que se le atribuye a esta población: *time is money*, tiempo es dinero. Por otro lado trataba de ponerme al día en materia de tecnología aproximándome a los sistemas computarizados básicos, utilizados en los lugares más comunes como las lavanderías, las tiendas de autoservicio, el transporte público y hasta los centros de recreación infantil. Con asombro descubría como al toque de un botón o tras un simple "escaneo" obtenía mi petición sin más ayuda que la de la propia máquina.

En cuanto a la socialización personal, es decir como individuo, sencillamente no avanzaba dadas mis limitaciones para comunicarme; sin embargo, seguía acudiendo a la escuela de la mayor de mis hijas como voluntaria y a través de mi lenguaje corporal dejaba entrever que era una *alien* amigable y con dirección, lista para adaptarme e integrarme.

3.3.4. Inicio laboral en Estados Unidos.

Con las anteriores actividades transcurrió el invierno y mis primeros cuatro meses de estadía en un suburbio de la zona metropolitana de Chicago. A la aparición de las tonalidades pastel (los colores que identifican a la Primavera), un sol de verdadera calidez y no sólo que iluminara, al mismo tiempo también me llegó la oportunidad de sondear el territorio laboral en este país.

Como antes lo expliqué, en ningún momento vine con la idea de trabajar en el periodismo en este país. Ya estando aquí descarté aún más la posibilidad al vivir en carne propia la problemática del inmigrante ilegal, es decir, sin contar con permiso del gobierno estadounidense para poder trabajar y así desenvolverme como cualquier otro ciudadano que cuenta con la documentación necesaria que lo respalda como miembro activo de la sociedad. Sin permiso legal para manejar, sin vehículo propio (indispensable para transportarse) y un total desconocimiento de las principales arterias de la ciudad, decidí emerger de mi refugio, al igual que la naturaleza lo hacía ante la llegada de la nueva estación. Acudí a una entrevista de trabajo, misma que concerté por teléfono tras escuchar en una estación radial que una publicación solicitaba un profesional con conocimientos del español, hablado y escrito.

Tras vencer mis temores a lo desconocido pero, sobretodo, preocupada por mis limitaciones en el inglés, así como por la ausencia de documentos laborales que usualmente un candidato debe presentar al solicitar una vacante laboral, llegué a la cita que un día antes había acordado telefónicamente para entrevistarme con el propietario de la publicación a quien llamaban el *Publisher*. Aunque mi inestabilidad legal y sociocultural en este país era muy grande, fue más fuerte mi curiosidad, los deseos de sondear aunque fuera la mínima posibilidad de aplicar mis conocimientos en esta tierra ajena y el propio espíritu de alcanzar nuevos horizontes, mismos que motivaron el inicio de toda esta experiencia. Por lo que después de una corta espera y sobreponiéndome a la situación caminé decidida hacia una pequeña oficina en la que tras un enorme escritorio lleno de cables y accesorios para computadora me sonreía un hombre de mediana edad, el publisher, Ezequiel" Zeke" Montes.

Ante lo tensa que me resultaba la situación, me animaba que interiormente me carcajeaba de nervios pero externamente sonreía ampliamente ante la sola idea de que él iniciara la conversación en inglés. Pensé que en último de los casos la persona que me había recibido y hablaba español nos interpretaría pero, obviamente, yo tendría mi primera gran desventaja, pensando que tuve alguna.

“¿Cómo estás?”, fue su primera frase, lo que me permitió dos cosas: comprobar que era descendiente de hispanos y que pertenecía al grupo de los que no les disgustaba hablar el idioma y la otra, respirar profundamente, más, mucho más relajada. Con tropiezos en el uso de la lengua por parte del propietario de la publicación, la entrevista se desarrolló en español. Sus preguntas se basaron en mi formación académica y experiencia previa dentro del periodismo. A cada referencia laboral se detenía a pedir una descripción más a fondo, intuía que de esta manera quería comprobar que no le contaba algo imaginario, incluso me pedía ejemplos, pues

comentaba que él conocía a tal o cual persona, lugar o publicación que yo mencionaba. También percibí su evidente preocupación sobre mis conocimientos en sistemas de cómputo; pero sus dudas quedaron disipadas cuando hablamos de ciertos *softwares* con los que estaba familiarizada.

La última parte era la que más me atemorizaba, pero finalmente llegamos a ella: mi estatus laboral y mi conocimiento del inglés. Me hubiera gustado decirle que conocía esta lengua tan bien como mi español, pero la verdad era otra. Ante mi respuesta de "estoy estudiando, pero puedo leerlo más fácilmente que escribirlo o hablarlo", cambió su expresión optimista para quedarse meditando por unos segundos con la mirada sobre su escritorio. En seguida de ese primer tropiezo pasó al segundo: "¿tienes papeles para trabajar?" "No", contesté tajantemente como para concluir lo más pronto posible con mi martirio.

Ezequiel Montes, propietario de la revista de entretenimiento *Tele Guía de Chicago*, buscaba un editor o editora que se responsabilizara de la publicación semanal, teniendo bajo su cuidado la producción general supervisando cada uno de los departamentos integrados por programación, ventas y publicidad, editorial --que incluía reporteros--, redacción, diseño y composición gráfica.

La vacante significaba un alto rango para mí: tener bajo control todos esos departamentos representaba una posición a nivel gerencial y aunque no lo mostré, ni me apresuré, sentí que el trabajo no era para mí; conociendo de antemano mis limitaciones idiomáticas y gubernamentales --mismas que cuando hablamos de ellas observé en él evidentes cambios de actitud--. Por adelantado interiormente me autodescalifiqué.

Durante la entrevista no me sentí incómoda de hablar con "Zeke" Montes - como lo llamaba el anglo ante la dificultad que les representaba pronunciar su nombre, Ezequiel-; me parecía un proceso natural y en lo que a mí tocó la conduje lo más honestamente posible. Tras interrogarme sobre mi vida personal calló por unos minutos, por mi parte deduje había terminado el encuentro. Mientras tanto, diversas ideas pasaban por mi mente, pensaba que una vez que me rechazara podría dejar la puerta abierta a otras posibilidades, quizá como colaboradora o haciendo trabajos *free lance*.

Finalmente retomó la conversación. Empezó a hablar pausada y cuidadosamente sobre mi estadía en este país, mi condición de indocumentada, los riesgos y peligros a los que esa situación me exponía, mientras ese monólogo ocurría, para mí significaba el preámbulo a una justificación a fin de hacer menos desilusionante el momento en que dijera: " seguiré entrevistando otros candidatos, voy a elegir entre los que se han presentado; déjame pensar y te hablaré en unos días o, discúlpame pero dada esa condición no podemos hacer nada". Hablaba y hablaba. Me explicaba de cuestiones laborales en Estados Unidos que en ese entonces ni me preocupaban y ni siquiera entendía desconocía las instituciones por lo que todo ese tiempo permanecí sólo escuchando.

Por último dijo: “Esta es una compañía pequeña y te puedo pagar por ahora sólo el salario mínimo. ¿Quieres pensarlo o cuándo quieres empezar?”.

Pies de página:

- 1) J. Antonio Paoli, La Comunicación. (Méx. 1977), p.42.
- 2) Paoli, op. cit., p. 39.
- 3) Florence Toussaint, Crítica de la Información de Masas. (Méx. 1988), p.15.
- 4) David K. Berlo, El Proceso de la Comunicación: Introducción a la Teoría y la Práctica. (Buenos Aires, 2000), p.117.
- 5) "Pequeño Larousse Ilustrado", Ediciones Larousse. (Méx.1979), pp. 22-585.
- 6) Berlo, op. cit., p.117.
- 7) Ibid., p .125.
- 8) Sapir-Whorf, *cit pos.*, David K. Berlo, El Proceso de la Com. (Buenos Aires, 1978), p. 41.
- 9) Berlo, op.cit., p.142.
- 10) Ibid., p.143.
- 11) Paoli, op.cit., p. 32.
- 12) Ibid., p.33.

CAPÍTULO IV.

4. Ejerciendo el Periodismo en Estados Unidos (Chicago, Illinois).

Empecé a trabajar de inmediato. Me integraba productiva y socialmente a la vida norteamericana dividida entre dos mundos: mi lengua nativa, el español, mismo en el que publicaba, y la lengua oficial del país en el que ahora radicaba y recibía información, inglés.

En realidad, la compañía era pequeña. Sólo tenía cinco años de haber iniciado (1985), surgiendo como uno de los primeros medios de comunicación editado en español en esta ciudad. Las instalaciones se localizaban en el segundo piso de un céntrico edificio en la Avenida Cermak, perteneciente al suburbio de Cicero, hoy en día reconocido gracias a su alta concentración de población hispanoparlante.

En mi primer día de trabajo me fue asignada una oficina entre la sección de ventas y el área perteneciente al dueño de la publicación. En el ángulo opuesto se encontraban conjuntamente el departamento de diseño, los capturistas de información y el departamento de programación televisiva; al centro estaba la recepción y contabilidad. Los reporteros trabajaban como *free lance* y a partir de mi llegada se reunían conmigo semanalmente días antes de la hora de cierre de la revista, que se publicaba cada semana. Mi nuevo jefe, Ezequiel Montes, fue el encargado de conducirme a lo que sería mi lugar de trabajo: una diminuta oficina acondicionada con un enorme equipo de computación y un teléfono.

Ezequiel había llegado a Estados Unidos acompañando a sus padres cuando era un niño. La mayor parte de su vida había crecido en este país por lo que se expresaba con soltura cuando de inglés se trataba; caso contrario ocurría cuando lo intentaba en español, lo que a veces resultaba embarazoso para quienes lo escuchábamos, pero en apariencia para él no había la mínima dificultad.

Cuando tuve en mis manos a *Tele Guía de Chicago*, percibí que comparado con su equivalente mexicana *Tele Guía* difería, primeramente, en tamaño, mientras la primera publicación correspondía a las dimensiones de una revista como lo sería *TV Novelas*, la segunda mostraba dimensiones más pequeñas. Observando con detenimiento su contenido había algunas variaciones, pero el concepto general era el mismo enfocado principalmente a la programación televisiva con editorial encaminado a la industria del entretenimiento. Llegado el momento me fue aclarado que no existía relación alguna entre una y otra publicación, pese a compartir numerosas características incluido el logotipo.

El largo andar por las actividades de la comunicación había ya contribuido a definir mis preferencias de trabajo dentro de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva. Sabía concretamente que ser reportera era lo que más me apasionaba tal y como lo define "El Manual de Periodismo" de Vicente Leñero y Carlos Marín: "Sujeto clave del periodismo informativo. Recoge noticias, hace entrevistas, realiza reportajes.

Está en contacto con los hechos". (1)

Sin embargo, súbitamente me convertía en lo que este mismo Manual define como director: "Es el realizador y primer responsable de todo lo que tiene que ver con la función periodística". (2)

Después de presentarme con el personal que integraba cada departamento --no más de una persona en algunas áreas--, y de que el jefe me indicara que debía estar pendiente de ellos, pues estaba bajo mi responsabilidad lo que allí se produjera, la tarea inmediata era "familiarizarme" con las ediciones recientes de la revista a fin de efectuar los cambios necesarios. A primera vista resultaba evidente que la organización laboral era improvisada, por llamarla de alguna manera; cada quien hacía lo que podía, no lo que debía.

4.1. Periodismo en español.

Luego de revisar a grosso modo el contenido de la revista, con optimismo concluí que por el sólo hecho de salir a la luz en una comunidad en constante expansión y amplia necesidad de información, ya tenía gran potencial en donde existían mínimas publicaciones escritas en español. Contaba con un público receptor bien definido, los hispanoparlantes y con posibles anunciantes en la búsqueda de ese nicho; sin embargo, su contenido, producción y calidad distaban mucho de ser realmente periodísticos. La mayoría de sus artículos estaban compuestos por transcripciones de comunicados de prensa y "refritos" de otras publicaciones en español; contadas ediciones incluían notas locales donde los reporteros intentaban editorializar (sin sentido) antes de informar, abusando de los adjetivos que delataban su idolatría por el personaje en cuestión, pero nada que informar o aportar. La redacción no existía como tal y la ortografía pedía ayuda a gritos.

Tele Guía de Chicago tenía un tiraje de 20 mil ejemplares semanales. Su nombre se extendía al lema: "La revista para toda la familia". Con el fin de reforzar tal frase se incluía un artículo deportivo, uno de cocina y una página para colorear dirigida a los niños, además de los rigurosos horarios de programación televisiva y notitas de espectáculos. Un viejo archivo formado por fotografías recortadas de otras publicaciones servía para ilustrar algunas de las páginas.

Enorme responsabilidad caía sobre mi espalda. Sin desanimarme intuía que la tarea no era fácil. A medida que avanzaba el tiempo y me adentraba en el trabajo, me daba cuenta que también volvía a empezar en el periodismo. Por fortuna, lo vislumbré como algo valioso a fin de no desalentarme: estaba siendo parte del proceso de gestación del periodismo en español dentro del ámbito profesional en Estados Unidos. En ocasiones sentí que retrocedía profesionalmente en lugar de avanzar, pero el tiempo, la constancia y el trabajo me demostrarían lo contrario. En la zona metropolitana de Chicago el único periódico que circulaba con regularidad era el semanario *La Raza* --que ya tenía una antigüedad cercana a los 10 años-- y publicaba la mayor parte de su contenido en español, y al igual que *Tele Guía de Chicago* se distribuía en establecimientos comerciales de productos hispanos, sobre todo en

aquellos negocios que se anunciaran en las publicaciones.

Por el momento no había más. Esporádicamente aparecían y desaparecían otros intentos de “publicaciones”, algunas en español y otras bilingües pero sin consistencia. Los periódicos *La Extra* y *Lawndale News* circulaban semanalmente publicando un mínimo de artículos en español; ambas publicaciones pertenecían a inversiones extranjeras.

Mi entrada a la cultura anglosajona no se daba como cualquier otro inmigrante que aunque sea un profesional, generalmente aplica su experiencia previa en otras áreas de trabajo totalmente ajenas; en este caso estaba respaldada por conocimientos y práctica que me sostenían para llevar a cabo la empresa, claro; sin dejar de estar consciente de mis limitaciones en la lengua y cultura norteamericanas, por lo que partí de la idea de que debía convertir esta publicación en un efectivo medio periodístico ya que en este caso tenía la oportunidad de contar con las mejores herramientas, ser nativa hispanoparlante y la experiencia profesional del periodismo en español en uno de sus lugares de origen: México.

El optimismo y energía con la que Ezequiel Montes --antes vendedor de publicidad-- hablaba de los proyectos y planes para el crecimiento de la revista eran contagiantes y convincentes lo que contribuía a sobrellevar con optimismo la pesada faena. Ese mismo empuje se veía reforzado con su pasión y constante actualización del equipo tecnológico, área en la que hacía nuevos descubrimientos y hacia esa dirección mi conocimiento avanzaba.

4.2. En práctica la experiencia mexicana.

Ante la búsqueda por identificar el verdadero interés público de la población, a través de la revista, la respuesta de mi jefe no admitía duda: "yo conozco a mi gente". Tal afirmación sentaba sus bases en el sólo hecho de ser hijo de inmigrantes mexicanos, por lo que consideraba que ello le daba la seguridad de creer estar produciendo lo que la población hispana "quería". Pero ¿realmente la revista contenía elementos de interés periodístico?

Conforme al Manual de Leñero y Marín, los factores de interés común en una comunidad tienen que ver con la actualidad: "A los lectores [...] y al auditorio de noticiarios les interesa estar al tanto del acontecer social oportunamente. Lo que en la mañana es noticia puede no serlo en la tarde...". (3)

Numerosos planteamientos fluían al mismo tiempo que examinaba la revista. Me preguntaba si dentro de su categoría, los espectáculos, realmente estaba al día, incluyendo su pequeña sesión deportiva, los eventos, ¿eran atractivos? ¿Creaba expectativa? ¿Se percibía un seguimiento en determinada información a fin de mantener la atención del público? ¿Era palpable la hazaña de algún personaje o grupo de ellos? ¿El avance ante determinada situación y su trascendencia en la comunidad era transmitida entre los lectores en alguna de las notas editoriales de *Tele Guía de Chicago*? Estas eran algunas de las incógnitas a resolver pero a primera impresión

percibí que por el momento muchas estaban ausentes.

Ante lo rudimentario del sistema interno de trabajo y las limitaciones profesionales (a excepción del diseñador de arte, el resto del personal incluyendo al mismo *publisher* o dueño de la revista, la mayoría eran trabajadores empíricos que aplicaban algunas de sus mejores habilidades trabajando en la empresa, tal y como sucedía en México en los inicios de la profesión periodística), no resultaba sorprendente entre los miembros la ausencia de los elementos más básicos que requiere el desarrollar una publicación, empezando con el desconocimiento del uso apropiado del lenguaje español.

Aproveché al máximo la confianza y libertad a manos llenas que se me dio desde el principio. La acción fue mi mejor arma; evitaba polemizar o demostrar discutiendo mis "grandes ideas o talento con "Zeke" Montes. Sabía que había mucho trabajo por hacer. En la misma proporción que reconocía no saber mucho (o nada) del manejo de la prensa en inglés en Estados Unidos, asimismo estaba consciente hasta donde podía llegar mi conocimiento y habilidad en el campo del periodismo en español en esta empresa donde se pretendía producir una revista dirigida a lectores hispanoparlantes con representación mayormente mexicana.

Inmediatamente empezaron los cambios bajo mi total responsabilidad. Corregir ortografía y redacción de todo el contenido --incluidos los anuncios-- fue la primera tarea. El siguiente paso fue precisar las responsabilidades que le correspondían a cada área de trabajo (no sin ciertas inconformidades por quienes no eran mis simpatizantes), para luego entrar en contacto con los "reporteros", quienes eran jefes de familia con la fortuna de ocupar puestos de mando en sus empresas y practicaban la actividad a manera de pasatiempo los fines de semana, uno de ellos cubriendo eventos tanto deportivos como de entretenimiento, y los otros dos "exclusivamente" espectáculos, en especial aquellos que a ellos mismos les gustaban. Sin un jefe de redacción o cabeza que les asignara actividades, algunas veces llegaban con "Zeke", le platicaban cierto acontecimiento, le pedían un *backstage* o pase de prensa y prometían traer la nota al lunes siguiente (pudiendo llegar el miércoles sin noticias), mecánica que tomaría tiempo en cambiar, pero que finalmente tomaría un rumbo más serio.

Desde la que fue mi primera participación por completo en la producción de la revista, eran perceptibles los cambios cuidadosamente seleccionados en el contenido con base en la información recibida tanto de comunicados de prensa, como de agencias noticiosas --de las que aún se recibía información por teletipo--, así como notas locales de los reporteros editadas y corregidas a verdadera conciencia por razones obvias antes explicadas. También se rediseñaron algunos de los anuncios y logos de las secciones con la ayuda siempre entusiasta del director de arte.

Ante la evidente satisfacción de mi jefe la fisonomía de la revista poco a poco cambiaba, al mismo tiempo que él contaba con mayor libertad para dedicarse de lleno a las relaciones públicas en favor de la compañía, la venta de anuncios a grandes corporaciones y a algo que resultaba nuevo en mi trayectoria periodística: la venta pública de la portada y del espacio editorial que la acompañaba. Comprendí entonces el

criterio para seleccionar el material de la cubierta, el equivalente en el periodismo a las "ocho columnas"; entendí el verdadero motivo del porqué siempre él decidía qué iba al frente, cuando algunas veces a mí me parecía irrelevante y por qué el artículo que respaldaba la portada debía ser siempre escrito por mí, por nadie más, así como nadie más que él podía acordar el costo de este trabajo... hasta ese momento.

Las negociaciones por la cubierta y primera página eran abiertas, nada oculto. Nada tenía que ver con lo que inicialmente me pareció una forma corrupta de embute o malos manejos en la práctica periodística, era la forma en que en Estados Unidos manejaba el periodismo y así lo había aprendido "Zeke". A través del tiempo y de la naturalidad con la que de ello se hablaba, me di cuenta que en realidad era la técnica que acá se aplicaba, se vendían portadas y espacios editoriales a puerta abierta, como en una subasta; el mejor postor se llevaba la portada, si no es que previamente existía un contrato de compra exclusivo. La mayoría de las veces la oferta y demanda giraban alrededor de los dos canales locales de televisión en español, uno representando a *Telemundo* y el otro a *Univisión*. Descubría el estilo de hacer periodismo en este país, todo un paquete al que yo misma sintetizaba con la siguiente fórmula: **imagen + información = publicidad.**

Ante la dinámica anterior resultaban comprensibles los argumentos de Martín y Salomón señalados en: *Unreliable Sources*: "Ha sido edicto sagrado entre profesionales de la media que noticias y publicidad (iglesia y estado) deben mantenerse por separado. [...] Pero esta regla de oro en el Periodismo es rota todo el tiempo. Ben Bagdikian ex-decano de la escuela de Periodismo en la Universidad de California, señala" ' La pared de separación entre noticias [...] e intereses comerciales está siendo sistemáticamente privada a niveles institucionales en el periodismo. La práctica de seleccionar noticias basadas en la idea de hacer la publicidad más efectiva, se vuelve cada vez más común alcanzando estatus de precisión científica y sabiduría en la industria editorial". (4)

Establecer acuerdos entre los vendedores de publicidad y el departamento editorial fue otras de las tareas a definir. Fue necesario coordinar horarios de cierre (*deadlines*) a fin de impedir la anarquía existente provocada por la llegada de un anunciante a última hora, ocasionando que se modificara toda la producción, sin mencionar detalles en la obligada corrección de textos y algunas veces los diseños gráficos de estos anuncios.

Dado que los anunciantes eran la fuente principal de ingresos para la subsistencia de la revista, existía entre los vendedores un aire de "grupo privilegiado" al que se le perdona todo por llegar con una nueva fuente de ingresos, pasando a segundo plano el respeto a los lineamientos profesionales. La coordinación interna marchaba; las numerosas limitaciones eran menos perceptibles gracias a la organización del trabajo y planeación. Mi nombre en el directorio de la revista apareció desde la primera semana de trabajo lo que me comprometía aún más a alcanzar el mejor de mis esfuerzos, así también la correspondencia empezaba a llegar a mi atención y, junto con ello mis primeros problemas con las llamadas telefónicas... en inglés.

Al principio era verdaderamente vergonzoso no poder establecer comunicación con mis interlocutores siendo la editora. Yo misma me preguntaba cómo era posible que tuviera esa posición y no poder intercambiar información con el mundo exterior: "Los editores, como clase de más antigüedad que la de los periodistas jornaleros, forman sus actitudes durante un aprendizaje bastante largo; [...] los editores no reciben órdenes sin ninguna protesta. Hay discusión, acción recíproca, debate. El editor pelea por sus puntos de vista, pero se da por sentado que el director dice la última palabra cuando así lo desea". (5)

Mientras se trataba de comunicados de prensa, escritos, boletines y textos de agencias de noticias me sentía como pez en el agua, incluso traduciendo algunos de estos documentos del inglés al español, pero no era lo mismo cuando tenía que hablar, atender alguna llamada al otro lado de la línea telefónica, así que debía ingeniármelas para salir lo más airosa posible de semejante situación. En principio opté por la recepción de mensajes, así al momento de regresar las llamadas tenía una idea del objetivo de la comunicación, dependiendo de la organización; con los nombres o apellidos que dejaban mantenía la errónea esperanza de que mis interlocutores hablaran español. Totalmente desprotegida encaminé mis primeros pasos por la espinosa vereda del inglés con la primera y única frase completa que se convirtió en mi arma de batalla que por tonta que hoy parezca, en ese entonces para mí era un logro y con suerte, mi pase al inicio de una accidentada comunicación: "*Hi this is Elizabeth Quan Kiu, from Tele Guía. Do you speak Spanish?*".

De esta forma se dieron mis primeros encuentros con el *spanglish* y "creaciones personales" del español, ante lo apremiante de la situación y exigencias del trabajo las aberraciones y malas pronunciaciones en esos momentos pasaban a segundo plano. Mientras tanto, mi oído se acostumbraba al sonido de las palabras en inglés y a la forma de conducir un diálogo profesional dentro del mercado anglo de la comunicación, mismo que en su mayoría tenía como finalidad solicitar la cobertura de un evento o darle seguimiento al envío de un costoso *media kit*. (Paquete de prensa conteniendo información y algún regalo, playeras, gorras o discos).

Aunque en mis ratos libres estudiaba inglés, sentía muy lejano el día en llegarlo a dominar en la misma medida que el español: con énfasis y pronunciación correcta; escribirlo con coherencia, lógica gramatical, y leerlo sin detenerme a consultar el diccionario para entender el contenido general del mensaje. Con el tiempo comprendí que aunque mis objetivos eran válidos, no eran realistas debido a que el acento nativo, cualquiera que éste sea --latino, europeo u oriental-- no se pierde (se puede suavizar). Para escribir artículos en inglés al igual que lo hacía en español, debía pensar, sentir y tener los mismos antecedentes culturales que provocan la vehemencia y necesidad de comunicarlos en español, así que a lo más que podía aspirar era a escribir textos acartonados o rígidos, comprensibles y sin errores gramaticales; nada especial. En cuanto a la lectura era más fácil de asimilar el uso del diccionario, pues si en mi lengua nativa siguen existiendo momentos en los que debo recurrir a esta guía para comprender el significado de una palabra, por qué con una segunda lengua no iba hacerlo.

Poco a poco iba derribando obstáculos producto de mis propias limitaciones. Animada por el desenfado con el que algunos decían hablar español pese a sus evidentes tropiezos y mal uso del vocabulario, opté por hacer a un lado mis prejuicios acerca del buen uso y aplicación de la lengua que predicaba con el español y empecé a hablar el inglés de "oído". De antemano sabía que lo destruía al tratar de articular mis ideas pensando en español y hablando en inglés, pero estaba consciente que había dejado atrás el aislamiento personal y profesional provocado por la inseguridad de hablar inapropiadamente. Hoy en día celebro tal decisión porque me liberó para practicar una segunda lengua con fluidez, con acento, con ciertos tropiezos gramaticales (que trato de pulir día a día), pero sin limitaciones para alcanzar mis objetivos en esta sociedad.

Los avances no vienen solos, traen consigo retos. Tras establecer la dinámica interna laboral, me di a la tarea de mantener contacto externo con otras compañías localizadas en *Miami* y *New York* de las que investigué si se podía obtener material fresco y reciente, al mismo tiempo que actualizábamos el archivo fotográfico con impresiones originales y profesionales. También fue otra forma de dar a conocer la revista, no sólo entre los lectores, sino dentro de la misma industria.

Una acción desencadena otra, por lo que artistas del momento que pasaban por Chicago en promoción visitaban *Tele Guía* o la publicación era invitada especial en sus eventos, pues gracias a las relaciones de trabajo previamente establecidas con compañías promotoras hispanas en Estados Unidos obteníamos entrevistas de primera mano con algunas de las estrellas del momento en el mercado de habla en español. Por otro lado las secciones de cocina, deportes y entretenimiento en general lucían nuevas caras con logotipos rediseñados y contenido fresco. De la misma forma, el caudal de información que se recibía tanto a nivel local como nacional crecía y no me pasaba inadvertida la constante llegada de numerosos paquetes informativos e invitaciones del gobierno de la ciudad de Chicago y otras dependencias gubernamentales, lo cual, aunque no era la línea editorial de la revista, atraía fuertemente mi atención.

Reporteros y vendedores de publicidad tenían fechas y horas de cierre y cada uno seguía una fuente específica de trabajo, lo único que caminaba a marchas forzadas era la redacción y ortografía de los primeros. Por otro lado, contábamos ya con un directorio de agencias de relaciones públicas, producción, firmas discográficas y se expandía el archivo fotográfico. Por último, mis frases en inglés aumentaban y se oían más espontáneas que memorizadas.

Hasta aquí había puesto en práctica gran parte de la experiencia adquirida en México --tanto académica como profesional-- como correctora, responsable de redacción, edición, trabajo conjunto en diseño gráfico, publirrelacionista, reportera y a veces hasta como fotógrafa. Era sólo el principio... Mi experiencia seguiría enriqueciéndose y mis aportaciones continuarían junto con mi aprendizaje.

4.3. Desempeño, aprendizaje y evolución profesional en Estados Unidos.

Durante el transcurso de la semana existía gran movilización en diversos eventos y no precisamente de espectáculos o entretenimiento, sino "actos de presencia" por llamarlos de alguna manera, benéficos para los intereses comerciales de la propia revista; como lo pude comprobar cuando mi jefe --quien solía presentarse en alguno de ellos-- motivado por su confianza y entusiasmo en mi desempeño, decidió sacarme de mi "pecera": era tiempo de salir al *field* norteamericano y familiarizarme con la prensa de este país.

Con Ezequiel nunca sabía de qué se trataba concretamente el evento hasta que estábamos ahí y hacía mis propias investigaciones, además no preguntaba para no provocar que tal reacción delatara mi nerviosismo ante la posible cobertura de un encuentro comunicacional en un ambiente totalmente anglo, situación que me preocupaba por la idea de que ante mi desconocimiento del idioma inglés el verdadero sentido de la información se perdiera, tal y como lo afirma la Universidad de Colorado en una de sus ponencias dedicadas al área sobre Comunicación: "La diferencia de idiomas incrementa enormemente los problemas de comunicación, aún cuando el comunicador tenga algún conocimiento del otro idioma. Lenguaje significa mucho más que sólo palabras; es también una manera de pensar, ver y definir el mundo. Como resultado, traducciones veraces, especialmente de ideas abstractas, son verdaderamente difíciles". (6)

Recuerdo que en una de nuestras primera salidas de trabajo, como toda una profesional tomé mis herramientas auxiliares: grabadora y cámara fotográfica (¿grabadora?, si no iba a entender nada), para enterarme hasta el lugar de los hechos que estábamos presentes en un acto en apoyo político (sin entender exactamente la magnitud del evento) a la reelección del entonces gobernador republicano de Illinois, Jim Edgar.

Evidentemente, se trataba de un acto cien por ciento norteamericano y político que, dada mi ignorancia en el sistema (*ignorance is bliss*), no me intimidó, y contribuyó a revivir mi antigua práctica por los pasillos del Ayuntamiento de Guadalajara, guardando las debidas proporciones. Pronto encontré mi dirección: una de las asistentes del gobernador hablaba *spanglish*, suficiente para recabar material de trabajo. Este evento fue el primero de muchos otros en los que trabajamos conjuntamente el dueño de la revista y yo; mientras él establecía "contactos" y relaciones públicas, yo me dedicaba a la tarea periodística para luego, de inmediato regresar y cumplir con las tareas dentro de la oficina. Dada la experiencia y aprendizaje que adquiriría en cada una de las áreas de trabajo, trataba de programar las actividades a fin de cubrir lo mejor posible cada una de las "bases".

La práctica y arte de las Relaciones Públicas en Estados Unidos no es casual, he tenido la oportunidad de percibir que es todo un aparato profesional. Sirva de ejemplo mencionar que tan sólo los grandes periódicos de este país se encuentran inundados por la intervención y trabajo de las oficinas profesionales que representan a las corporaciones.

Un estudio realizado por *Scott M. Culip*, ex decano de la escuela de Periodismo y Comunicación de Masas en la Universidad de Georgia, encontró que 40 por ciento de las noticias incluidas en un periódico típico de Estados Unidos tenían su origen en boletines de prensa basados en torno al trabajo realizado por las oficinas de relaciones públicas. En ellos se encontraban relatos de memorándums, características y sugerencias de una gran diversidad de productos convertidos en materia de información, también había comunicados enviados por agentes de ventas en Bienes y Raíces, firmas industriales o empresarios de grandes compañías a quienes se realiza como destacados personajes, dándoles un cariz noticioso, por lo que no es accidental que las relaciones públicas en Estados Unidos sean empleadas por emporios industriales como un eslabón importante en la comunicación masiva, alcanzando su máxima expresión cuando son aplicadas en situaciones de desequilibrio, pérdida de control o crisis. (7)

Considero que un factor decisivo en mi sobrevivencia dentro del periodismo bilingüe en Estados Unidos lo constituyó la determinación con la que defendía el quehacer o deber de informar, y así servir a la comunidad hispana, que estaba mucho más desprotegida que yo misma, pese a que contaba con una educación superior y experiencia profesional. Sin embargo, reconozco que sin lugar a dudas la labor pudo haber sido mucho más eficaz y fácil, si en la emisión del mensaje hubiera tenido un mejor conocimiento del inglés, que era la fuente informativa predominante, de primera mano. Respecto a lo anterior y al efecto de las barreras culturales en el proceso comunicacional, la Universidad de Colorado que imparte la carrera de *Mass Communication*, señala:

La cultura afecta la sustancia y estilo de la comunicación. La cultura determina como la gente se comunica entre sí misma, con quien habla y cómo.[...] Dichas diferencias pueden ocasionar que los integrantes de culturas diferentes mal interpreten qué se dice y qué no, resultando en malos entendidos. (8)

A fin de evitar al máximo traspasar mis propios obstáculos, buscaba sustituir los posibles vacíos o malentendidos en la información, recopilando datos y mensajes que reunía por mi cuenta antes, durante y después de cada acto e interpretaba de acuerdo a las nuevas costumbres (anglas), todo tipo de lenguaje incluidas expresiones faciales y corporales, agotaba mi energía y recursos hasta el cansancio a fin de lograr comunicar el contenido lo más apegado al original.

La prensa estadounidense en el campo de acción, está constituida por representantes de medios impresos y electrónicos, tanto anglosajones como étnicos o comunitarios; entre ésta última categoría Tele Guía estaba clasificada. Ante la escasez de medios de comunicación en español, quizá también a la falta de comprensión de este idioma por organizadores anglosajones -la problemática del idioma a la inversa-, éramos incluidos indiscriminadamente en todo tipo de evento, en especial durante la década de los 90, cuando la explosión demográfica de hispanoparlantes iba en constante ascenso. Entonces se leía: "Un estudio del Instituto Latino de la Universidad de Northern Illinois muestra que el número de inmigrantes residiendo en Chicago aumentó un 60 por ciento --más de 300,000-- en el área metropolitana, entre 1970 y

1990, modificando 60 años de decremento y alcanzando su nivel más alto desde 1930. Las estadísticas demuestran que la situación económica del inmigrante mejora entre más tiempo vive aquí. El ingreso promedio para inmigrantes recién llegados entre 1980 y 1990 era de \$25,000.00 [dólares anuales], aquellos que llegaron entre 1970 y 1980 ganaban un promedio de \$34,000.00 y quienes llegaron entre 1960 y 1970, percibían ingresos de \$40,000.00. (9)

Inolvidable fue la experiencia de haberme integrado al grupo productor de noticias en Estados Unidos. Entre las características sobresalientes observadas durante estos encuentros, destacaba el orden y organización con el que se realizaban las actividades, el respetuoso trato y respaldo total para cada uno de los representantes de los medios, mismos que imperaba entre periodistas y entrevistados. Muy lejos estaba por verse el estereotipo actual en el que en ciertos casos, se personifica a los representantes de medios como depredadores y a los protagonistas del suceso como víctimas de ellos.

El respeto fue el primer común denominador entre colegas, protagonistas del evento e instituciones relacionadas. El estilo de preguntar en conferencias de prensa cambiaba totalmente a lo aprendido en México; mientras allá se buscaba encontrar el lado turbio o malos manejos de cualquier situación, en el periodismo estadounidense los reporteros siempre hurgaban por la parte optimista o amable del asunto, aún cuando ésta fuera totalmente adversa. Mientras que en México el reportero se caracterizaba por ser inquisitivo, los representantes norteamericanos se conformaban con la primera respuesta.

Al atender a la invitación de un evento se da por hecho el total acceso al personaje central o tema en cuestión, no existen barreras, intermediarios o publirrelacionistas que interfieran en el proceso comunicacional. En comparación con mi experiencia previa en México, la censura (*ensorship*) no existe en Estados Unidos; por el contrario, me parecía excesiva la libertad de expresión por parte de ciertos comunicadores, la cual, hasta la actualidad en ocasiones cae en el libertinaje, ante el desmedido control. Contrariamente, entre el receptor (público), en la mayoría (masa), es donde se registra una autocensura; el individuo mismo se muestra celoso --no temeroso-- a manifestar de manera abierta sus ideas, sobre todo en lo relacionado con política, religión y cuestiones financieras (dinero y negocios), temas comunes en cualquier ciudadano promedio de este país. La citas siguientes hablan del papel que juega la libertad de prensa, entre dos puntos de vista diferentes, el primero desde una perspectiva gubernamental y el segundo desde la posición de un comunicador profesional: "Para garantizar el flujo saludable e irrestricto de la información, los forjadores del nuevo gobierno incluyeron la libertad de prensa entre los derechos humanos básico consagrados en la Carta de Derechos de la nueva nación. Las 10 primeras enmiendas a la Constitución fueron proclamadas en 1791. La Primera Enmienda dispone, en una de sus partes, que el Congreso no promulgará ley alguna que menoscabe la libertad de expresión, o la libertad de prensa..." (10)

"En Estados Unidos la prensa defiende con insistencia una fundación constitucional firme. El gobierno no puede hacer una ley condensada de la libertad de

expresión o prensa. Tales derechos no son absolutos, por supuesto. No se puede gritar "fuego" en un cine completamente lleno a menos que lo haya. [...] Las cortes generalmente han defendido la prensa en contra de intentos por limitar su libertad.[...] La mayoría de restricciones en la prensa son autoimpuestas. [...]La libertad depende de la competencia". (11)

El estilo *Hollywood*, aparatoso y excesivamente maquillado está presente en cada uno de los actos norteamericanos, es parte de su cultura, de su esencia y se manifiesta en cada uno de los acontecimientos de la vida diaria, la tarea de informar no está excluida. En principio resultaba superficial ser testigo del extremado cuidado estético que reciben los reporteros de televisión, quienes son objeto de meticuloso cuidado por expertos en cada detalle de su apariencia personal, incluyendo guardarropa, maquillaje, peinado y hasta expresión facial. Situación que conduce en ocasiones a la extrema arrogancia de trabajadores de la prensa, no sólo en su apariencia sino en su trato personal: *"Cuando se trata de hablar de arrogancia, poderío y falta de confianza, probablemente las únicas personas que hacen que se vean mejor los abogados son los periodistas. Steven Brill"*.

Tal y como lo señalara *Neal Postman* en su tratado sobre lo que se traduciría como: *Divirtiéndonos Nosotros Mismos Para Morir*, los periodistas de Estados Unidos han perdido el sentido de su trabajo en especial los presentadores de noticias por televisión quienes de acuerdo con Postman, pasan más tiempo "con secadoras para el pelo y repasando *scripts* convirtiéndose en el grupo más encantador al estilo Las Vegas". Señala que ante la aparente indiferencia de la Oficina Federal de Comunicaciones, es bien sabido que aquellos del frente a la cámara de televisión sin atractivo físico, son eliminados para dar paso a los que reportan la noticia del día mostrando *glamour* en todo su esplendor_llegando a recibir salarios anuales que sobrepasan el millón de dólares. En lo tocante al "escenario" del evento, la mayoría de las veces es digno de una producción cinematográfica: luces de alta potencia, sonido de alta tecnología, globos, *souvenirs* (siempre regalos) y colores, pero no cualquiera, sino aquel acorde con la psicología subliminal; reinan los tonos que identifican al producto, al personaje o en la mayoría de los casos a través de ellos reina el marcado chovinismo norteamericano: rojo, azul y blanco, los colores de la bandera estadounidense. Por pequeño o insignificante que periodísticamente pudiera parecer un acontecimiento, siempre se agiganta ante el gran despliegue de recursos, igual que en la vida cotidiana, característica predominante del *american way of life*.

"George Bernard Shaw alguna vez observó que los periódicos son incapaces de distinguir entre un accidente de bicicleta y el colapso de la civilización. Hoy en día posiblemente diría que somos incapaces de distinguir entre el rompimiento marital de los Trump y el final del imperio comunista". (12)

Por su parte los especialistas y teóricos en comunicación estadounidense muestran serias reservas en relación al panorama bajo el que se desenvuelve la tarea de comunicar: *"Estamos en considerable peligro de perder nuestro máximo atractivo para las próximas generaciones. El Periodismo está ahora atrayendo más de una porción de pesos ligeros y 'carreristas' en lugar de redactores, reporteros y soñadores.*

Estamos atrayendo mucha gente que adora ser el centro de atención y muy poca gente que adora las noticias". (13)

En cuanto a la presentación de la información, es obligatorio que cada uno de los elementos envueltos en un acontecimiento presente las dos caras de la moneda, ambas partes en conflicto deben ser expuestas a fin de que la información se considere válida, especialmente en situaciones delicadas. Resulta obligado publicar cada una de las versiones envueltas a fin de que el lector cree su propio criterio a través del trabajo informativo, el cual de esta manera trata de reflejar objetividad y seriedad tanto para la publicación, como para su público. En conferencias de prensa destacan los informes cortos y concisos, directos al objetivo del tema para que el resto lo desarrollen los representantes de los medios de comunicación conforme a sus propios intereses y líneas de trabajo editorial. La información previa del profesional, el conocimiento del tema y la propia agresividad periodística determinan la calidad o abundancia de la información, junto con el tiempo que previamente haya sido invertido.

Hablar con toda libertad (tomando como antecedente la "libertad de expresión" practicada en México) del trabajo desempeñado por servidores públicos, incluido el mismo presidente de Estados Unidos, resultaba novedoso, extraño y algunas veces hasta de mal gusto, grotesco. La libertad de prensa que aquí presenciaba resultaba extrema, rayando más en el libertinaje, si tomamos como punto de partida el hermetismo con el que se maneja la información en México, en especial la política. Para argumentar lo anterior el siguiente ejemplo habla por sí mismo:

*"Me sentiría feliz si le diera a él (presidente Clinton), un **blow job*** en agradecimiento por mantener como legal el aborto. Creo que las mujeres americanas deberían hincarse en fila con la protección presidencial en las rodillas, en señal de gratitud por quitarnos de la espalda al sector religioso". Así contestó Nina Burleigh, antigua reportera y colaboradora de la revista *Times*, al ser cuestionada por Howard Kurtz, del *Washington Post*, sobre su opinión de la administración del expresidente Clinton en el campo femenino. 14)*

El periodista profesional emergido de las líneas estadounidenses (con estudios en este país, documentos de estadía legal) cuenta con todo un sistema legal de apoyo que le permite ejercer la profesión libremente, siempre y cuando se mantenga dentro de lo establecido en la Enmienda Número 1 de la Constitución de Estados Unidos que enfatiza la libertad de religión, expresión, prensa, asamblea y peticiones: "...la Primera Enmienda ha sido conciencia y escudo de todos los ciudadanos que dan noticias, que desean divulgar sus opiniones o que aspiran a influir en la opinión pública. Sin embargo, en los últimos dos siglos, los medios de comunicación que hoy denominamos simplemente 'los medios' se han vuelto infinitamente más complejos". (15)

Mientras que por otra parte dentro del mismo medio profesional existen grupos en los que persiste el clásico axioma adjudicado a A.J., Liebling: "*La libertad de prensa es garantizada solamente para aquellos que son propietarios de ella*". (16)

*sexo oral mencionado en inglés en su equivalente al lenguaje caló en español.

En cuanto al aspecto laboral, la prensa estadounidense cuenta con una serie de garantías individuales y como grupo que incluyen desde su propia sindicalización, salarios promedio con base en la preparación, antigüedad y un factor importante a considerar es la experiencia acumulada. La mayoría de medianos y grandes compañías periodísticas requieren por lo menos cinco años de experiencia en las salas de noticias, por lo que no es casual que los recién egresados de la profesión o, sin experiencia alguna reciban salarios de menos de 10 dólares por hora, cuando el salario promedio es de 10 dólares en adelante.

En Estados Unidos la corrupción, embute o "chayote", no existe de manera oculta, velada o delictuosa como se conoce en el medio periodístico mexicano, debido a que por adelantado son establecidos los términos y se sabe cómo y con quién se está trabajando; desde el principio quedan establecidas las reglas del juego, tanto en círculos privados como gubernamentales. Por otro lado, la venta de espacios publicitarios y editoriales junto con la abierta posición política de cada medio, determinan la conducta a seguir de cada uno de sus trabajadores, a quienes para acusarlos de haber cometido delito alguno en contra de la Primera Enmienda de la Constitución, deben ser objeto de juicio legal: *"La realidad dentro de esta situación es que intereses financieros juegan el principal papel para determinar que vemos y que no [...] La mayoría de los principales patrocinadores de la industria de la comunicación, son poderosas corporaciones multinacionales. Estos megapolios forman parte de la globalización y dominan las transmisoras y medios impresos mucho más allá de lo que la gente imagina".* (17)

Ante lo arriba mencionado no sorprende que las compañías farmacéuticas no toleren escenas en las cuales alguien comete suicidio a través de una sobredosis de pastillas o en casos extremos, los escritores se ven forzados a cambiar las líneas del argumento, como en el caso citado por y Lee y Salomón en el que dentro de las líneas del diálogo se debió de sustituir antes de salir al aire, la frase : *come demasiado* debido a que la firma que patrocinaba el programa era una corporación alimenticia.

De acuerdo con Lee y Solomon corporaciones como *Procter and Gamble* - reconocidos en todo el mundo por su amplia variedad de productos higiénicos-, controlan en gran medida lo que se publica en los medios pues sólo esta corporación sobrepasa en gastos por publicidad el billón de dólares anuales, en gastos por publicidad, llegando al grado de expedir un decreto como política, publicitaria mismo que señala: *no se difundirá material ofensivo que afecte directa o indirectamente a ninguna organización comercial* . (18)

Entre 60 y 70 por ciento del espacio en los periódicos está reservado para anuncios y 22 por ciento del tiempo de la televisión pertenece a la publicidad. Por lo que el mensaje emitido al público receptor estará basado en imágenes y necesidades ficticias lo que especialistas de la materia continúan debatiendo entre el fin de comunicar y el de comercializar: "Las cuestiones éticas siguen obsesionando a la prensa norteamericana. Una de las de más interés actualmente para los periodistas es, donde trazar la línea entre el derecho del individuo a la intimidad, y el derecho del público a saber". (19)

Mi labor como reportera se volvió cada vez más frecuente, cubriendo eventos en general, lo mismo de día que de noche pues como antes se mencionó, los reporteros sólo fungían los fines de semana. Mientras el tiempo transcurría se acercaba la posibilidad de utilizar el material que recibíamos del gobierno de la ciudad. Salir a la acción, al campo de trabajo además de realimentarse (*feed back*) sobre el ambiente periodístico, me permitió ver más de cerca la falta de orientación e información que aquejaba a la comunidad, misma a la que yo pertenecía. Como resultado de esas necesidades surgieron "espacios aliados" para la difusión de información social a la comunidad hispana a través de la misma revista de espectáculos.

La información gubernamental y de diversas organizaciones que consideraba útil a la comunidad, pronto encontró lugar dentro de los pequeños espacios que quedaban en las mismas páginas del *listing* (guías de teleprogramación). Derechos en la renta de vivienda, trámites de documentos, dónde recibir clases de inglés, programas de salud y eventos culturales; todos ellos servicios gratuitos, ahora eran difundidos. Respaldé esta iniciativa ante mi superior, presentándola como un servicio comunitario que nos permitiría mantenernos en las listas de prensa del gobierno (a mi jefe le interesaba estar bien relacionado con este sector) y estar presentes en sus eventos, a la vez que satisfacíamos a los lectores, se informaba y se familiarizaban con la revista no sólo como medio de entretenimiento, sino como vehículo de información, de esta manera cumplía con la responsabilidad social de la verdadera prensa: "La función de la prensa [...], consiste en proporcionar la comunicación o difusión que establece la realidad de instituciones sociales y facilita su control". (20)

Desde mi llegada a *Tele Guía de Chicago* existía una pequeña sección de media página llamada "*Línea Abierta*"; el texto era copia sintetizada del programa semanal televisivo del mismo nombre y trataba sobre casos migratorios. En él los anfitriones contestaban a preguntas del público y después de ser transmitido por el canal local de *Telemundo*, enviaban a la redacción de la revista, la sinopsis como parte de sus boletines de prensa. Entre la correspondencia que enviaban los lectores de *Tele Guía*, sobresalían las preguntas sobre problemática inmigratoria, por lo que aprovechando la coyuntura ya existente, propuse la posibilidad de obtener y contestar esas dudas con información de primera mano, de fuente directa en voz de los propios conductores del programa en lugar de que fuéramos sólo intermediarios. La idea no disgustó a mi jefe, por el contrario; la apoyó pero en esta ocasión necesitaba de su ayuda para llevarla a cabo, pues era necesario hablar personalmente (y no por teléfono o a través de alguna de las formas de la tecnología moderna) con los anfitriones del programa quienes eran funcionarios del gobierno de Estados Unidos: el entonces director de Inmigración (*INS* por sus siglas en inglés) para el medio-oeste, A. D. Moyer y su asistente Connie Lara, ellos conducían "*Línea Abierta*".

La palabra "migra" o inmigración es sinónimo de temor para todo indocumentado; mi caso no era la excepción. Cuando mi jefe obtuvo la cita y me lo comunicó me entusiasmó doblemente, dada la dificultad de entrevistarse con las altas esferas gubernamentales y al comprobar que no había "echado en saco roto" la idea; sin embargo, mi alegría fue fugaz cuando señaló que lo anotara en mi agenda porque iría con él. Al parecer mi estadia ilegal y seguridad en este país pasaban a segundo plano y

el deber era primero. Llegado el momento entré a "la boca del lobo" a donde acudí bajo mi propio riesgo. Salí libre de las imponentes oficinas inmigratorias localizadas en el centro de Chicago. No me esposaron ni deportaron; dejé el lugar como entré, junto a mi jefe, pero además salí con una entrevista de ambos personajes (el señor Moyer hablaba español) y, el acuerdo de colaborar con nosotros en la sección impresa de "*Línea Abierta*". Éste, mi primer encuentro de trabajo con el alto funcionario de gobierno estadounidense *Mr. Moyer*, sería el primero de muchos más.

Poco a poco mi contacto con el mundo externo se iba extendiendo, lo que me permitía incrementar los recursos informativos de la revista. Tuve la fortuna de introducirme en la vida de Chicago y sus eventos de la manera más interesante: como periodista y dos años después no sólo la credencial de *Tele Guía* respaldaba mi trabajo, sino la expedida por el gobierno de esta ciudad, lo que me permitía moverme a mar abierto en diversos eventos políticos, culturales y de entretenimiento, contribuyendo no sólo a mi propia formación profesional, sino también se veía reflejado en la revista, la que a través de información mostraba al hispano el camino a seguir hacia su adaptación en este país.

En la década de los 90 la economía estadounidense estaba en uno de sus mejores momentos y el "*boom*" hispano en su apogeo, por lo que la unión de ambos factores le otorgaba a la revista un lugar privilegiado dentro de los medios de comunicación locales: *A nivel local las estadísticas demuestran que más del 12% de la población de Chicago es Hispana. De los 188, 785 pertenecientes a este grupo, son responsables de familia, 16.5 por ciento cuentan con recursos económicos de \$50,000 (anuales) o más.* El periódico *Chicago Sun Times* continúa con los comentarios de Isabel Valdés, presidenta de *Hispanic Market Connections* quien en 1995, estimó el valor del mercado hispano en \$240 billones de dólares y explica: "*Este es el país con población de habla hispana, más rico del Mundo*". (21)

Mi trayectoria dentro de la oficina y fuera de ella continuaba enriqueciéndose, lo que me permitía interpretar con mayor facilidad los comunicados de prensa en inglés y resultaba más fácil al estar actualizada sobre los últimos acontecimientos en nuestro entorno. Asimismo, estrechaba el acercamiento con las corporaciones de las que, entre otras cosas, comprobaba lo establecido por el investigador en Comunicación de Masas, *Scott M. Culip*, cuando demostró que el 40 por ciento del contenido noticioso de los periódicos estadounidenses está compuesto por mensajes emitidos por las oficinas de Relaciones Públicas representando a estas industrias.

Haciendo un alto ante las dificultades que enfrenté dentro de la profesión en este país, mencionaré la barrera del idioma, la diferencia de niveles académicos o educativos con los contactos laborales, el heterogéneo público lector de habla en español y el llegar a comprender la relación periodística con las "intocables" corporaciones (empresas como *Mac Donald's, Procter & Gamble, United Airlines, Coca Cola, Ford General Motors, Kraft, AT&T* y *Sears*, entre otras). Difícil fue entender por qué Ezequiel me llamaba la atención por no incluir los paquetes de prensa (*media kit*) de las oficinas de Relaciones Públicas, derroches de arte, color, recursos económicos y descomunales logos, cuando para mí éstos solo representaban superficialidad y otra

forma de obtener publicidad gratuita. ¿A quién le importaba que *Mac Donalds* hubiera presentado a su personaje *Ronald* en un restaurante ubicado en la comunidad hispana? Estos comentarios provocaban que Ezequiel saliera de mi oficina respondiéndome sentenciosamente: "¡Me van a quitar la publicidad!".

Avanzaba hacia la integración en la vida productiva norteamericana a través de la profesión y el extenso aprendizaje que ésta me ofrecía, no sólo en cuanto a la misma actividad, sino a la oportunidad que me daba por estar cerca de los protagonistas de la noticia. Había logrado traspasar más allá de la pura fuente del entretenimiento. El contacto con el mundo externo y mi relación directa con la información me llevó a tomar conciencia de mi propia situación legal en este país. La relación previamente establecida con la oficina de inmigración para nuestra sección de "*Línea Abierta*" contribuyó a documentarme de manera detallada sobre mi condición de indocumentada, la cual se volvía mayormente apremiante al pensar en mis dos hijas, quienes entonces recibían educación básica y no quería exponerlas (al nivel que lo había hecho yo) a una vida de incertidumbre y, en el peor de los casos, a una deportación con todas sus consecuencias.

A principios de la década de los 90 la política inmigratoria se describía con editoriales como el siguiente: "*El sentimiento anti-inmigratorio es sólido en California, como lo muestran los recientes sondeos a la preposición 187. Los críticos de la iniciativa culpan al racismo y la xenofobia, pero posiblemente el mayor factor es el resentimiento de los nativos, hacia muchos extranjeros que vienen aquí [Estados Unidos], algunas veces violando la ley, esperando no sólo ser aceptados, sino también apoyado financieramente*". (22)

En mi país de origen, México, se leía durante la misma época: "...*Estados Unidos y otros países pertenecientes al grupo de las siete naciones industrializadas han acordado financiar un paquete de \$10 billones de dólares para estabilizar la devaluación del peso, cuyo valor ha caído hasta un 40 por ciento en una semana*". (23)

Ante tales circunstancias y haciendo acopio de valor decidí hablar del delicado asunto con mi jefe para solicitar su apoyo en la regularización de mi estadía en el país. Hacer esta solicitud fue para mi tan tenso y difícil como pedir un aumento salarial 100 veces arriba de lo establecido y sin merecerlo; sin embargo el temor a diversas medidas anti-inmigrantes y pensando en el bienestar propio y de mis hijas adquirí el valor que necesitaba para "pedir".

Una actitud solidaria y de total apoyo fue lo que encontré en la respuesta de "Zeke" Montes. Aunque honestamente hoy reconozco que no tenía idea de lo que pedía, sólo quería arreglar mi estatus migratorio y, creo que ni él mismo sabía la problemática a la que ambos nos estábamos enfrentando, misma que más tarde teníamos que explicar ante las autoridades, él como propietario de una compañía en tierra estadounidense y yo como profesionista extranjera solicitando ser "importada".

Al mismo tiempo que contrataba los servicios de una abogada que el mismo Montes me recomendó, continuaba con mayor entrega el compromiso que establecí

desde un principio con la revista volcando mi trabajo y dedicación; lo mismo era editora, reportera, redactora, fotógrafa y hasta en ocasiones, vendedora de publicidad.

Mis esfuerzos se veían compensados con el reconocimiento a mi labor por parte de diversas organizaciones comunitarias, empresariales y el apoyo incondicional del propietario de la revista, lo mismo respondía a entrevistas en programas diversos, que representaba a mi jefe en eventos educativos, culturales y de esparcimiento, hasta finalmente llegar a ganar mi participación en convenciones de la prensa en español a nivel nacional teniendo mi primer encuentro en Las Vegas, con la *National Association Hispanic Publications*, (NAHP) organización de la que *Tele Guía de Chicago* era miembro.

A conciencia y con pruebas en diversas etapas se desarrollaba el proceso en la búsqueda por la tarjeta de residencia (*green card*) que de ser aprobada incluiría también a mi familia como residentes autorizados a radicar legalmente en este país. Hasta ese entonces no había regresado a México ni vuelto a ver a ningún familiar cercano ante la amenaza de no poder ingresar a Estados Unidos. No tenía permiso laboral, ni contaba con ningún tipo de documento legal que justificara mi presencia en este país. Resultaba tedioso, burocrático y complejo el proceso, pero me alentaba a seguir la idea de que si vencía los obstáculos sería admitida como profesional de origen mexicano contribuyendo al desarrollo de este país, sirviendo particularmente a la comunidad hispana. Asimismo, aseguraba a mis hijas en la continuación de estudios superiores (algo que parecía muy lejano, legalmente no se permite recibir educación superior a estudiantes indocumentados debido a sus altos costos) y eliminar el riesgo de deportación.

El procedimiento legal incluyó a las autoridades de Inmigración (*INS*), el Departamento de Trabajo de Estados Unidos, el Departamento de Trabajo Estatal de Illinois (*IDES*) y la Oficina Federal de Investigaciones (*FBI*), a quienes debía comprobar en teoría y práctica mi experiencia profesional (factor importante), nivel de educación académica e instituciones que la respaldaban, así como el someterme a concurso bajo la supervisión del Departamento de Trabajo del estado a fin de demostrar que no existía en Illinois un profesional con las características que *Tele Guía* exigía y por lo que debía importar o patrocinar una profesional extranjera. Requisito no menos importante era comprobar no tener antecedentes penales.

Los términos profesionales en que concluí cada uno de mis trabajos me daban la oportunidad de recibir como último reconocimiento a mi labor cartas de recomendación de las empresas a las que había servido, mismas que esperaban ser útiles algún día en una caja de cartón en México junto con el resto de mi documentación académica que incluía certificados de primaria, secundaria, preparatoria, licencia de locutor otorgado por la *Secretaría de Educación Pública* (SEP), constancias sobre cursos diversos y estudios del Francés, hasta el certificado de conclusión de estudios profesionales, el cual, tiempo antes de mi partida había tramitado en Ciudad Universitaria.

Por otra parte en Chicago tenía poco más de dos años de estar en el medio periodístico por lo que mi labor era ya reconocida dentro del sector hispano, lo que

contribuyó a obtener el respaldo de líderes y representantes comunitarios a través de cartas firmadas que avalaban mi trayectoria en este país, junto con las recabadas en México. Dicha documentación que fue anexada a un grueso expediente -el cual se volvió más voluminoso de lo acostumbrado debido a que todo documento era presentado por partida doble, cada original iba acompañado con su respectiva traducción en inglés-, fue sometida ante el gobierno estadounidense.

Como compañía *Tele Guía de Chicago* también tuvo su intervención: debía demostrar su solidez como empresa, su solvencia económica, calidad moral (ética laboral) y su responsabilidad como contribuyente en el pago de impuestos, todo ello con documentos oficiales. Llegado el momento fue necesario publicar un anuncio de empleo por una semana en uno de los periódicos de mayor circulación en Chicago y a la entrada de las oficinas de *Tele Guía*. Situación que provocaba gran ansiedad ante el riesgo en el que estábamos poniendo "mi posición". (VER APÉNDICE)

4.3.1. Alcanzando nuevos horizontes.

Casi tres años transcurrieron como parte de esta mecánica gubernamental, profesional y de sobrevivencia durante los cuales continuaba trabajando, estudiando y algunas veces viajando al interior del país, porque como antes mencioné no podía salir de territorio estadounidense y menos aún mientras se realizaba toda la investigación, comprobación de documentos y habilidades destacadas. La vida seguía su marcha con mayor tensión y expectativa no sólo ante la incertidumbre de los resultados en cada una de las etapas, sino que ahora mi familia y yo estábamos bajo la mira del gobierno estadounidense que de rechazar el proceso, ya estaba enterado de nuestra estadía ilegal en este país y podía deportarnos inmediatamente. (VER APÉNDICE)

Mientras todo ese cúmulo de sucesos ocurrían llegaba una nueva oportunidad a mi vida profesional, la oferta de asociarme a un inversionista anglosajón en el manejo de un periódico en español que había surgido un año atrás: *Mundo Hispano*.

Tras diversas entrevistas, antesalas con distintas oficinas de gobierno, largas filas de espera en las afueras de las oficinas del Servicio de Inmigración, recopilación de todos y cada uno de los documentos que exigían, investigar a mi familia cercana (padres en México) y no haberse encontrado candidato alguno con los estudios, características y experiencia en el periodismo en español, cinco años después de haber llegado a Estados Unidos mi familia y yo fuimos aprobados para radicar y trabajar como residentes legales en este país otorgándonos la tan ansiada *green card* ganada a pulso: gracias a los estudios y experiencia profesional adquirida trabajando desde mis años de estudiante dentro del Periodismo.

La propuesta de estar al frente de un periódico en el que estaría a cargo de cada una de sus secciones, implicaba gran responsabilidad pero no dejaba de ser atractiva económica y profesionalmente aunque me ponía en una situación de conflicto con la revista. A fin de aclarar mis ideas y tomar una decisión hablé primeramente con el propio "Zeke" Montes sobre esta nueva oportunidad que se me presentaba. Montes no parecía muy convencido pero todo apuntaba hacia un nuevo logro en mi carrera y no se

mostró ciego a ello.

De esta manera seguía la ruta más honesta posible para romper con lo establecido por *Warren Breed*, sociólogo estudioso de los empleados de periódicos, señala que dentro de las normas de comportamiento de los periodistas existe una clasificación de trabajo entre los integrantes del personal basada en la estrechez de relación con los ejecutivos, determinada por: "*Los que están obligados con el jefe, por motivo de favores y que por lo tanto sienten la obligación de apoyar su norma...*" (24). Y muchas veces seguir hacia esa dirección el resto de su vida, aún cuando afecte la propia carrera y evolución personal. Después de nuestra conversación... decidí anular el establecimiento de esa norma.

4.3.2. Recreando *Mundo Hispano Publications*.

Mundo Hispano tenía un par de años de haber surgido creado por un nativo de República Dominicana cuya actividad principal era la fotografía comercial. El nuevo propietario y ahora mi socio en esta reciente empresa, era nativo estadounidense, de ascendencia italiana. El era totalmente ajeno a la comunidad hispanoparlante pero conocía el mundo de los negocios y preveía la explosión del mercado de habla en español por lo que de antemano me aclaró que el periódico para él era la vía de participación e inversión dentro de este prometedor grupo y dejaba su manejo a mi discreción. Para mí, era la oportunidad de elaborar un periódico que reflejara el objetivo de informar a la comunidad hispana en cada una de las áreas de la vida diaria en este país a través de su contenido.

Dado el reciente procedimiento migratorio resultando a mi favor no dejé de laborar del todo en *Tele Guía de Chicago* -la misma ley exige permanecer en la compañía patrocinadora durante cierto periodo de tiempo-, por lo que mientras escribía para la revista pasaba gran parte del tiempo reestructurando *Mundo Hispano*.

A mediados de la década de los 90, mi trabajo en *Mundo Hispano Publications Inc.* empezó de raíz. Pese a que el periódico fue comprado como un producto ya establecido dentro del mercado hubo necesidad de someterlo a cambios en general, parte de los cuales estaba determinado por el sistema laboral y forma de vida americana proveniente del inversionista monetario; el toque cultural hispano así como la producción periodística, corrían bajo mi responsabilidad. Como socia mi principal aportación era mi propio conocimiento, experiencia, trabajo profesional, preparación académica y mi origen latino que me permitía dirigirme hacia el público lector con antecedentes culturales en común, especialmente en cuanto a la lengua.

Ante este nuevo reto tuve que empezar desde asistir a cursos de capacitación sobre la contratación de personal, conocimiento y manejo del equipo de trabajo incluyendo los *softwares* con los que se armaba y diseñaba el periódico, permitiéndome la entrada a un nuevo campo dentro del extenso ámbito de la Comunicación; esta vez relacionado en las áreas de producción editorial, gráfica, publicidad y circulación.

La combinación de una sociedad anglo-hispana manifestada a través de la

publicación fue factor a considerar en esta nueva empresa pues de alguna manera significaba continuar intensamente con el proceso de adaptación e integración del inmigrante hispano a esta sociedad, la cual se efectuaba desde la raíz por medio del periódico. No pasó mucho tiempo en cumplirse este objetivo el cual inició con el rediseño del logo en donde la intervención e influencia de ambas partes, el presidente de la compañía a la que pertenecía la publicación, Joe Giarritano y la mía como vicepresidente editorial y de producción mostraban esta mezcla de culturas sin que resultara casual que desde el logo se proyectara esta fusión: *Mundo Hispano Publications Inc.*, ahora añadía la leyenda: *Origen, Voz y Presencia*.

A la compra del periódico éste ya era de formato tabloide, aparecía semanalmente y estaba constituido por información general en la primera planas, juegos y pasatiempos para la familia, lecciones de inglés, cuidados básicos en el hogar, poemas y notitas de deportes lo que constituía un total de doce páginas en las que a veces se escapaba un comunicado publicado totalmente en inglés. Era evidente que la intención del fundador dominicano era entretener más que informar.

Mi nuevo trabajo me permitía libertad a manos llenas editorialmente hablando, por lo que crear un verdadero vehículo de información publicado completamente en español que hablara del verdadero *Origen* de la comunidad hispana, diera *Voz* a sus inquietudes al mismo tiempo que sirviera de tribuna informativa para manifestar su *Presencia* en Estados Unidos, era el objetivo a seguir en *Mundo Hispano Publications* pero había que comenzar de cero ya que aun sin un equipo de trabajo competente el proyecto quedaría sólo en buenas intenciones.

El comienzo de una larga cadena de tropiezos y trabajo extenuante dada la barrera del idioma, apenas iniciaba y era mi total responsabilidad subsanarla dado que el *publisher*, *Mr. Giarritano*, no hablaba, ni entendía y mucho menos escribía español. Resultaba novedoso el número de solicitantes profesionistas (en distintas áreas) hispanoparlantes que acudían al llamado de empleo, acostumbrada a encontrar que la mayoría de los inmigrantes latinos provienen de áreas rurales o campesinas, percibía de cerca cómo esa cara de la moneda estaba cambiando en el año 1994. La prevista "fuga de cerebros" empezaba a perfilarse ante mí como una realidad: "La fuga de cerebros que nos agobia y pone en peligro nuestro futuro ocurre a través de diversas formas [...] La fuga externa es la variedad más conocida y a la que se hace referencia cuando se habla de fuga de cerebros. Consiste en el exilio de [...] mexicanos que dejan nuestro país y se van a vivir al extranjero, en donde encuentran mejores condiciones de trabajo. Esta es una realidad dolorosa, que le ha costado a México alguna de su mejor gente. No se crea que es cosa del pasado; el éxodo es continuo y actual. En un país donde los investigadores somos tan pocos, cada uno que se exilia es una pérdida grave; además, son precisamente los más productivos, los que han formado grupo y han adquirido prestigio internacional, los que reciben las mejores ofertas del extranjero. Y no se crea que se trata de mercenarios, interesados únicamente en aumentar sus ingresos personales (aunque tampoco son sordos a la posibilidad de ofrecer una vida más cómoda a su familia); son científicos en búsqueda de más horas invertidas en investigación y menos energías gastadas en frustraciones". (25)

Pese a la presentación de certificados, diplomas y cédulas de trabajo, ninguno de los aspirantes se entendía con el inglés en ninguna de sus manifestaciones: ni hablado, escrito o leído. Y, era evidente que su actitud descontenta al tocar el tema no mostraba entusiasmo o predisposición alguna por aprenderlo. A cargo del área de redacción decidí por una joven que lo entendía pero se mostraba bastante insegura al hablarlo pese a que tenía buenas bases en el estudio del idioma, mucho mejores que con las que yo empecé. Lo interesante, como observación para esta memoria de trabajo, fue que los profesionistas en general de origen mexicano que habían tenido contacto previo y serio con el idioma inglés y algún acercamiento con el uso de computadoras eran graduados de escuelas privadas en México.

Poco a poco el grupo se fue integrando con los primeros diez empleados, sólo dos personas podíamos entendernos con Joe Giarritano en inglés y esas mismas éramos las encargadas de todo tipo de comunicación en esta lengua, externa e internamente; lo cual resultaba doblemente extenuante a diferencia de en *Tele Guía*, donde todos nos podíamos comunicar con el propietario en español, por lo que no teníamos que traducirle lo que hacíamos; además todos los empleados de la revista teníamos en común el mismo idioma como lengua materna.

El periódico casi de inmediato cambió su fisonomía y contenido. Informar, orientar, servir y entretener en ese orden fueron marcadas sus características principales establecidas con base en el interés comunitario; editado totalmente en español, cuidando al máximo la aplicación del idioma. Innovadoras secciones como noticias relevantes a nivel mundial, locales, Servicio a la Comunidad (información sobre eventos comunitarios y nuevas medidas regulatorias), *El Mundo en Hispanoamérica* (acontecimientos relevantes en países hispanoparlantes), *El Mundo de los Niños* (juegos, cantos y costumbres en países de Latinoamérica), se incluyó la programación televisiva, así como el incremento en el número de sus páginas a 24.

"*Línea Abierta*" el programa sobre inmigración transmitido por *Telemundo* salió del aire, súbitamente también desapareció su publicación de *Tele Guía* -donde mi ausencia era cada vez más prolongada ante las exigencias de *Mundo Hispano-*, situación que no me pasó inadvertida por lo que fui al rescate de ese servicio social del que previamente sabía lo que significaba para la comunidad; tras obtener una cita encaminé al presidente del periódico hacia las oficinas de Inmigración (ahora sin temor alguno), a fin de recuperar el acuerdo antes establecido pero ahora en dirección hacia el periódico *Mundo Hispano Publications Inc.*

El encuentro entre A. D., Moyer funcionario de Inmigración y Joe Giarritano presidente de *Mundo Hispano*, fue espontáneo lo que facilitó el establecimiento del acuerdo con la oficina de gobierno, por mi parte, desde mi desempeño en *Tele Guía*, seguí cultivando la relación profesional con el señor Moyer.

Una vez en marcha el proyecto la sección sobre temas migratorios se expandió a una página completa en nuestra publicación, en la misma, participaba no sólo el *INS* directamente como fuente gubernamental, sino también otros grupos comunitarios o dedicados a la materia, otros organismos no lucrativos como el Foro Nacional de

Inmigración (*National Immigration Forum*) en Washington, D.C., a quienes les dimos el espacio editorial necesario a fin de comunicar información fresca y útil que orientara y promoviera la legalización del estatus de los inmigrantes así como su problemática en ámbitos diversos de la vida diaria, situación que conocía por haberla vivido en carne propia.

Casi un año después de arduo trabajo y total responsabilidad sobre *Mundo Hispano Publications*, recibí la notificación de haber sido nominada dentro del grupo de las 100 mujeres más destacadas en diversas áreas de trabajo en Chicago. El reconocimiento era otorgado por la publicación *TODAY'S CHICAGO WOMAN* perteneciente a la cadena periodística anglosajona *Leigh Communications, Inc.*, que circula hasta hoy en el centro de Chicago con una publicación mensual de 50 mil ejemplares. El evento era celebrado con una edición especial que daba a conocer públicamente la labor realizada por cada una de las mujeres de Illinois elegidas... "100 mujeres haciendo diferencia". En el editorial publicado en la edición especial de junio del año 1995 se leía: "*100 Mujeres Haciendo Diferencia, nuestra meta era estrechar el grupo de candidatas alrededor del mágico número 100. No fue tarea fácil [...]...nos concentramos principalmente en mujeres que han hecho diferencia con voces gentiles que probablemente sus nombres no son por todos conocidos pero que a través de su labor han logrado hacer impacto...sean consideradas como nuestras mentoras, evidencia de que estamos logrando increíbles avances por mejorar el estatus de la mujer en cualquier ámbito...*". (26)

Ante lo extenuante de mi labor con el periódico, la revista y mi vida personal no valoré en toda su extensión lo que esta designación significaba y la propuesta en mi favor realizada, una publicación ampliamente reconocida dentro del mercado estadounidense me ubicaba al lado de mujeres destacadas en diversas áreas de la vida productiva como la ciencia, la cultura, el arte, la medicina, la labor social y lo celebraba con un esbozo de nuestro trabajo. Entre ellas estaba Jan Bartoszek, directora y coreógrafa artística, médicas como Shireen Ahmad, de la Escuela de Medicina de la Universidad Northwestern o Maggie Daley, primera dama de Chicago. Indudablemente, más tarde viví la gran satisfacción que me dio el hecho de que una publicación anglosajona le diera seguimiento a la labor de una hispana y de acuerdo a su opinión: "haber hecho diferencia" sirviendo a mi comunidad a través del desempeño profesional. (VER APÉNDICE).

Con el periódico tenía la libertad para desempeñarme en eventos de mayor seriedad sin hacerlo sólo como parte del juego político o comercial conveniente a la publicación, sino por un verdadero interés de informar, de esta manera tuve oportunidad de estar presente en actos de trascendencia histórica y decisivos en la vida pública del país; uno de ellos fue la campaña presidencial del candidato republicano Bob Dole, la designación de Henry Cisneros en la Secretaría de Vivienda, el encuentro de Bill Gates con la iniciativa privada en Chicago, así como la reunión con el entonces presidente Bill Clinton y la prensa hispana en Estados Unidos, en el *Washington Press's Building*.

Eventos como los antes descritos siempre se han desarrollado con las más altas medidas de seguridad; actualmente, después de los ataques del 11 de septiembre del

2001, personajes de esta magnitud movilizan grandes "contingentes" preparados no sólo físicamente, sino con equipo de alta tecnología, lo que se complementa en el siguiente párrafo: "Al reflexionar sobre el significado de Estados Unidos en el escenario mundial y la diversidad étnica de su población hay en el país una presencia importante de medios de prensa extranjeros y de medios de prensa nacionales dirigidos con sentido étnico. La prensa extranjera disfruta básicamente de los mismos derechos y privilegios que la Prensa Nacional en Estados Unidos. Esos medios no están sujetos a restricciones especiales en áreas como visas, transmisión de despachos o importaciones, ni hay procedimientos especiales para la acreditación de corresponsales extranjeros. Las ciudades de Washington, D. C., y de Nueva York tienen las concentraciones más grandes de corresponsales extranjeros en Estados Unidos, con aproximadamente 3,000 en Washington D. C., la mayor cantidad de cualquier ciudad del Mundo... No hay leyes que prohíban específicamente la participación extranjera en los medios de comunicación impresos de Estados Unidos, pero en la difusión por radio y televisión la FCC prohíbe a todas las compañías extranjeras y gobiernos extranjeros poseer más del 25% de las acciones con derecho a voto de una potencial estación licenciada, varias adquisiciones al final de la década del 80 y a comienzos de la década de los 90 aumentaron la presencia extranjera en los medios de prensa estadounidense. El magnate australiano Rupert Murdoch compró los periódicos *The New York Post* y *Chicago Sun Times* y la revista *TV Guide*." (27)

En efecto existen todas esas garantías y derechos para los periodistas en Estados Unidos, pero al mismo tiempo, los nacionales debemos pasar por las más estrictas normas de control gubernamental que inician semanas antes de la cobertura del evento con la respuesta a inquisitivos cuestionarios sobre el perfil del periodista designado a cubrir el evento a fin de otorgar el *Media Pass*.

A su adquisición Mundo Hispano era ya miembro de la *National Association Hispanic Publications (NAHP)*, cuando Joe Giarritano se convirtió en propietario acababa de pasar los requerimientos exigidos para ser parte de la agrupación - organización con la que estaba familiarizada a través de mi trabajo en Tele Guía, como antes mencioné-, por lo que como miembros teníamos que participar en los diversos eventos que en ella se originaran, sobre todo a nivel regional. La Asociación de Publicaciones Hispanas con sede en el *National Press Building* en Washington D. C., agrupa a más de 200 publicaciones impresas en español en Estados Unidos y en conjunto declara una circulación total de 14 millones de ediciones. Su objetivo es *promover y destacar el reconocimiento y uso de las publicaciones hispanas en Estados Unidos a fin de servir a sus miembros, educar a los lectores y fortalecer a la Comunidad Hispana*. (28)

Aunque ya entablaba diálogos en inglés (tomaba clases por la noche y acudía a la Universidad de Illinois en Chicago), en ocasiones escapaban a mi comprensión palabras clave en cierto tipo de conversaciones, especialmente en las juntas profesionales con representantes de *NAHP* o funcionarios de grandes corporaciones, cuyo vocabulario era más elaborado y con frases de negocios. Sin embargo no me desanimaba pues contaba con la ayuda del presidente del periódico *Joe Giarritano*, quien me "traducía" al inglés ordinario, al de todos los días. Pero no siempre ésta era la

solución a mis continuas frustraciones con el idioma.

Meses después de participar en las reuniones de *NAHP*, fui propuesta por algunos de los miembros para ocupar la dirección regional de esta organización correspondiente al medio-oeste -- Illinois, Michigan y Detroit, entre otros estados-. Aunque esta propuesta era una forma de reconocimiento a mis habilidades, mis pies seguían sobre la tierra, sabía mis deficiencias especialmente las relacionadas con el uso y comprensión del inglés las cuales se hacían presentes a la misma velocidad con la que alcanzaba niveles ejecutivos. Como directora regional debía participar a nivel nacional y ser parte del *Board of Directors*. Consciente de los obstáculos con los que me encontraba en el idioma al mismo paso que avanzaba profesionalmente, rechacé la idea. Sin embargo, la comodidad que proporciona el "dejar las cosas como están" pronto desapareció debido a la insistencia de otros miembros que me animaban a aceptar la candidatura, entre ellos estaba mi antiguo jefe, "Zeke" Montes quien sorpresivamente se unía Joe Giarritano, mi nuevo compañero de equipo laboral y quien mejor que nadie conocía mis temores. Fue él quien finalmente me convenció a ocupar la posición argumentando que la experiencia que adquiriría nutriría a nuestro periódico además, me ofrecía otorgar todo el apoyo financiero ya que los gastos de participación, principalmente viajes, corrían por cuenta del directivo asignado.

Gané la votación a nivel local y nacional. Mi responsabilidad inicial consistía en conocer los estatutos, estar al día de las actividades de la organización y los beneficios que éstas traían a sus miembros para en su momento reportarlo a las 15 publicaciones que integraban la Región III, mi región. También tenía que desplazarme a diversas ciudades de Estados Unidos para reunirme con los miembros de la mesa directiva de *NAHP* -integrada por representantes de diversos estados del país- y participar en cada una de las convenciones nacionales, punto de encuentro con cada uno de los propietarios de las publicaciones integrantes de la Asociación.

Durante más de un año que duró mi participación como Directora de Región III para *NAHP* percibí que estaba dentro del Periodismo en Estados Unidos desde otra perspectiva: la empresarial o de negocios. Esta no era la fórmula simplificada que en mi interior había construido: periodismo =información= a servicio, integración social. El interés común de los propietarios y directivos presentes en juntas y convenciones nacionales era encontrar la fórmula mágica para recibir publicidad de compañías como *Mac Donald's*, *Coca Cola*, *General Motors*, *AT& T*, los *mogules* de la economía estadounidense, objetivo común que comparte con la prensa norteamericana en general.

En esta nueva faceta del Periodismo que me tocó experimentar, comprobé que los integrantes de *NAHP* poco tenían que ver con el Periodismo como servicio, ausente estaba lo descrito por Salvador Novo: "...el periodismo en su sentido lato, en su más elevada misión [...] es la de informar y sobre todo la de guiar a la sociedad por senderos menos difíciles que continuaran al natural proceso de un devenir histórico". (29)

Pese a los esfuerzos de algunos miembros como el propio "Zeke" Montes por incluir en las convenciones nacionales ángulos editoriales sobre la temática

periodística, éstos en su mayoría fracasaban dada la falta de asistencia a los seminarios pues la mayoría de miembros de la Asociación se congregaban alrededor de los invitados especiales, representantes de grandes firmas o se daban a la tarea de la búsqueda de "contactos" que contribuyeran a la entrada de presupuesto publicitario para sus medios.

Durante la oportunidad que tuve de desempeñarme entre dueños de publicaciones en español editados en Estados Unidos, los que sumaban alrededor de 200 miembros, se podían contar con los dedos de una mano aquellos que eran periodistas de profesión, predominaban los hombres de negocios o comerciantes de diversos niveles. Tomó tiempo asimilarlo pero llegué a entender la necesidad de la parte comercial del Periodismo a la que finalmente no me oponía (¿cómo subsistir?), siempre y cuando se diera un punto de equilibrio entre la línea editorial y la parte comercial; urgía establecer un periodismo digno y respetable en español en Estados Unidos, sin que la balanza cayera en el total mercadeo. Sin embargo mis inquietudes entre este grupo no tenía eco, Luis Rossi, entonces presidente nacional de *NAHP* y propietario de *La Raza* en Chicago contestaría: "Puedes tener el mejor editorial y diseño de tu periódico pero si no hay dinero; a dónde vas a llegar?".

Los miembros que integraban la Asociación no necesariamente tenían que ser periodistas de profesión, si tener algún antecedente o socio hispano (como en el caso de Mundo Hispano) y contar con los suficientes recursos financieros. Viví esta experiencia intensa, aunque no como una de mis favoritas, pero sí como una forma de aprendizaje especial, la entrada hacia un círculo cerrado al que no todos tenían acceso; como socia en Mundo Hispano conté con el apoyo del inversionista monetario, Joe Giarritano, pero en realidad no me ubicaba dentro del mundo de las sumas financieras y las grandes transacciones. Tuve la oportunidad de desenvolverme con propietarios y directivos de una organización desde un ángulo nuevo en el Periodismo estadounidense: el de los "hombres" de negocios, cuya meta principal era y sigue siendo multiplicar los ingresos a toda costa.

Como integrante de la Mesa Directiva de *NAHP*, el reconocer la participación de las corporaciones para la sobrevivencia de los medios de comunicación en español fue otra tarea difícil durante esta nueva etapa que me tocó vivir, debido a que entraba en conflicto mi formación e inclinaciones periodísticas con la nueva posición que ahora representaba: propietaria de una publicación. Aunque entendí que el periodismo depende de la publicidad para su sobrevivencia, también sabía de la labor de informar, no podía ubicarme al cien por ciento en cada una de las dos partes.

Definitivamente, siempre ganó mi lado periodístico, informativo, de servicio. Admito que no comulgué con la mentalidad empresarial, prueba de ello fue mi renuncia a cargo de "tan alto rango". Me incomodaba buscar o "establecer contacto" con las agencias que representaban a las corporaciones para discutir presupuesto publicitario o usar la posición directiva que se me había asignado en la *NAHP* para tener el acceso fácil a tal fin o, hablar de los logros y beneficios que Mundo Hispano y las publicaciones miembros de la Región III podían ofrecer para la exposición y venta de sus productos dentro del "ebulliciente mercado hispano". Asimismo, me rehusaba a usar el espacio del

periódico para hablar de estas compañías y de la manera en que podían "atacar" comercialmente a mi comunidad. Definitivamente, en esta encomienda no resulté eficaz pero concluí mi mandato programado para un año, mismo que se prolongó un poco más.

Aunque no traje todos los anuncios (entradas monetarias) que los miembros de mi región hubieran deseado -tarea que califica el trabajo de un integrante de la mesa directiva-, sí ventilé y facilité acceso a toda la información que se desarrollaba fuera y dentro de la organización y agrupaciones cercanas. Mientras algunos miembros del *Board of Directors* hacían citas con grandes firmas comerciales estadounidense, yo me daba a la tarea de acordar entrevistas con funcionarios públicos del país, invitados a nuestra organización o residentes de la ciudad donde nos encontráramos a fin de mostrar el servicio que ofrecían dentro y fuera de la comunidad. Sí utilicé el cargo directivo como Directora de la Región III para obtener en cada uno de mis viajes información que me permitiera conocer y entender la estructura norteamericana en cada uno de las áreas a las que tenía acceso, para luego, comunicar, informar de manera accesible a la comunidad hispanoparlante, sobre esa estructura y función que desempeñaban personajes, organizaciones y servicios públicos integrantes del sistema político y socio-cultural de Estados Unidos. (VER APÉNDICE).

4.3.3. Resumen de mi experiencia como directora de la NAHP.

Resumiendo, la experiencia fue enriquecedora llena de viajes: me permitió el acercamiento con altas esferas empresariales, industriales y políticas; viví de forma directa el juego de las tan citadas corporaciones dentro de los medios de comunicación y el rol que desempeñan en la economía estadounidense, participé en el manejo de costos publicitarios; conviví ante circunstancias totalmente nuevas con "colegas" en este país, re-encontré previos lazos profesionales establecidos desde mi andar por las letras y el papel en mi natal México; conocí de leyes y estatutos en una mesa directiva; pero, sobre todo, reafirmé la necesidad de preparación e información no sólo entre la misma comunidad hispanoparlante, sino entre los mismos propietarios de los medios de comunicación en español en Estados Unidos.

Hasta aquí queda establecida la necesidad de trabajar arduamente en la obtención de un equilibrio que permita balancear la importancia entre la función informativa y comercial de los medios de comunicación. Si bien es cierto que la venta de publicidad en una publicación es decisiva para su desarrollo, también es cierto que la existencia de contenido editorial informativo y con responsabilidad social mostrará los resultados del trabajo de esta mancuerna, la cual se traducirá en mayor número de lectores, a la par de la entrada de recursos financieros.

4.3.4. Una nueva era.

A finales de la década de los 90, *Mundo Hispano Publications* tenía un lugar dentro de la comunidad hispana convirtiéndose en un periódico informativo y orientador más que noticioso. No podía hablarse de noticias, pues era publicado semanalmente: sin embargo, se daba seguimiento a aquellos eventos de trascendencia y de interés a la

comunidad. En la continua búsqueda por responder a las demandas informativas de la población a la que servía, me percaté de como las necesidades de los lectores de habla en español aquí radicados, habían sufrido transformaciones, éstas no giraban más alrededor de los altos costos en alimentos básicos o servicios, ni sobre los casos de corrupción de funcionarios públicos; las exigencias eran otras y no menos importantes. Continuaba un marcado interés en todo lo concerniente a la política migratoria y a la sobrevivencia en un país con Leyes y Reglamentos diferentes, en otro idioma por lo que se volvía imperioso entender su funcionamiento para seguir avanzando.

A través de la participación del periódico patrocinando diversos eventos comunitarios, el semanario ganó su propia voz y *presencia* que trascendió hasta la radio. Fue en *WOPA-1200 A.M.*, donde obtuvimos el tiempo y espacio para dirigirnos en vivo a nuestros lectores, escuchar sus inquietudes y establecer una realimentación directa sobre los *orígenes* e interrogantes que les aquejaban. Una vez más, ahora por este medio quedó demostrado desde el primer programa que la problemática migratoria persistía como prioritaria entre la comunidad. Los casos planteados en el periódico trascendían hacia la radio y desde la primera emisión las líneas telefónicas timbraban para tratar diversos asuntos relacionados con nuestra sección inmigratoria, hasta ese entonces únicamente publicada en *Mundo Hispano Publications*, gracias a la participación directa de los voceros del gobierno y otras organizaciones antes mencionadas.

Tras medir los ánimos del público desde el primer programa radial, la siguiente emisión fue preparada. No me presenté sola: tuve como invitado principal al Director de Inmigración, *Mr. Moyer; A. D. Moyer* quien como siempre dispuesto, aceptó inmediatamente colaborar en nuestra transmisión radial en vivo. De esta manera nació el formato a seguir de cada uno de los programas siguientes de *Mundo Hispano* al aire, medio que se convirtió en puente de comunicación entre comunidad y autoridades locales.

Mi papel en la cabina y fuera de ella fue servir de vínculo integral que permitiera la comunicación entre un ciudadano común y un representante público con el que habitualmente no se puede establecer un encuentro y mucho menos entablar un diálogo personal. Tampoco podía ser "todóloga" o experta en todo tema, por lo que decidí utilizar los recursos previamente establecidos llevando hasta el auditorio el conocimiento y experiencia de los titulares de las distintas oficinas públicas, ya fuera Inmigración, el Consulado Mexicano, o representantes de la Oficina del Seguro Social y Departamento del Trabajo en este país.

A finales de la década de los 90, al mismo tiempo que el periódico establecía su sitio dentro y fuera de la comunidad hispana y, ante el ebulliente ámbito periodístico en español, *Mundo Hispano Publications* a nivel empresa sufría modificaciones, pasaba a ser parte del resto de las compañías pertenecientes al mismo propietario, Joe Giarritano, quien por razones personales concentraba en una sola alianza sus intereses económicos. Esta medida provocó no sólo la unificación territorial del periódico, sino también la actividad laboral, súbitamente el equipo editorial se vio envuelto en otras actividades ajenas al semanario que correspondían a las empresas hermanas por lo

que la redacción, creación de publicidad, traducciones y otras actividades pertenecientes a éstas, se sumaron a nuestras responsabilidades laborales.

Sobra decir que las medidas anteriores crearon confusión y distracción de nuestro principal objetivo, *Mundo Hispano Publications*. Ante el caso omiso a mis reclamos a mi compañero de empresa por tal situación, no pasaría mucho tiempo para que esta etapa contribuyera a poner velocidad en lo que consideraba el salto más difícil en la carrera desarrollada en este país: trabajar directamente con una empresa periodística anglosajona. Objetivo que a decir verdad me parecía inalcanzable considerando que la primera herramienta de trabajo del periodista es el conocimiento y manejo apropiado de la lengua. Sin embargo, albergaba calladamente este deseo.

Financieramente no me consideraba propietaria de *Mundo Hispano*, sí su re-creadora y fuerte pilar en el desarrollo de las actividades en general -había aprendido cada una de las posiciones y en situaciones de emergencia aplicaba los conocimientos, incluyendo su armado total antes de ser impreso-, en ese sentido sí era propietaria de todo el trabajo, además no comulgaba con el quehacer delegado a un propietario monetario, como lo expliqué antes durante mi experiencia como Directora Regional de *NAHP*. Sin mucha mentalidad empresarial y sin muchos recursos financieros poco podía hacer por separar la trilogía ahora llamada: *Midway Motors, Addison Auto y Mundo Hispano Publications, Inc.*

Frente a este panorama no resultaba difícil pensar en deslindarme de toda responsabilidad comercial o estatus que me daba el título "dueña" a un 50 por ciento del periódico. A finales de 1999 en el umbral de un nuevo siglo iniciaba otra etapa. Llegó la oportunidad que me parecía tan lejana pero que significaba el último eslabón de la cadena que sostenía los múltiples objetivos que habían formado durante el intenso recorrido profesional que inicié en mi natal país, México, éste incluía mi desempeño profesional para un emporio editorial.

Tras un proceso de selección que duró alrededor de dos meses, fui contratada por una de las divisiones editoriales más grandes a nivel mundial con representación en Estados Unidos: *Cahners Business Information*, mi pase de entrada al mercado de trabajo 100 por ciento anglosajón con una empresa de origen europeo. Así me integré a las filas de *Canhers*, división de *Reed Elsevier*, empresa de origen holandés con presencia en Norteamérica y Europa.

En la actualidad emplea a más de 35,000 profesionales quienes proporcionan información especializada en los sectores de la ciencia, medicina, leyes, educación y comunicación interna a nivel empresarial. *Reed Elsevier* encabeza el mercado abastecedor de información global a través de libros, revistas y se especializa en información *online o new media*. * www.cahners.com

Dentro la inmensa variedad de productos informativos se incluían más de 500 publicaciones una de las cuales era la revista *Alimentos Procesados*, el único proyecto de la empresa dirigido al mercado empresarial de habla en español en Estados Unidos y Latinoamérica, mismo que servía a las necesidades informativas de estudiantes y

profesionales envueltos en la industria alimenticia.

Con esta nueva oportunidad me integré a la organización y modo de producción de una **corporación** (monopolio informativo) euro-americano. Sin embargo, pese al gran salto no abandoné *Mundo Hispano Publications Inc.*, al que me había dedicado con gran devoción, tenía partes de mí, de mi aprendizaje, de gran lucha, de evolución, crecimiento como profesionista y ser humano. Afortunadamente, tampoco me vi obligada a hacerlo porque al igual que en su momento conté con el apoyo de *Tele Guía de Chicago*, Joe Giarritano aceptó compartir con *Canhners* mi tiempo disponible para de esta manera poder continuar con el periódico; aunque evidentemente, no como propietaria.

Pese a los beneficios profesionales y económicos que cada uno de estos cambios aportaban, no dejaban de representar un riesgo ante lo previamente establecido. No eran decisiones fáciles de tomar ni para mí, ni para los que me rodeaban. Sin embargo, ante momentos de confusión e indecisión salía adelante recordándome y recordándoles (a mis jefes) que si había dejado con dolor tierra, familiares y amigos, partes importantes de mi vida con las que había crecido por 30 años ¿cómo no iba a emprender el vuelo y correr el riesgo ante una nueva y prometedora oportunidad? Además, mis hijas continuaban siendo el principal motor que me inspiraba a continuar en la batalla por la superación y bien merecían el esfuerzo.

En *Canhners Business Information* hoy *Reed Elsevier* fui contratada como Editora Asociada tras múltiples entrevistas con representantes de distintas áreas. El *publisher* a cargo del área de Ingeniería en Alimentos, era un *newyorkino* cuyo previo contacto con el español había sido como materia en sus años adolescentes por *High School*, tenía bajo su responsabilidad cinco publicaciones, una de ellas era *Alimentos Procesados*. El equipo de *Alimentos Procesados* lo constituíamos cuatro latinoamericanos, entre los que estábamos un peruano, un argentino y dos mexicanos, éramos los únicos hispanoparlantes trabajando en una compañía que albergaba a más de dos mil profesionales en diversos campos que incluían la ciencia, ingeniería, arte y por supuesto el periodismo. La revista era mensual y se distribuía a grandes empresas de habla hispana en Latinoamérica y Estados Unidos, al igual que el resto de las publicadas en inglés relacionadas con la industria hotelera, construcción, decoración, salud alimenticia, entre otras muchas de temática especializada diversa.

Desde mi primera entrevista con Recursos Humanos, se especificaron cuales eran las actividades laborales para el candidato a ocupar la posición de Editor Asociado. *Alimentos Procesados* estaba lista para salir "en vivo" en Internet y la tarea principal para el nuevo editor, era estar a cargo del sitio *online*, tener el *feed-back* de los lectores vía *e-mail* y contribuir en las labores editoriales en general de la revista impresa. Semanas después... esas pasaron a ser mis propias responsabilidades.

Mientras iniciaba mi entrenamiento en *Dreamweaver* -el programa que tiempo después usaría para editar *online*-, realizaba investigaciones, escribía artículos diferentes y difíciles dado mi desconocimiento en términos de Ingeniería en Alimentos o técnicas bioalimenticias.

Cahners fue la primera compañía en la que fui testigo de la división y especialización de trabajo en su máxima expresión; así como también de un gran despliegue de recursos productivos. Ante cualquier duda para realizar una investigación de trabajo, existía además de la biblioteca, personal especializado dentro de cada rama; en nuestro caso, la Industria Alimenticia que incluía sistemas de empaque, preparación y técnicas en la creación de nuevos alimentos; así como sus propiedades y riesgos, mismos con amplia variedad de elementos materiales, científicos y tecnológicos utilizados en el campo. Otro recurso de apoyo en el desarrollo laboral, era el departamento de Cómputo y Tecnología que incluía profesionales en cibernética y técnicas electrónicas, listos a resolver cualquier tropiezo, sin faltar los entrenamientos de actualización relacionados con las últimas novedades en *softwares* y el proporcionar constante mantenimiento a la red de cómputo (*network*).

El servicio otorgado a la red de telecomunicaciones resultaba infinito e incluía desde el sistema telefónico con su banco de datos y mensajes grabados, hasta cada uno de los engranajes que conformaban el sistema comunicacional de los empleados, fallas técnicas o ruidos provocados por la estática o instalación de servicios adheridos a los sistemas de computadora, eran eliminados inmediatamente, un *e-mail* bastaba para resolver las más simples necesidades. La tecnología y en especial todo lo relacionado a la cibernética, estaban al día.

Acostumbrada a trabajar sobre presión y hacer más de una actividad al mismo tiempo (*multitask*) -hoy en día requisito indispensable de las compañías para ocupar posiciones laborales en Estados Unidos-, me sobraba tiempo, mismo que aprovechaba para explorar las amplias instalaciones junto con las opciones laborales y recreacionales existentes que ofrecía la propia empresa. Recorría cada una de las divisiones no únicamente con el fin de familiarizarme en mi labor diaria, sino para conocer la estructura interior de una corporación estadounidense. Además de la infinidad de recursos profesionales, como los antes mencionados, pronto encontré el área recreativa para empleados, la cual iniciaba con el restaurante, seguía con la oficina de ventas de boletos para viajar, hasta las entradas al cine a mitad de precio, sin dejar de mencionar las clases de *Tai Chi* listas para todo aquel que así quisiera utilizar su *break* (momentos de descanso). Este era en general el panorama organizacional de una empresa moderna de origen europeo enclavada dentro de la forma de vida en Estados Unidos, la que incluía como parte de su programa laboral, su participación en el bienestar físico y mental de sus empleados como parte de un todo en el logro de mejores niveles de productividad.

Cahners también se dedicaba a la organización de eventos en masa especializados, como exposiciones, seminarios convenciones y cumbres. Participé como enviada especial en uno de ellos y fue justamente en México, en el Palacio de los Deportes, trabajando de cerca con *Sigma Alimentos* que había ganado el premio otorgado por la revista, "*Procesador del Año 1999*". Me trasladé hasta su planta en Atitalaquia, Hidalgo, a realizar el reportaje para la portada de nuestro número mensual.

Mientras era entrenada para editar nuestro sitio en Internet, también fui instruida en el manejo de *Lexis-Nexis*, lo que sería el equivalente de una agencia noticiosa por

Internet, donde seleccionaba información para el contenido y enlaces para la página *Web* de *Alimentos Procesados*. Aún con todas las atractivas novedades que la empresa presentaba, los múltiples beneficios y prestaciones, el trabajo no tenía la dinámica del periodismo al que estaba acostumbrada con todo y su alta dosis de adrenalina. En ocasiones resultaban monótonas las investigaciones de oficina que realizaba con todos los recursos listos, sólo para acudir de departamento en departamento a consultarlo; todo a la mano, perfectamente organizado, me sobraba tiempo entre la preparación de cada número de la revista y la edición del sitio Internet. Las juntas eran el común denominador antes de dar cualquier paso. Junta para seleccionar el material editorial, junta para revisarlo, junta para elegir fotos, junta con el departamento de diseño, junta con los fotógrafos; "juntas de precisión mecánica", solía llamarlas, me sentía parte de un equipo de robots que cuidaba cada uno de los elementos que intervenían en la elaboración de la revista a fin de alcanzar "la perfección", elementos que con sólo dar unos cuantos pasos o mover unos cuantos botones estaban al alcance de la mano, dentro de las mismas instalaciones, ajenos al mundo externo.

De todas las reuniones con las distintas áreas de trabajo, de los cuatro editores yo era la única que tenía una reunión más, la que disfrutaba por novedosa, era con los encargados de los cientos de sitios Internet que empezaban a salir *alive* (en vivo). Esta era la mejor reunión, todo era aprendizaje y práctica nueva; asistía sola, por ser la encargada del sitio, era como tomar clases particulares sobre el área del momento. Aunque el editor en jefe (de origen peruano), podía asistir para en su momento poder supervisar mi trabajo, lo evitaba pues no quería saber nada de Internet debido a su callado pero evidente temor a la tecnología, dejando todo bajo mi responsabilidad.

Por otra parte, alimentaba mi inquieto espíritu periodístico con las colaboraciones que seguía realizando en *Mundo Hispano Publications* y alguna que otra participación a solicitud de *Tele Guía de Chicago*, con quienes siempre me mantuve en contacto durante todo este recorrido. Sin lugar a dudas, mi inglés también avanzó pues la práctica hace al maestro; exceptuando las conversaciones en español fuera de trabajo con mis tres compañeros editores latinos, en el resto de la compañía sólo en inglés hablábamos por respeto al resto de los compañeros.

El entrar en contacto con el nuevo periodismo practicado *online*, fue mi mejor aprendizaje en *Cahners*, así como comprobar la efectividad del *feed back* (realimentación), inmediata de los lectores a través del moderno periodismo. De esta manera pude comprobar como nuestros artículos eran leídos en diversas partes del mundo tanto a través de la revista como por Internet. Parte importante de mi trabajo era dar respuesta a las reacciones, dudas y planteamientos que éstos suscitaban, vía *e-mail* a través de *www.alimentosprocesados.com*.

Alimentos Procesados junto con sus cuatro editores culminó su etapa final exactamente un año después de mi llegada, en el año 2000 después de un proceso de reestructuración empresarial que daría paso a la hoy llamada *Reed Elsevier*. Tras cumplir con cada una de las cláusulas inscritas en nuestro contrato laboral incluyendo la cancelación del mismo a *critério de la organización*, fuimos indemnizados. Aparte de la remuneración económica correspondiente, salí con mis acostumbradas cartas de

recomendación y la promesa de un nuevo llamado laboral el cual no esperé pues inmediatamente retorné a uno de mis orígenes en este país: *Mundo Hispano Publications* y afiliadas. (VER APÉNDICE).

4.4. Limitantes y ventajas del periodismo en español.

Tras la intensa carrera realizada en Estados Unidos a través de la Prensa Escrita e intervenciones en la radio en español, 13 años después me percaté que el "bebé en pañales" que había recogido en mis inicios periodísticos en este país, había crecido, con tropiezos y verdaderas caídas pero había avanzado. En una entrevista radial que me hicieran recién entrada a este campo de trabajo, describí a los medios de comunicación en español en Estados Unidos como a un bebé recién dado a luz. En aquel entonces cuando me preguntaron sobre su desenvolvimiento, exoneré a los pocos medios existentes en ese idioma de toda culpa pues al igual que un bebé no sabían lo que estaban haciendo. A mi regreso a la prensa en español, repentinamente me daba cuenta que se había dado un desarrollo en ella y para beneplácito de los que seguimos haciendo uso de esta lengua en tierra anglosajona, adquirió forma y pese a todo obstáculo encontró su sitio en tierra ajena y en ocasiones hostil.

A principio de la década de los 90, cuando continué mi carrera ahora en Chicago, gran parte de los que se encontraban al frente de los contados medios de comunicación en español - en aquel entonces solo prensa escrita, radio y televisión - , eran personas con carisma, chispa en su desenvolvimiento personal, vendedores agresivos o simplemente, en el caso de las jóvenes, habían ganado un concurso de belleza convocado por las nacientes organizaciones hispanas. Los propietarios de las dos o tres publicaciones en este idioma, eran personas con visión que preveían el auge latino; pero de todos ellos, ninguno había estudiado la profesión a la que se dedicaban o carrera alguna. A mi regreso al mercado en español tras haberme dedicado a trabajar solo para inversionistas americanos y europeos, grande fue mi sorpresa al descubrir que ahora los presentadores de los canales locales de televisión, eran jóvenes que además de atractivos contaban con evidente preparación académica profesional. El conocimiento que da la práctica había dejado su huella en cada uno de los antiguos colegas y con satisfacción comprobaba su avance en el terreno del idioma español. Al mismo tiempo que el avance de la tecnología modernizaba y agilizaba la forma de comunicar. Nuevas publicaciones y emisoras constituían los medios de comunicación hispanos, así como nuevos talentos.

Actualmente el periodismo y los medios de comunicación en español en Estados Unidos tienen ganado su lugar que si no es el mejor en calidad, es significativo en número. Pese a lo limitado de sus recursos en relación con los megapolios estadounidenses, ha abierto brecha, expandiéndose y aprendiendo al lado de éstos últimos, dando como resultado una integración de elementos culturales, profesionales y técnicos benéfico a la población hispanoparlante aquí radicada y sin lugar a dudas: al periodismo en español que en este país se practica. Sin embargo hace falta apropiarse de esos recursos que están ahí pero que desafortunadamente sigue haciendo falta el compromiso comunitario y la convicción total de trabajar para dos mundos diferentes pero con un interés en común: los acontecimientos que afectan la vida diaria de quienes

comparten un espacio en común.

Aunque se ha avanzado un largo tramo en los medios en general, la calidad de contenido -uso de lenguaje, creatividad, profesionalismo- evoluciona de manera lenta, dada la falta de periodistas hispanoparlantes profesionales y con experiencia o conocimiento de la cultura latina. En estos medios hoy en día es fácil encontrar fallas, desde las más mínimas en cualquiera de sus canales de comunicación pero definitivamente, el énfasis es en la radio local que necesita urgentemente atención a todos niveles.

Ejemplos que ilustran lo anterior son los siguientes: En prensa escrita:

Hoy el primer periódico diario en español en el área metropolitana de Chicago que desde el pasado septiembre (2003) aparece cinco días a la semana respaldado por uno de los monopolios periodísticos a nivel nacional, dentro del cual se incluye el más antiguo de los diarios en inglés, *Chicago Tribune* (ver en capítulo III), cuenta invariablemente con 60 a 80 páginas en formato tabloide y en su primera plana del 17 de febrero 2004 publicó: "Las escuelas públicas ya no permitirían a estudiantes desertar por su cuenta".

Error mínimo comparado a otros muchos que hoy en día (mayo de 2004), siguen apareciendo, especialmente en cuestión gramatical.

Las transmisiones de radio locales van más lejos no sólo en lo que respecta al uso del lenguaje y a la falta de creatividad en su programación, sino al abuso de éste, el cual muchas veces raya en el mal gusto y escasez de creatividad. Como antes se mencionó, de los medios de comunicación en español esta área es la mayormente desatendida en donde es necesaria la presencia de verdaderos profesionales de la comunicación en cada una de las facetas que lo integran. La televisión y nueva media (*Online*) no escapan a estas agresiones, sin embargo dada la velocidad con la que trabajan, así también los errores resultan fugaces. Sin embargo, los comerciales por televisión acompañados de textos demuestran marcadas deficiencias ortográficas y redacción.

La falta de verdaderos profesionales en el campo de la comunicación pone al periodismo en español en gran desventaja comparado con los canales de comunicación estadounidenses, empero, al mismo tiempo tiene a su favor el estar cerca a innumerable recursos teóricos, de estudio, materiales, tecnológicos e informativos que le brindan la oportunidad de avanzar para alcanzar un lugar digno dentro de la práctica de esta profesión.

La moderna y accesible tecnología, la creatividad e innovación de ideas, así como el momento adecuado para realizar un verdadero periodismo, combinado con los conocimientos y experiencia que aporta la propia cultura hispanoparlante; son puntos a considerar para establecer canales de comunicación propios que transmitan, informen y preserven dignamente la cultura hispana. Sin dejar de aprovechar la libertad de expresión de la que aquí se goza, la cual pese a todos los comentarios de especialistas

norteamericanos en comunicación, tiene mucho menos cortapisas que la practicada en México.

El acceso directo a fuentes de primera mano es recurso invaluable del que se goza dentro de los medios de comunicación en Estados Unidos. A través de fuentes "vivas", científicos y celebridades o textos fidedignos, los cuales son material directo de los medios que aún siguen practicando el Periodismo, aquel que va en busca de la noticia y no sólo se conforma con los recursos de oficina y métodos producto de la época moderna. Las ventajas que ofrece el desempeñar el Periodismo en Estados Unidos son muchas pero una de las más relevantes, es simple: la oportunidad de permitir informar a la comunidad hispanoparlante en su propio idioma, bajo los mismos principios que rigen a la prensa estadounidense. Toca al trasmisor el hacer válido ese derecho.

Por último, los medios de comunicación en español tienen una ventaja más, la oportunidad de estar presentes en los acontecimientos que se originan en su propia comunidad y en la vida diaria de Estados Unidos en general, es decir, moverse entre dos mundos, es responsabilidad de quienes están al frente de ellos el reflejar y orientar sobre esta vida bicultural producto de una nueva cultura que se ha venido gestando como resultado de la mezcla de nacionalidades radicadas en un espacio común. En la medida que el profesional de la comunicación informe a la comunidad eficazmente, contribuirá al proceso de adaptación e integración del inmigrante hispano hacia la nueva sociedad.

4.4.1. Sugerencias a considerar en la preparación de un profesional en comunicación.

Las generaciones actuales hemos tenido la fortuna de ser testigos de los avances en el campo de la Comunicación la que hoy día cuenta con infinidad de recursos modernos que se han convertido en aliados indispensables en el quehacer periodístico. Sin embargo, ninguna tecnología por sofisticada que sea podrá sustituir el trabajo informativo, formativo (crear opinión) y social que debe realizar aquel que se dedique profesionalmente a esta actividad. Un paso inicial hacia tal objetivo es cultivar el hábito de la lectura en todo aspirante a comunicador. Saber qué ocurre alrededor, quién lo dice (fuentes) y de dónde proviene, son algunos elementos que irán sembrando las semillas que contribuirán a formar criterios, opiniones; primero la del propio comunicador y luego la de aquellos que reciben el mensaje.

Es necesario establecer diferencias entre leer por obligación -textos asignados en la educación académica-, que leer por placer, distracción, superación o simplemente para aprender a discernir en la realidad que se vive. Sin duda alguna el periódico es el mejor aliado dada su variedad de tópicos y precios accesibles por lo que su lectura debe convertirse en un acto obligado para el aspirante a comunicador. El profesional del campo debe estar consciente que ésta es una actividad que está intrínsecamente atada a las letras y al conocimiento en general, lo cual sólo podrá ser transmitido al receptor claramente si el propio comunicador está preparado con un marco de referencia adecuado.

Ante la actual crisis de valores universales, es necesario redefinir una ética a seguir en el desempeño del trabajo periodístico que delimite los campos tanto de entrevistador como entrevistado a fin de entablar un verdadero diálogo que aporte un mensaje claro y de respeto no sólo entre protagonistas, sino hacia el receptor brindándole información que contribuya al proceso de evolución del individuo y de la sociedad o comunidad a la que pertenece. No siempre el mejor comunicador es el más agresivo, algunas veces lo es el que sabe escuchar para aprender qué, cómo y cuándo preguntar.

Sin duda alguna, a lo largo de este trabajo quedó establecida la necesidad del conocimiento del idioma Inglés. Independientemente de si se decide practicar la profesión en el propio país o fuera de él. Esta lengua debe ser herramienta de trabajo obligatoria para todo profesional en Comunicación, la cual no debe ser considerada sólo a nivel elemental, como materia aislada o simple requisito académico; sino al mismo nivel de la propia lengua materna, la que se aprende a temprana edad. El conocimiento de un segundo idioma además de ampliar los horizontes y campo de acción, evita múltiples tropiezos y frustraciones en el desempeño de la carrera tanto en tierra propia, como ajena porque no todos los protagonistas de la noticia son hispanoparlantes pero una gran mayoría sí se expresa en inglés.

Igualmente importante es el estar familiarizado con el manejo de la tecnología moderna que incluya no sólo el manejo de computadoras y la aplicación de *softwares*, sino la moderna vía de comunicación Internet, red con la que se debería entrar en contacto desde la formación básica académica del estudiante. En Estados Unidos los niños a nivel primaria están familiarizados (no capacitados) con el uso de computadoras, lo que les permite desprenderse del temor que provoca esta maquinaria, facilitando su propio adiestramiento; la computadora sólo representa un "útil escolar" más, el equivalente a la pluma y papel lo que la despoja de todo misterio, como era el antiguo concepto de designarla como un artefacto sólo para personas "especializadas".

Hay dos problemáticas ancestrales a resolver dentro del ámbito universitario, una es cubrir el requisito laboral: "necesaria experiencia profesional", cuando tan sólo se acaban de culminar los estudios. La experiencia es necesaria, es indiscutible, pero ¿cómo cubrir ese requisito? Cuando el estudiante mexicano debe pasar un mínimo de seis horas dentro de las aulas escolares y luego darse a la tarea de cumplir con los requerimientos académicos. La respuesta podría ser echar un vistazo al sistema educativo superior estadounidense, en el que el alumno es libre de tomar las clases que quiera, durante el tiempo y recursos que tenga disponibles, estableciendo su propio horario escolar y laboral. Existen criterios a seguir, como ejemplo, puede ser alumno de medio tiempo o tiempo completo, escoger el número de créditos a cubrir de acuerdo al área de estudios seleccionados, elaborar el propio horario escolar de acuerdo con otras necesidades; el paso lo marca el propio estudiante y en sus manos está el tiempo y dedicación que quiera dedicar a su preparación profesional -académica y laboralmente-, la que en sí misma ya es una gran inversión debido a los altos costos.

Un segundo lastre que comparte institución y estudiante es la titulación, la cual cuando egresamos nos parece sin trascendencia debido a que se nos permite ejercer

sin licencia o título. Sin embargo, tras la propia experiencia comprobé que la ausencia de ambos elementos -sin experiencia y sin titulación- en un egresado profesional retrasa su avance en infinidad de ámbitos.

La posibilidad de aplicar un mejor uso a las ventajas, relaciones y lugar que ostenta la universidad por el simple hecho de ser reconocida como “ la máxima casa de estudios”, permitiría establecer acuerdos con empresas laborales que empleen a estudiantes que reúnan ciertas características, entre ellas establecer y cumplir el compromiso de titularse al tiempo que concluyen con el programa académico o, el trabajar con el solo fin de acumular experiencia laboral percibiendo un salario simbólico mientras concluyen la tesis. Estas son sólo algunas opciones a fin de erradicar tales eventualidades que afectan al egresado y un momento dado ponen en duda la eficacia académica de la institución de registrarse altos índices de graduados sin título profesional.

Por último es necesario fomentar la preparación teórica del profesional en comunicación con textos de consulta o material de referencia que también correspondan a la realidad que le rodea. Si bien es cierto que los pioneros en teorías de la comunicación son investigadores extranjeros, sin duda alguna a estas alturas en México debe existir material de apoyo de profesionales en los diversos temas que agrupa la carrera, mismos que ejemplifiquen con vivencias propias la situación que vive la Comunicación en Latinoamérica, no sólo en países anglos. La cita siguiente ilustra lo antes descrito. Corresponde a un libro que durante la carrera y en el presente trabajo, sirvió como material de apoyo, en ella se puede apreciar que la información presentada corresponde a compañías y población de estudio extranjeras y no a la realidad mexicana:

“Al anotar el crecimiento de la televisión y compararlo con el de la radio y los medios impresos, las cifras que presentó la compañía *A. C. Nielsen* muestran que para 1961 estaba en 46.9 millones de hogares, el 88 por ciento del total. Se veía en el hogar típico por lo menos seis horas y cuatro minutos al día. Otro investigador, *Sidlinger & Co.*, de *Filadelfia*, cuenta con un público de 93.257,000 personas de más de 12 años de edad”. (30)

Otro ejemplo en cuanto a los materiales de apoyo dentro de los programas de estudio también lo podemos apreciar al consultar uno de los textos de la materia Psicología Social: "Los periódicos contienen a menudo reportes de sucesos de 'apatía pública' en los que los testigos han presenciado pasivamente la perpetración de actos sociales violentos, tales como raptos, asesinatos y asaltos. Quizá el relato más inquietante de indiferencia aparente y de impiedad por parte de los observadores sea el del asesinato de Catherine Genovese, una joven que vivía en Queens, New York". El *New York Times* del 27 de marzo de 1964, editó el relato...". (31)

4.4.2. Sugerencias para el avance del Periodismo en Español en Estados Unidos (Chicago, Illinois).

Para producir un verdadero Periodismo en Español en Estados Unidos, es necesario

remitirnos a nuestro punto de partida en cuanto a lo que representa esta actividad. Se debe estar consciente que es una profesión que requiere de estudio, preparación cultural, objetivos y responsabilidad social clara. No puede ser practicado como algo que cualquiera puede hacer sólo por el hecho de tener como lengua materna el español.

Para que un grupo o comunidad alcance su funcionamiento y hegemonía es necesario establecer una fuerte estructura que determine el alcance de sus objetivos, parte integral del conjunto de esos elementos es la **Comunicación**, para que ésta exista se debe contar con la participación de líderes comunicadores que estén preparados, organizados para conducir a los inmigrantes hispanos a integrarse como comunidad y funcionar dentro de la sociedad norteamericana, evitando el estancamiento o la caída en un conformismo que impida su evolución como grupo y en un momento dado llegar al rechazo o pérdida del sitio que hasta hoy históricamente tiene ganado.

Otro requisito obligatorio y necesario es cumplir con la función verdadera del Periodismo: informar, servir y contribuir al mejoramiento en la forma de vida de una sociedad. No dejarse llevar por intereses personales o llegar a practicar el Periodismo *hollywoodense* propio de la forma de vida americana, confundiendo la labor de informar y servir por la fama y fortuna perteneciente a los protagonistas de la noticia. El confundir objetivos personales con los profesionales desvirtúa la tarea del periodismo el cual pierde su carácter de servicio a la comunidad para pasar a ser una actividad comercial.

Característica indispensable en el comunicador es la obligación de tener conocimiento del uso de la palabra hablada o escrita, con el afán de preservar el uso del idioma y poder emitir el mensaje sin distorsión alguna; cualquiera que sea la lengua debe apegarse dentro de lo posible a sus raíces naturales. Siendo el principio de lo que se visualiza como una carrera en expansión en Estados Unidos, es imperioso redefinir la actividad del reportero a la usanza de la vieja escuela, es decir: ir tras la noticia, especialmente local la cual interesa, afecta y atrae el interés del receptor.

Finalmente, es necesario que los futuros profesionales del periodismo en español tengan presente y establezcan el compromiso de lo que es esta tarea en general: "...resuelve de manera periódica, oportuna y verosímil la necesidad que tiene el hombre de saber qué pasa en su ciudad, en su país en el mundo, y que repercute en la vida personal y colectiva. El interés público -y el periodismo en consecuencia- tiene como límite la intimidad de las personas". (32)

Pies de página.

- 1) Vicente Leñero y Carlos Marín, Manual de Periodismo. (Méx.1986), p.24.
- 2) Ibidem., p.25.

- 3) Ibid., p.34.
- 4) Lee A. Martin & Solomon Norman, Unreliable Sources. (A guide to detecting Bias in News Media) , tr. Elizabeth Q.K.V. (New York, 2002), p.65.
- 5) J. Edward Gerald, La responsabilidad social de la prensa. (Méx. 1965), p. 262.
- 6) Universidad de Colorado, Idiomas Diferentes en la Comunicación. (Septiembre, 2003), <www.colorado.edu/>.
- 7) Martin & Solomon, op. cit., p.25.
- 8) Universidad de Colorado, Barreras Culturales para una Comunicación Efectiva.(Septiembre, 2003), < www.colorado.edu/ >
- 9) Jorge Oclander, Immigration Here Hits a 60-Year High. , tr. Elizabeth Q.K.V. *Chicago Sun Times*, marzo 28, 1995. Sec. Metro p.13.
- 10) Government Office, First Amendment. , tr. Elizabeth Q.K.V. (Enero, 2004), <www.usinfo.state.gov/>.
- 11) African Journalists Wonder, How Free is the U.S. Press? , tr. Elizabeth Q.K.V. (Dec.7, 2001), <www.poynter.org>.
- 12) Casey Ripley Jr., The Media & the Public. (NY, 1994), p. 95.
- 13) Ibidem., p.97.
- 14) Bernard Goldberg, Bias, tr. Elizabeth Q.K.V. (Washington D.C., 2002), p. 181.
- 15) Government Office. (Enero 2004), < www.usinfo.state.gov>.
- 16) Martin & Solomon, op. cit., p.75.
- 17) Martin & Solomon, op. cit., p.59.
- 18) Martin & Solomon, op.cit., p. 61
- 19) Government Office, op. cit.
- 20) J. Edward, op. cit., p. 21.
- 21) John Barron, Hispanic Market Still 'Untapped' Despite Growth., tr. Elizabeth Q.K.V. *Chicago Sun Times*, mayo 25, 1995. Sec. Metro p.37.
- 22) Stephen Chapman, Immigrants on welfare: The limits of our generosity. , tr. Elizabeth Q.K.V. *Chicago Tribune*, 1994. Sec. Editorial.
- 23) Tribune Wire, U.S. moving to ease Mexico money crisis. , tr. Elizabeth Q.K.V.

- Chicago Tribune*, viernes diciembre 30, 1994 Sec.I, pp. 1-17.
- 24) J. Edward, *op. cit.*, p. 263.
- 25) Educación, *Fuga de Cerebros*. (Febrero, 2004), [<www.omega.ilce.edu.mx:3000/sites/ciencia>](http://www.omega.ilce.edu.mx:3000/sites/ciencia).
- 26) *100 Woman Making a Difference*. , tr. Elizabeth Q.K.V. *TODAY'S CHICAGO WOMAN*, julio, 1995, pag.17.
- 27) *Los medios de información en E.U. A.* (Marzo, 2004), [< www.usembassy.state.gov/colombia/wwwsjrnl.shtml#autorreglamentación >](http://www.usembassy.state.gov/colombia/wwwsjrnl.shtml#autorreglamentación).
- 28) NAHP, Inc., *National Association of Hispanic Publications*. , tr. Elizabeth Q.K.V. (Abril, 2004), [<www.nahp.org/>](http://www.nahp.org/).
- 29) Salvador Novo. *Pról.*, Luis Reed Torres Luis / Ma. del Carmen Castañeda. *El Periodismo en México: 500 Años de Historia*. (Méx., 2002), p.8.
- 30) J. Edward, *op. cit.*, pp. 114-115.
- 31) León Mann, *Elementos de Psicología Social*. (Méx.1978), p.72.
- 32) Leñero y Marín, *op. cit.*, p. 18.

CONCLUSIONES.

Tras el recuento de los hechos descritos a lo largo de esta Memoria de Desempeño Profesional, volver atrás, desde los comienzos en la preparación académica dentro de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva --educación que me permite alcanzar un logro más al tener la oportunidad de presentar este trabajo--, e inicios dentro de la práctica profesional, puedo resumir que ambas experiencias me han otorgado la satisfacción, agradecimiento y respeto que hasta hoy he cultivado por el estudio y ejercicio de esta actividad que elegí hace más de 20 años, la cual no sólo me ha dado una forma de vida (económica y sociocultural), sino un sitio desde el cual también he servido a los integrantes de cada una de las sociedades en las que he tenido la fortuna de desenvolverme.

Como al principio se planteó, uno de los objetivos del presente trabajo fue orientar sobre el panorama general a enfrentar por aquellos interesados en aspiraciones similares a la aquí descrita. Sin duda alguna, el acelerado crecimiento de la población hispanoparlante en Estados Unidos ha traído nuevos retos a esta sociedad. Uno de ellos es la necesidad de profesionales de la Comunicación que conozcan de cerca la realidad hispana, tomando como relevante punto de partida la propia lengua. Preparar comunicadores con conocimientos de la cultura en español no es símbolo que garantice el ocupar un sitio dentro del Periodismo en castellano practicado dentro de la sociedad angloparlante; el conocimiento del Inglés es trascendental en cada una de sus formas de expresión al generarse los sucesos que afectan al desarrollo de la población, en este idioma. De gran apoyo son también las características personales que determinan la idiosincrasia de cada individuo integrante de la comunidad hispana ya que de ellas dependerá alcanzar una compenetración con los propios conciudadanos, menos llena de tropiezos. Sin embargo, tal y como se demostró a lo largo del trabajo, el contar con conocimiento y bases sólidas sobre esta profesión, otorgan gran ventaja que junto con determinación propia, permiten realizar una tarea informativa digna, respetable y de servicio cualquiera que sea la fuente o área que se cubra, incluso espectáculos.

Durante el presente estudio fue perceptible la imperiosa necesidad del comunicador por desenvolverse y expresarse dentro de la cultura y lengua inglesa; debido a la serie de obstáculos y lenta evolución que esto representa, es digno de tomarse en consideración la propuesta previa de incluir tanto a nivel académico como profesional, la práctica obligatoria de esta lengua, pues su desconocimiento impone cortapisas, limita la información y retrasa el avance no sólo profesional, sino de la propia comunidad a la que se representa. El dominio del idioma inglés por parte del profesional en Periodismo debe incluirse como requisito obligatorio no sólo para aquellos que quieren ejercer fuera del lugar de origen, sino también como herramienta básica y primordial para todo aquel que se desempeñe en tareas periodísticas o relacionadas con el extenso campo de la Comunicación, las cuales, tienen entre sus principales precursores autores de habla inglesa.

Aunado a lo anterior se suma la imprescindible necesidad de dominar otra

lengua más, no menos importante para el comunicador: el lenguaje de la tecnología moderna, la cual no sólo se limita a los sistemas de cómputo, sino también incluye la moderna Red Mundial de Comunicación, Internet (*World Wide Web*), que mientras a su alrededor se debate la veracidad de la información que este medio produce y el profesionalismo de quienes la preparan, no existe duda alguna que este sistema llegó para revolucionar y establecer sus propios términos dando paso a la *New Media*; actualmente avanzada forma de comunicación global y recurso accesible de la población estadounidense en general.

Con beneplácito concluyo este trabajo que durante su desarrollo vio respuesta a otro más de sus planteamientos propuesto en esta Memoria, la necesidad de un diario en español. *Hoy!*, periódico que recién apareció a fines del 2003 en el área metropolitana de Chicago, respaldado por fuertes inversionistas anglosajones (pertenecientes al poderoso monopolio periodístico que publica el *Chicago Tribune*), con tiraje de 60 mil ejemplares diario, aunque publicado sólo cinco días a la semana, ha venido a cubrir parte del vacío informativo anteriormente mencionado. Ante el constante crecimiento de la población hispanoparlante en tierra estadounidense, actualmente - mayo 2005-, los acontecimientos surgidos alrededor de la corta vida del diario, demuestran otra de las inquietudes planteadas en este trabajo: la necesidad de profesionales de la comunicación que se identifiquen con las necesidades del inmigrante hispano durante su etapa de adaptación a la forma de vida del sistema estadounidense. Pese al constante incremento de la población que habla español, *Hoy!*, a menos de dos años de su primera aparición, ha disminuido su tiraje y áreas de distribución pese a el fuerte respaldo económico con el que cuenta y experiencia en el medio impreso **estadounidense**, ante la pobre aceptación de la comunidad hispana que no se identifica con los editoriales provenientes de redactores que muestran públicamente – a través de sus artículos- , desconocer la idiosincrasia latina.

Es necesario dar el siguiente paso: el surgimiento de publicaciones en verdadero castellano, los siete días de la semana, encabezadas por *periodistas hispanos* conscientes de la problemática de esta porción de la población estadounidense, que aporten información fresca, fidedigna, de primera mano que poco o nada tengan que ver con sistema informativo estadounidense que en gran parte gira alrededor de acciones cometidas por verdaderos sicópatas o mentes enfermas que despedazan cuerpos humanos pieza por pieza (infantes y adultos) o, atacan a quemarropa a seres indefensos en áreas inesperadas (escuelas).

Los medios comunitarios en este caso los dirigidos a la población hispana, deben deslindarse de este estilo de “informar” y dejar de considerar su labor como “traductores” de los mismo eventos para dar paso a noticias y servicio útil a la Comunidad, como sería el ubicarlo en su propio lenguaje, recursos y forma de vida, en el papel de cada una de las instituciones sociales, políticas y económicas básicas estadounidenses, de las que pasa a formar parte con derechos y obligaciones independientemente de su condición migratoria.

Para que la anterior meta se cumpla, son indispensables verdaderos líderes en el manejo de la información, preparados profesionalmente y con conocimiento directo del bagaje cultural latino. El cargo de comunicador profesional no se puede seguir

ostentando en este país, por el simple hecho de hablar español, es necesario poseer la educación académica superior que permite un conocimiento serio de las principales herramientas de trabajo en la emisión del mensaje, entre ellas el manejo de la lengua hablada y escrita tanto en inglés como en español, estar dispuesto a realizar ese doble trabajo que implica el ser bilingüe. La aplicación conjunta de estos factores producirá información a transmitir con mensaje de servicio, de verdadero contenido y realmente dará un lugar digno a la comunidad hispana en Estados Unidos, no solo en número, sino en forma.

Asimismo, el profesional debe contar con cualidades vitales para sobrevivir en tierra ajena, como el sentido común, arrojo y determinación, mismas que le permitirán enfrentar su propio periodo de adaptación ante cada una de las exigencias que le demanda una nueva forma de vida caracterizada, por un lado, por su propia incorporación a la población a la cual pertenece por tener una lengua en común --pero, paradójicamente, heterogénea--; y, por el otro, la búsqueda integral dentro de la nueva sociedad norteamericana. El campo está abierto. El cielo es el límite todo depende de la preparación y determinación de cada individuo, la antigua concepción manejada, incluso por mí misma en el sentido de que mi previo recorrido académico y profesional en mi país no tenían cabida en Estados Unidos, resulta en la actualidad obsoleta dado el incontenible incremento de hispanoparlantes y las necesidades de servicio que éstos demandan conforme logran su avance.

Sirvan los señalamientos anteriores a nuevas generaciones interesadas en realizar una experiencia similar a la descrita en esta Memoria de Desempeño Profesional, para aquellos que no sólo busquen superación personal o nuevos retos, sino también deseen contribuir al desarrollo de la Comunicación en español en Estados Unidos y a la adaptación e integración de la comunidad hispana a través de la labor social de informar.

En cuanto a las aportaciones que la formación académica me brindó, considero que el relato presentado durante el desarrollo de este trabajo fue el mejor foro para esclarecerlas. Entre ellas se estableció la capacidad de pensamiento razonado y con organización; seguridad para emitir juicios respaldados en teorías, la oportunidad de expresar ideas propias basadas en el aprendizaje y la práctica, criterio individual, así como el adentrarme hasta hoy en día por nuevos senderos del conocimiento que han contribuido a mi labor de servir informando y al desarrollo de la comunidad de habla española radicada en Estados Unidos; hecho que me ha permitido ser reconocida como ciudadana estadounidense (sin renunciar a mi primera patria, México), integrándome legalmente a la vida productiva de la sociedad norteamericana. Todo ello como resultado de haber tenido como base una educación académica.

Injusto sería hablar a estas alturas de las barreras que encontré para desenvolverme en el andar profesional como resultado de la preparación previa; primeramente porque han pasado 23 años desde que culminé el programa de estudios de Periodismo y Comunicación Colectiva, cursado en la ENEP-Acatlán y segundo, como antes mencioné, no tuve tiempo para lamentaciones, sino para soluciones que tenía que encontrar a través de la misma práctica auxiliada por los conocimientos

adquiridos. Sinceramente, sólo puedo estar agradecida de haber tenido la determinación para haber cursado una carrera a nivel superior, en especial esta: Periodismo y Comunicación Colectiva, la que me ha dado la oportunidad de seguir aprendiendo fuera de las aulas escolares y conservar en mi acervo cultural, ese mosaico multifacético formado por infinidad de personajes de distintas condiciones, sitios y situaciones, lugares y culturas con las que he compartido por los avatares del Periodismo, momentos irrepetibles que en ocasiones han pasado a ser parte de la Historia misma.

Empero, daré mi punto de vista en cuanto algunas cuestiones académicas basadas en las observaciones que se desprendieron durante la realización de esta investigación, en especial la importancia de la "experiencia laboral" requerida por empleadores para el aún estudiante o recién egresado que solicite una vacante, no sólo del Periodismo, sino de cualquier otra carrera. El requisito resulta absurdo dado el horario de tiempo completo que aplica el sistema educativo superior mexicano pero, por otro lado, tras la experiencia propia, es entendible la solicitud de tal cualidad por parte de los empleadores dada la intensa actividad y dinamismo que requiere la profesión, donde tiene cabida la frase que tanto escuche en mis inicios laborales: "no pagamos por enseñar". Definitivamente no hay lugar ni tiempo para hacer del lugar de trabajo un salón de clases, ni para corregir errores en base a grados escolares o repeticiones de tareas por lo que es necesario definir esta categoría que en síntesis, no resulta benéfica para ninguna de las dos partes.

Valdría la pena dar una revisada al sistema educativo superior, sus horarios, créditos por materia y la efectividad de cada una de ellas, con el objeto de cumplir metas realistas que permitan obtener la tan solicitada práctica profesional, al tiempo que se cumple con los requisitos académicos, sin necesidad de pasar de seis a ocho horas diarias en un recinto escolar.

Dentro del sistema educativo superior en Estados Unidos, destaca el manejo que se le da a la problemática arriba mencionada, el estudiante tiene la libertad de distribuir su tiempo a propia conveniencia a fin de cumplir con los requisitos académicos obligatorios de acuerdo al área de estudio seleccionada, aplicar al mismo tiempo, la práctica laboral que contribuye a definir o rectificar sus aptitudes profesionales a la vez que se prepara para cubrir las exigencias empresariales, sin dejar de lado el aspecto recreativo, mismo que forma parte de la reafirmación de sus metas.

Un estudiante de tiempo completo a nivel *College* está obligado a cubrir de 12 a 20 horas de estudios semanales. Es decir, de tres a seis clases por semestre, lo que le permite realizar otras actividades, lo mismo puede tomar de una a dos horas de clase al día o no tomar nada al día siguiente, el requisito obligatorio para graduarse es haber tomado las clases que suman el total de créditos requeridos por el área de estudios seleccionada. Un alumno de medio tiempo --como podría ser alguien que se ha dado a la tarea de dar prioridad al trabajo, formar una familia u otras actividades-- puede cursar menos materias que las que toma el estudiante de tiempo completo y, por tanto menos horas, lo que evidentemente le llevará más tiempo para concluir su programa de estudios, sin que esto le reste seriedad académica o profesional a su labor, pues dado

los costos educativos difícilmente hay lugar para "perder el tiempo" porque las propias exigencias que lo llevan a estudiar limitan las distracciones.

La idea es obtener práctica profesional con base en mayor tiempo disponible pero también, adquirir amplia madurez y responsabilidad al ingresar a las filas laborales o, de continuar estudiando, a la selección de un campo de especialización lo más apegado posible a sus aspiraciones.

México y Estados Unidos tienen una historia en común, no sólo basada en el movimiento migratorio o el compartir una frontera, sino también a través del intercambio de costumbres, ideas e incluso lengua, por muchos identificada como "copia de...". Situación que ha sido mutua, con conocimiento de causa lo puedo afirmar; no sólo es arbitrariedad o ventaja de Estados Unidos sobre México, funciona también a la inversa, en la cultura norteamericana existe una gran influencia de la cultura hispana, especialmente la mexicana, que como ya hemos mencionado, va desde el lenguaje hasta la alimentación y día a día surge con gran fuerza. Si las bases están dadas, entonces por qué no unir fuerzas en el intercambio de ideas y estrategias por ambas partes – cada vez hay más estudiantes y profesionales estadounidenses en el estudio de la lengua y cultura mexicana –, a favor de la preparación de profesionales con el fin de extraer elementos útiles a las nuevas generaciones.

Por último, con placer, optimismo y orgullo, informo que la población de habla en español (mayoritariamente mexicana) continúa dejando huella dentro de la cultura estadounidense demandando cubrir ciertos satisfactores, los cuales acompañan su evolución y desarrollo. Los medios de comunicación impresos, electrónicos y digitales representan uno de esos campos en expansión, área en la cual he tenido la satisfacción de desempeñarme en Chicago, Illinois, contribuyendo a realizar una labor periodística, de servicio informativo ante las múltiples necesidades de los hispanoparlantes aquí radicados que desconocen el inglés.

Actualmente, los medios de comunicación en Estados Unidos, incluida la *new media*, reclaman periodistas que hagan honor a este cargo, preparados no sólo con todos los requerimientos mencionados a lo largo de esta Memoria, sino con verdaderos conocimientos de las técnicas que exige el Periodismo, la Publicidad, Diseño, Mercadotecnia y Relaciones Públicas. Recursos con los que se apoya para difundir su mensaje, el cual va alcanzando repercusión mundial vía *Internet*.

BIBLIOGRAFÍA:

Baena Paz, Guillermina. Instrumentos de Investigación. Tesis profesionales y trabajos académicos. Editores Mexicanos Unidos. México, 2002, 134 pp.

Beneyto, Juan. Conocimiento de la Información. Madrid. Alianza Editorial, 1973, 264 pp.

Berlo K., David. El Proceso de la Comunicación: Introducción a la Teoría y a la Práctica. Buenos Aires. El Ateneo, 2000, 265 pp.

Calvimontes Calvimontes, Jorge. El Periódico. Taller de Lectura y Redacción ANUIES. México. Trillas, 1985, 89 pp.

De Fleur, M.L. Teorías de la Comunicación Masiva. Buenos Aires. Paidós, 1976, 251 pp.

García Pelayo y Gross, Ramón. Pequeño Larousse Ilustrado. México. Larousse, 1979, 1663 pp.

Gerald J., Edward. La responsabilidad social de la prensa. México. Libreros Mexicanos Unidos, 1965, 307 pp.

Gibaldi, Joseph. MLA Handbook for Writers of Research Papers. New York. MLA Book Publications, 2002, 332 pp.

Goldberg, Bernard. A Bias: CBS Insider Exposes How the Media Distort the News. Washington, D.C. Regnery Publishing, Inc., 2002, 232 pp.

Lee, Martin A.& Norman Salomon. Unreliable Sources: A Guide to Detecting Bias in News Media. New York. Carol Publishing Group, 1990, 419 pp.

Leñero, Vicente y Carlos Marín. Manual de Periodismo. Tratados y Manuales. México. Grijalbo, 1995, 315 pp.

Mann, Leon. Elementos de Psicología Social. México. Limusa, 1978, 199 pp.

Markman, Roberta H., Peter T. Markman, and Marie L. Waddell. 10 Steps in Writing the Research Paper. New York. Barron's Educational Series, Inc., 1994, 125 pp.

Matterlart, Armand. La Cultura como Empresa Multinacional. México. Era, 1976, 177 pp.

Paoli, J. Antonio. Comunicación. México. Edicol, 1977, 197 pp.

Postman, Neil. Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business. New York. Penguin Books, 1986, 183 pp.

Reed Torres, Luis y Ruiz Castañeda, María del Carmen. El Periodismo en México. 500 Años de Historia. México. Edamex, 2002, 373 pp.

Repley, Casey Jr., ed. The Media and the Public. The Reference Shelf Vol. 66 Number 55. New York. The H. W. Wilson Company, 1994, 219 pp.

Santiago, Esmeralda. Cuando era Puertorriqueña. N.Y. Random House, Inc., 1994, 275 pp.

Teitelbaum, Harry. How to Write a Thesis. New York. Arco Publishing, 1998, 134 pp.

Toussaint, Florence. Crítica de la Información de Masas. México. Trillas, 1988, 94 pp.

HEMEROGRÁFIA

Alatorre, Antonio. "De cómo se alarman todos mientras yo me río". Letras Libres. México, D.F. Mayo 2003. Año V. No. 53, pp.28-31.

Barron, John. "Hispanic market still 'untapped' despite growth". Chicago Sun Times. Traduc. Elizabeth Q.K.V. Chicago, IL. May 25, 1995, p.67, 70.

Curley, Thomas. "USA Today embraces change". USA Today. Traduc. Elizabeth Q.K.V. Estados Unidos. Jan. 03, 1995, p. 13-A.

Chapman, Stephen. "Immigrants on welfare: The limits of our generosity". Chicago Tribune. Traduc. Elizabeth Q.K.V. Chicago, IL. 1994, Editorial p.24.

Haynes, V. Dion. "Parties invest time, money to woo Hispanics voting ". Chicago Tribune. Traduc. Elizabeth Q.K.V. Chicago, IL. November 1, 2002, p.1.

Kirk, Jim. "Exito to print daily with new name Hoy". Chicago Tribune. Traduc. Elizabeth Q. K.V. Chicago, IL. August 7, 2003, p. 2- C.

Latino Research ND. The Institute for Latino Studies at the University of Notre Dame. Traduc. Elizabeth Q.K.V. Notre Dame, I.N. May 2003, Vol.1, No.1, p. 1-3.

Liceaga, Mariana. "El spanglish ya tiene mayoría de edad". Hoy. Chicago, IL. Oct.17, 2003, p. 9.

Maceri, Domenico. "Spanish for all? The case for bilingual ed". Chicago Tribune. Traduc. Elizabeth Q.K.V. Chicago, IL. April 15, 1999, p.27.

Massey S., Douglas."Una Política de Inmigración Disfuncional". Letras Libres. México, D.F. Mayo 2003. Año V. No. 53, pp.16-20.

Mendell, David."Hispanics, largest minority in US". Chicago Tribune. Traduc. Elizabeth Q.K.V. Chicago, IL. Jan. 22, 2003. p.5.

Oclander, Jorge. "Immigration here hits a 60-year high". Chicago-Sun Times. Traduc. Elizabeth Q.K.V. Chicago, IL. March 28, 1995. Metro p.13.

Sharp, Deborah. "Si usted no habla español puede quedarse rezagado". (If you don't speak Spanish, you might be left behind). USA Today. Traduc. Elizabeth Q.K.V. Estados Unidos. May 9, 2001., pp.1-2.

Schmich, Mary. "Taking Spanish can be a lesson in exploration". Chicago Tribune. Traduc. Elizabeth Q.K.V. Chicago, IL. Feb. 26, 2003. Metro, p.1

Szulc, Tad. "The Fastest-Growing Minority in America". Chicago Tribune-Supplement Parade. Traduc. Elizabeth Q.K.V. Chicago, IL. January 3, 1999. Parade p. 4-7.

The Chicago Hispanic Market 1991. Media Kit. National Association Hispanic Publications (NAHP). USA 1991

"U. S. moving to ease México money crisis". Chicago Tribune. Traduc. Elizabeth Q.K.V. Chicago, IL. December 30, 1994, p.1, 17.

INTERNET.

The Hispanic-American Market. 14 Oct., 2002 <www.sia.com/diversity/adf/hispanic>.

Spanish spoken here. 6 Jun., 2002 <www.suntimes.com/output/census/cst-nws-census26.html>.

U.S. Census Bureau .(Cook County, Illinois). 6 Jun., 2002 <<http://quickfacts.census.gov/qfd/states> >.

Chicago's Newspapers. July, 2002 <<http://chicagowest.about.com/cs/newspapers/>>.

Chicago Reader. July, 2002 <<http://www.chireader.com>>.

Chicago Hispanic Market Facts. June, 2002 <www.lawndalepress.com>.

City of Chicago. Chicago Fact Book: Demographics. August 14, 2003 <www.cityofchicago.org/PlanAndDevelop/ChgoFacts/Demo.html>.

The University of Chicago. Chicago Life: Newspapers. July, 2003 <www.uchicago.edu/real/news_sources.newspaper>.

Demographics drive the Latino media story. June, 2001 <<http://csmweb2.emcweb.com/durable/2001/06/21/p14s1.htm>>.

Fox News. Hispanic Television Merger Riles Democrats. May 30, 2003 <www.foxnews.com/printer_friendly_story/0,3566,88113,00.html>.

History of Hispanic Immigration. 24 July, 2003 <www2.worldbook.com>.

Hispanic Broadcasting Corporation. July 29, 2003 <www.HispanicBroadcasting.com/overview-timeline.htm>

La página del idioma Español. Impulsor del spanglish desafía a profesores, traductores y lingüistas. 16 de abril, 2001 <www.el-castellano.com/spangl.html>.

U.S. Department of State. Census 2000 Paints Statistical Portrait of the Nation's Hispanic Population. June 24, 2003
<<http://usinfo.state.gov/usa/race/diversity/01051001.htm>>.

U.S. Society. Hispanic Americans. U.S. State Department. July, 2003
<www.usembassy.de/usa/>.

Ahrens, Frank. Spanish-Media Giant Near Approval. August 7, 2003
<www.hispanicbusiness.com/news/news_print.asp?id=11986>.

Ahrens, Frank & Williams, Krissah. Spanish-Language Media Expand. August 11, 2003
<www.hispanicbusiness.com/news/>.

Aragón Ulibarri, Daniel. Manifest Destiny 2000: the United States is becoming "Latinoized". April 29, 2000 <www.ushispanic.net/ushisp/>.

Bachman, Katy. Second-Quarter AD Data Hints at Recovery. August 12, 2003
<http://mediaweek.com/mediaweek/headlines/article_display.jsp?vnu_content_id=195477>.

Eddy, Ryan. January 20, 1980---A date to remember. Sept., 2003
<www.nova.bsuvc.bsu.edu/>.

Davis, Kevin. Hispanics emerge as labor force. Latinos en Estados Unidos. Jun. 14, 2003 <www.americaenespanol.com/foro/>.

Galván, Manuel. Hispanics in Chicago from Central America take first steps to political empowerment. Nov., 1993 <www.lib.niu.edu/ipo/ii9311134.html>.

Hayes, M. Leonora. Managing Spanish Dialectal Differences within the Transitional Bilingual Education Classroom. August, 2003
<www.archesss.uga.edu/~hayes/spanishVarietiss.htm>.

Huston, Bill. Media Monopoly. May 3, 2003 <www.binghamtonpublicaccess.org/>.

Irvine, Martha. Hispanics bolster Chicago economy, spur change. Associated Press. March 12, 2001 <www.latina.com>.

Johnson, Alex. Spanglish That curious mixture of English and Spanish is here to stay. Jun, 2003 <www.spainview.com/spanglish.html>.

Koprowski, Gene. Changing Times. August 14, 2003
<www.horizonmag.com/8/diversityprint.asp>.

Myers, Jack. Exclusive: Hispanic Ad Spending Data & Forecasts. March 18, 2003
<www.jackmyers.com>.

Miller, Scott. Hispanics Replace African Americans as Largest U.S. Minority Group. January 23, 2003 <<http://usinfo.state.gov/usa/race/diversity/a012303.htm>>.

Powers, Angela *et al.* Media Diversification: Is Bigger Better After All? 5th. World Media Economics Conference. May 2002 <www.Tukkk.fi/media_group/5wmec%201papers>.

Rossi Publications, Inc. La Raza The Word for Chicago Latinos. June 22, 2002 <www.reygrafico.com/raza-kit/raza.htm>.

Stanley, Morgan. The Hispanic Media History. 7 Jun., 2002 <www.nalip.org/docs/MorganStanley_HispanicMedia.pdf>.

Shah, Anup. Mainstream Media. Media in the United States. April 10, 2003 <www.global_issues.org/human_rights/Media/USA.asp>.

Therrien, Melissa & Ramirez, Roberto. The Hispanic Population in the United States. U.S. Census Bureau. Oct. 2003 <www.census.gov>.

Weber, R. Harry. Study says minorities' buying power rising faster than whites. August 14, 2003 <www.philly.com/mld/philly/business/6532761.htm>.

Nota: Cada una de las páginas Internet tituladas en inglés fueron traducidas por la autora de este trabajo.

MEMORIAS DE DESEMPEÑO PROFESIONAL:

Casillas Valdivia, Marisela. Experiencia Profesional en la Coordinación de Difusión de la Coordinación General de Comunicación Social del Instituto Mexicano del Seguro Social. Fortalezas y Debilidades. México, UNAM-ENEP Acatlán, 2001.

Sánchez Pacheco, Miguel Ángel. Análisis de la Actividad Profesional del Reportero Interno de la Dirección de Información de la Presidencia de la República a Partir de la Experiencia Profesional como Subdirector de Documentación desde el 1 de Enero de 1998. México, UNAM-ENEP Acatlán, 2001.

APÉNDICE:

1. Lugar de origen y porcentaje de hispanos que radican en Estados Unidos de acuerdo al Censo 2000.
2. Fuente: *Reporte US CENSUS BUREAU*. Publicado en marzo del 2001.
3. Áreas y porcentajes donde se registran hispanos en el área metropolitana de Chicago, Illinois hasta el año 2000.
Fuente: *Latino Research*, Volumen 1, No. 1 mayo 2003.
4. Las diez principales regiones con población hispana en Estados Unidos.
Fuente: *US CENSUS BUREAU*.
5. Los diez estados con el mayor índice de hispanos en E.U.
Fuente: *US CENSUS BUREAU*.
6. Formato de “*Tele Guía de Chicago*”, “*Alimentos Procesados*”.
7. Formato de “*Mundo Hispano Publicaciones*”.
8. Solicitud de empleo sometida por *Tele Guía* ante el Departamento de Trabajo Estadounidense.
9. Publicación obligatoria de *Noticia – convocatoria* a candidatos interesados en ocupar la posición de Editor.
10. Reporte de *Tele Guía* a las oficinas de Gobierno correspondientes, sobre el procedimiento para contratar un Editor de lengua española .
11. Ejemplo de uno de los anuncios que se tuvo que publicar en el diario *Chicago Tribune* a fin de convocar a un candidato nacional estadounidense.
12. En Mazatlán, cubriendo gira presidencial (Miguel de la Madrid), aquí con el Presidente Municipal y Cabildo Tapatío.
13. a) En Guadalajara con el Embajador Estadounidense *John Gavin*.
b) En el programa radial en Chicago, Illinois con el Cónsul Mexicano.
14. a) En Guadalajara con José Luis Cuevas (escultor).
b) Con Lupita D’Alessio en Chicago, Illinois en entrevista exclusiva.
15. En México, en el periódico “*Cuestión*”.
16. En Chicago, Illinois con: a) Susana Alexander, b) Guadalupe Pineda; c) Marco Antonio Muñiz.
17. En Chicago en entrevista con: a) El Gobernador de Illinois *Jim Edgar*, b) Con la

esposa del Gobernador en Illinois, *Elizabeth Edgar*, c) Con famoso animador de programación estadounidense juvenil.

18. Con: a) Cristina Saralegui, b) Bronco, c) María Soria.
19. Con el que fuera Director de Inmigración Estadounidense en Chicago, Illinois a) *A. D. Moyer* en el programa de Mundo Hispano, b) Con el magnate *Bill Gates*, c) Con la popular cantante *Meredith Brooks*.
20. a) Con *Gloria Estefan*, b) El reconocido escritor infantil de la serie “*Goose Bump*”, *R.L. Stine*, c) Con el personaje que identifica a *McDonalds: Ronald McDonald*.
21. a) Con el Secretario de Transportación en la administración de *Bill Clinton*, *Federico Peña*, b) Con el también entonces Secretario de Población y Vivienda en Estados Unidos: *Henry Cisneros*.
22. a) En la conferencia de Medios Hispanos en Miami con *Joe Giarritano*, b) En mi participación como Directora Regional de la *NAHP*.
23. Tres etapas en mi vida profesional en Estados Unidos: a) *Tele Guía de Chicago*, b) *Mundo Hispano*, c) *Cahners Business Information*.
24. Cubierta de la publicación que me incluyo entre las 100 mujeres haciendo diferencia en Illinois.

25. Interiores FOTO.

26. Interiores TEXTO.

27. Carta de la administración *Clinton*, tiempo después de nuestro encuentro como publicación, con el Presidente y parte de su gabinete.
28. Reconocimiento del Gobernador de *Illinois*, *George H. Ryan* por la labor comunitaria e informativa de Mundo Hispano.
29. Reconocimiento a mi labor como Directora Regional de la Asociación Nacional de Publicaciones Hispánicas *NAHP*, en Estados Unidos.
30. Comunicación que establecí con lectores en mi etapa de Editora por Internet en *Cahners*, a través de *Alimentos Procesados*.
31. Intercambio informativo que establecí con lectores en mi etapa de Editora por Internet en *Cahners*, a través de *Alimentos Procesados*.
32. Intercambio comunicacional establecido con lectores en mi etapa de Editora por Internet en *Cahners*, a través de *Alimentos Procesados*.

The Hispanic Population in the United States

Population Characteristics

March
2000

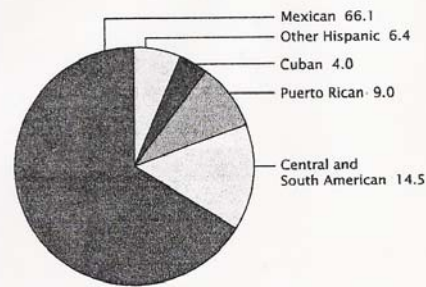
Issued March 2001

Loflock, 2000, *The Foreign-Born Population in the United States: March 2000*, Current Population Reports, P20-534, U.S. Census Bureau, Washington DC.

The population universe for the March 2000 CPS is the civilian non-institutionalized population of the United States and members of the Armed Forces in the United States living off post or with their families on post, but excludes all other members of the Armed Forces.

The terms "Hispanic" and "Latino" are used interchangeably in this report to reflect the new terminology in the standards issued by the Office of Management and Budget in 1997 that are to be implemented by January 1, 2003. For more information, please refer to "Revisions to the Standards for the Classification of Federal Data on Race and Ethnicity," *Federal Register*, Vol. 62, No. 280, October 30, 1997, pp. 58,782-58,790. In addition, being of a particular origin is determined by the respondent. For example, people who indicate that they are of Mexican origin may be either born in Mexico or of Mexican heritage.

Figure 1.
Hispanics by Origin: 2000
(In percent)



Source: U.S. Census Bureau, Current Population Survey, March 2000.

Demographic Programs

USCENSUSBUREAU

Helping You Make Informed Decisions

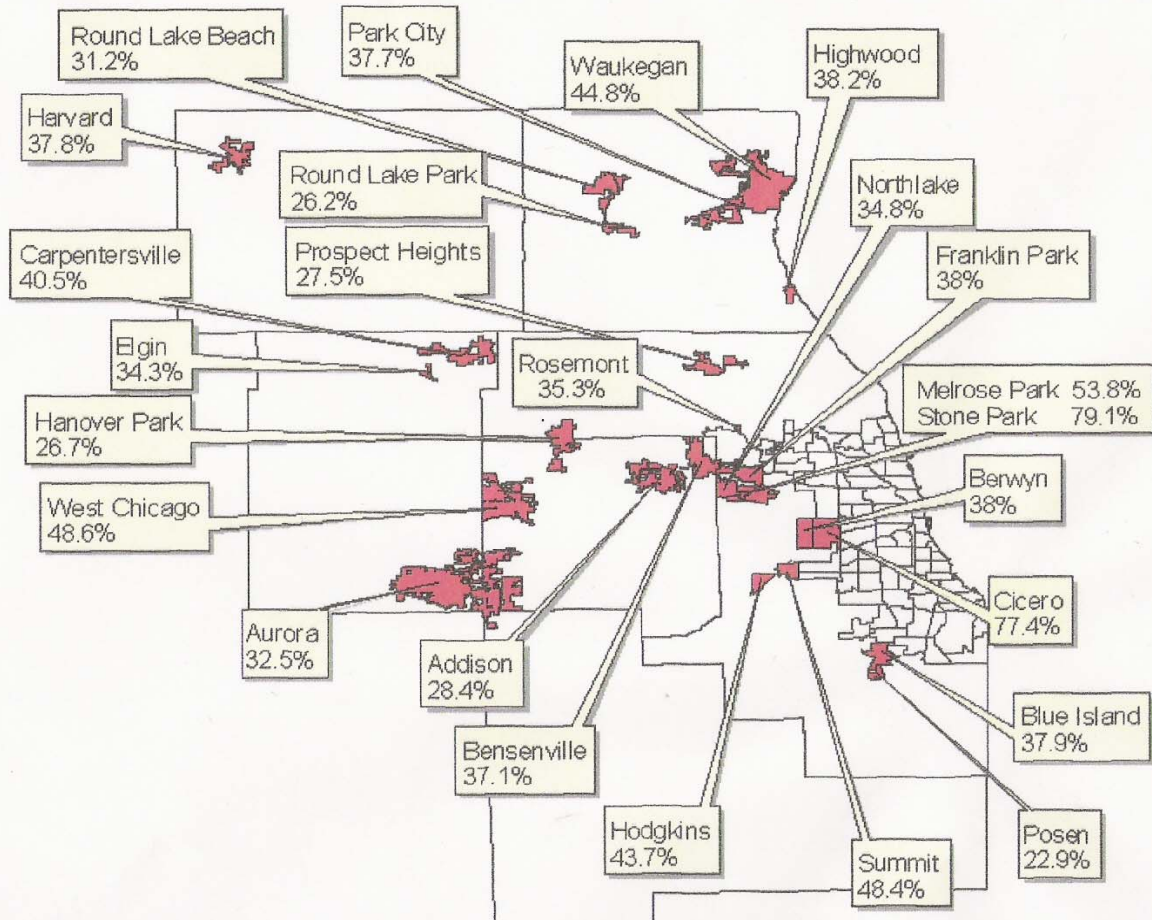
U.S. Department of Commerce
Economics and Statistics Administration
U.S. CENSUS BUREAU



1. Lugar de origen y porcentaje de hispanos que radican en Estados Unidos de acuerdo al Censo 2000.

Fuente: Reporte US CENSUS BUREAU. Publicado en marzo del 2001.

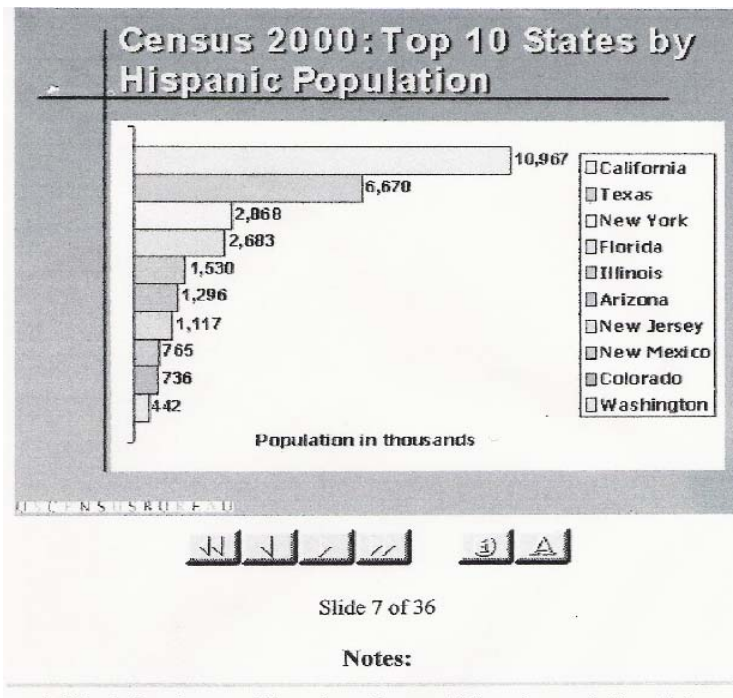
2000 Hispanic Percentage Population by Cities and Towns in the Chicago Metro Area



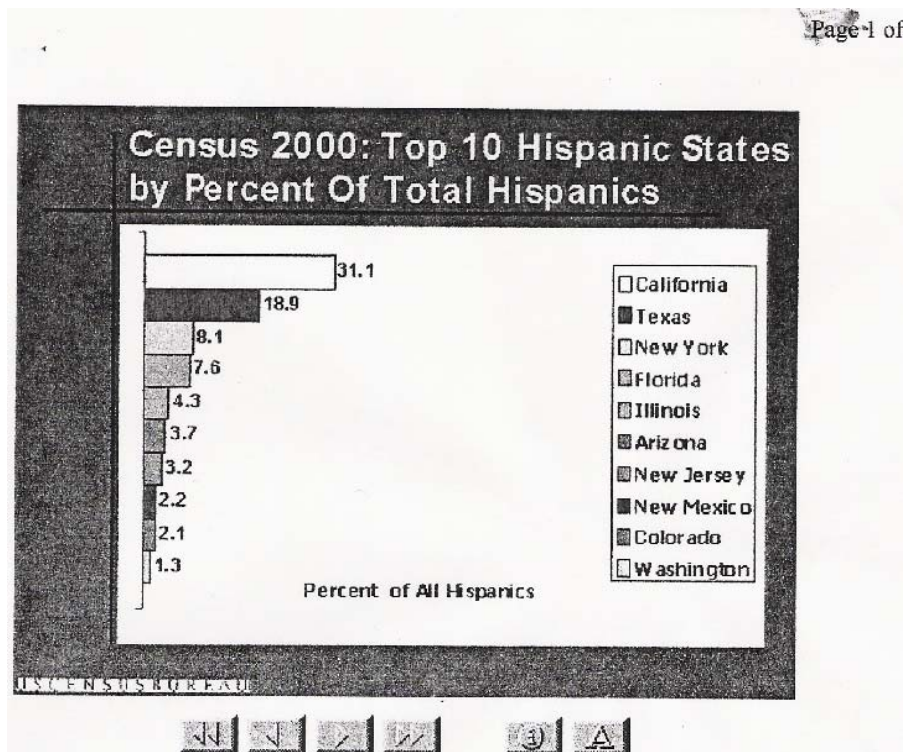
Map provided by Kiljoong Kim, DePaul University

2. Lugares y porcentajes donde habitan hispanos en el área metropolitana de Chicago, Illinois hasta el año 2000.

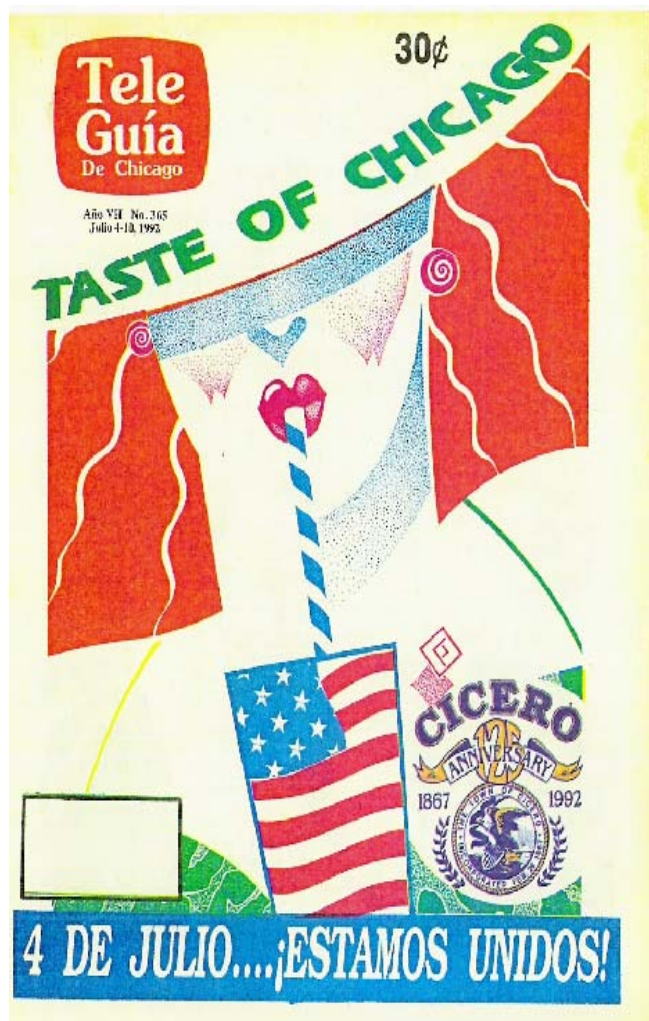
Fuente: Latino Research, Volumen 1, No. 1 mayo 2003.



3. 10 Estados de Estados Unidos que encabezan la lista con población hispana.
Fuente: US CENCUS BUREAU



4. Los 10 Estados con mayor porcentaje de hispanos en E.U.
Fuente: US CENSUS BUREAU.



5. Formato de “Tele Guía de Chicago”, “Alimentos Procesados”.

GRATIS
¡TOME
UNO!

Lo que los Padres
Deben de Saber

VEA PAG. 12

MIDWAY
MOTOR SALES

¡NOSOTROS
FINANCIAMOS!

2346 S. Cicero Ave. Cicero, IL.
(708)656-5756



CIRCULATION AUDITED BY
CPVS
COUNCIL OF PUBLISHERS
VERIFICATION SERVICE

MUNDO

Origen, Voz y Presencia
Hispano
PUBLICACIONES

Member of:



RECONOCIMIENTOS
RECIBIDOS POR LA NAHP
EN 1996
"MEJOR EDITORIAL
Y DISEÑO GRAFICO"

Año 6 No. 294

Diciembre 24, 1998

(708)780-8808

Aumenta el Número de Países con Libertad y Democracia

*Incremento Mundial de Conflictos Armados

WASHINGTON.- La libertad y la democracia lograron avanzar este año en todo el planeta, con 40% de la población mundial -2.354 millones de personas- viviendo en sociedades libres, de acuerdo con un estudio de la organización prodemocrática estadounidense Freedom House dado a conocer el lunes.

A su vez, otra investigación difundida en Europa revela que los conflictos en el mundo aumentaron ligeramente.

Entre los países que destaca Freedom House por sus logros hacia la libertad y la paz están Nicaragua, Ecuador y República Dominicana, que pasaron de la categoría "parcialmente libre" a "libre", junto con India, Papúa Nueva Guinea, Eslovaquia y Tailandia.

El informe de la organización asegura que en 88 países se vive en libertad, siete más que en 1997, y el mayor número en los 26 años de historia de este examen global.

El presidente de Freedom House, Adrian Karatnycky, señaló que algunos de los mayores logros se alcanzaron en países extensos e influyentes. Citó el caso de India y los de Nigeria e Indonesia, que pasaron de "no libres" a "parcialmente libres".

Freedom House, creada en 1941 con base en Washington y Nueva York, se define como una organización no partidista y sin fines de lucro, cuyo objetivo es promover la democracia y las reformas de mercado.

En el informe agrega que las turbulencias

económicas de este año no generaron retroceso en la democracia ni en los derechos humanos, pero sí "propulsaron aperturas políticas" como las de Tailandia, Nigeria e Indonesia. Los sistemas más abiertos y democráticos respondieron con mayor éxito a la crisis que los regímenes autoritarios, agrega.

Por otra parte, una investigación de un grupo de trabajo de causas bélicas (AKUF) de la Universidad de Hamburgo revela que por primera vez en los últimos años volvió a aumentar la cantidad de conflictos en el mundo, que en 1998 llegaron a 48.

En Latinoamérica persisten dos de estos conflictos armados, luego de que el conflicto entre el gobierno peruano y el grupo extremista Sendero Luminoso dejó de ser prácticamente una guerra, dice AKUF, realzando que los dos que persisten tienen lugar en Colombia y comenzaron ya en la década de los 60.

AKUF analiza anualmente los conflictos armados en el mundo y sus causas determinantes, y señala que a pesar de que la cantidad subió ligeramente, sigue siendo más baja que al comienzo de los años 90.

En 1998 comenzaron cinco nuevas guerras y la zona más conflictiva sigue siendo el continente africano, donde hay actualmente 15 conflictos armados. Doce de ellos ya existían, a los que se agregaron este año otros tres. Uno de ellos tiene lugar en la República Democrática del Congo, donde el año pasado el jefe rebelde Laurent Kabila desplazó del poder al gobierno anterior.

En agosto de este año, sin embargo, la situación en dicha república africana experimentó una peligrosa escalada al intervenir apoyando a los rebeldes anti Kabila varios países vecinos.

Emergencia Ambiental en la Capital Mexicana

México.- Los niveles de contaminación en la capital mexicana, agravados por las emanaciones del volcán Popocatepetl, son tan elevados que las autoridades decretaron para el Estado de emergencia ambiental.

Por tercer día consecutivo, y pese a que miles de ciudadanos salieron de la ciudad por las vacaciones navideñas, la capital mexicana registra niveles de contaminación pocas veces vistos, reseñó AP.

Hasta tal punto ello es así, que el secretario del Medio Ambiente en el Distrito Federal, Alejandro Encinas, indicó que continuará la Fase 1 del Programa de Contingencias Ambientales.

Datos de la Secretaría de Salud indican que en los primeros 11 meses de 1998, se realizaron 18 millones de consultas médicas por padecimientos respiratorios.

Sigue en pag. 13



Ataque Aéreo Contra la Guerrilla Colombiana Ejercen Control del Sureste las Fuerzas Armadas Revolucionarias

BOGOTÁ.- Las fuerzas militares de Colombia usaron aviones y cohetes donados por Estados Unidos para combatir el narcotráfico, en un reciente ataque aéreo contra la guerrilla en el que murieron 27 civiles, dijo el lunes Human Rights Watch.

El Ejército y la Fuerza Aérea colombiana negó la realización de "bombardeos indiscriminados" sobre el caserío de Santo Domingo, 400 kilómetros al noroeste de Bogotá, durante acciones contra la guerrilla el 13 de diciembre, aunque admitieron que dispararon seis cohetes desde sus helicópteros.

La organización defensora de los derechos humanos con sede en Washington aseguró que los aviones Bronco OV-10, los helicópteros y las municiones utilizados en el ataque forman parte de la ayuda militar de Estados Unidos para combatir el narcotráfico.

Las reglas impuestas por el Congreso estadounidense impiden que la ayuda militar

de ese país a Colombia para la lucha contra el narcotráfico sea utilizada para combatir a la guerrilla.

A partir de hoy, los rebeldes de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia ejercen el control total de 42 mil kilómetros cuadrados en el sureste de Colombia, paso previo para la reunión que sostuvieron el alto comisionado para la Paz, Victor Ricardo, y los representantes guerrilleros.

En la reunión Ricardo y los rebeldes llegaron a un acuerdo que permitiría instalar las mesas de diálogo en enero del próximo año.

Los jefes subversivos y el comisionado se reunirán de nuevo el 28 de diciembre para "ultimar detalles".

El ex vicepresidente liberal Carlos Lemos consideró que los rebeldes izquierdistas ya ganaron la guerra, y acusó al gobierno de Pastrana de actuar "complaciente ante la vigorosa presión de la insurgencia".

APPLICATION
FOR
ALIEN EMPLOYMENT CERTIFICATION

IMPORTANT: READ CAREFULLY BEFORE COMPLETING THIS FORM
PRINT legibly in ink or use a typewriter. If you need more space to answer questions on this form, use a separate sheet. Identify each answer with the number of the corresponding question. SIGN AND DATE each sheet in original signature.
To knowingly furnish any false information in the preparation of this form and any supplement thereto or to aid, abet, or counsel another to do so is a felony punishable by \$10,000 fine or 5 years in the penitentiary, or both (18 U.S.C. 1001)

PART A. OFFER OF EMPLOYMENT																																			
1. Name of Alien (Family name in capital letter, First, Middle, Maiden) VAZQUEZ Elizabeth Ouan Kiu																																			
2. Present Address of Alien (Number, Street, City and Town, State ZIP Code or Province, Country) 4902 W. 29th Place, Cicero, Illinois 60650					3. Type of Visa (If in U.S.) Tourist																														
The following information is submitted as evidence of an offer of employment.																																			
4. Name of Employer (Full name of organization) TELEGUIA PUBLICATIONS					5. Telephone (Area Code and Number) (708) 556-6668																														
6. Address (Number, Street, City or Town, Country, State, ZIP Code) 6001 W. Cermak Road, Cicero, Illinois 60650																																			
7. Address Where Alien Will Work (If different from Item 6) Same																																			
8. Nature of Employer's Business Activity Television		9. Name of Job Title Listing Publication Editor		10. Total Hours Per Week a. Basic 40 b. Overtime 0		11. Work Schedule (Hourly) a.m. \$ 5.00 p.m. per Hr. \$																													
12. Rate of Pay a. Basic \$ 5.00 b. Overtime \$ per Hr. per hour																																			
13. Describe Fully the Job to be Performed (Duties) Spanish Journalist - All work to be performed in Spanish. Editorial ability to select written materials for publication. This includes re-writing, verifying, compiling, and abstracting according to publication's style and editorial policy. Selects illustrative materials and prepares layouts to position and space articles. Reads copy to detect errors in punctuation, spelling and syntax and prepares material for typesetter. Writes publication's editorial, headlines and captions. As needed may conduct life interviews and write articles or columns.																																			
14. State in detail the MINIMUM education, training, and experience for a worker to perform satisfactorily the job duties described in Item 13 above.				15. Other Special Requirements																															
<table border="1"> <tr> <td>EDUCATION (Enter number of years)</td> <td>Grade School</td> <td>High School</td> <td>College</td> <td>College Degree Required (specify)</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>4</td> <td>4</td> <td></td> <td>Bachelor's Degree Major Field of Study Journalism & Spanish</td> </tr> <tr> <td>TRAINING</td> <td>No. Yrs.</td> <td>No. Mos.</td> <td colspan="2">Type of Training</td> </tr> <tr> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td colspan="2">Writing in Spanish</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">EXPERIENCE</td> <td>Job Offered</td> <td colspan="2">Related Occupation (specify)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Yrs. Mos.</td> <td>Yrs. Mos.</td> <td colspan="2">Investigative Reporter Life Interviews Editing</td> </tr> </table>				EDUCATION (Enter number of years)	Grade School	High School	College	College Degree Required (specify)	3	4	4		Bachelor's Degree Major Field of Study Journalism & Spanish	TRAINING	No. Yrs.	No. Mos.	Type of Training			2		Writing in Spanish		EXPERIENCE	Job Offered	Related Occupation (specify)			Yrs. Mos.	Yrs. Mos.	Investigative Reporter Life Interviews Editing		Thorough knowledge of Spanish grammar, and syntax. Writing ability in Spanish to write publication's editorial and articles. Ability to plan arrangement of material to be published in accordance to publication's style. Ability to conduct life interviews.		
EDUCATION (Enter number of years)	Grade School	High School	College	College Degree Required (specify)																															
3	4	4		Bachelor's Degree Major Field of Study Journalism & Spanish																															
TRAINING	No. Yrs.	No. Mos.	Type of Training																																
	2		Writing in Spanish																																
EXPERIENCE	Job Offered	Related Occupation (specify)																																	
	Yrs. Mos.	Yrs. Mos.	Investigative Reporter Life Interviews Editing																																
16. Occupational Title of Person Who Will Be Allen's Immediate Supervisor Publisher					17. Number of Employees Allen will Supervise																														
<p>ENDORSEMENTS (Make no entry in section for government use only)</p> <table border="1"> <tr> <td colspan="2">Date Forms Received</td> </tr> <tr> <td>L.O.</td> <td>S.O.</td> </tr> <tr> <td>R.O.</td> <td>N.O.</td> </tr> <tr> <td>Ind. Code</td> <td>Occ. Code</td> </tr> <tr> <td>Occ. Title</td> <td></td> </tr> </table>							Date Forms Received		L.O.	S.O.	R.O.	N.O.	Ind. Code	Occ. Code	Occ. Title																				
Date Forms Received																																			
L.O.	S.O.																																		
R.O.	N.O.																																		
Ind. Code	Occ. Code																																		
Occ. Title																																			

7. Solicitud de empleo sometida por Tele Guía ante el Departamento de Trabajo Estadounidense.

18. COMPLETE ITEMS ONLY IF JOB IS TEMPORARY		19. IF JOB IS UNIONIZED (Complete)	
a. No. of Openings To Be Filled By Aliens Under Job Offer	b. Exact Dates You Expect To Employ Alien		a. Number of Local
	From	To	
			c. City and State

20. STATEMENT FOR LIVE-AT-WORK JOB OFFERS (Complete for Private Household Job ONLY)					
a. Description of Residence		b. No. Persons Residing at Place of Employment			c. Will free board and private room not shared with anyone be provided? ("X" one) <input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO
("X" one) <input type="checkbox"/> House <input type="checkbox"/> Apartment	Number of Rooms	Adults	Children	Ages	
		BOYS			
		GIRLS			

21: DESCRIBE EFFORTS TO RECRUIT U.S. WORKERS AND THE RESULTS. (Specify Sources of Recruitment by Name)

We have run ads in our publication looking for Spanish Journalist, with the qualifications we need. Namely, preparation of written material for publication; read copy to detect errors in spelling, punctuation, and syntax. This includes planning arrangement of material, rewriting, verifying, compiling and abstracting according to standards of organization.

By word of mouth the position available was made known to the Spanish community. Mrs. Vazquez was the most qualified and experienced applicant.

22. Applications require various types of documentation. Please read PART II of the instructions to assure that appropriate supporting documentation is included with your application.

23. EMPLOYER CERTIFICATIONS

By virtue of my signature below, I HEREBY CERTIFY the following conditions of employment.

a. I have enough funds available to pay the wage or salary offered the alien.	e. The job opportunity does not involve unlawful discrimination by race, creed, color, national origin, age, sex, religion, handicap, or citizenship.
b. The wage offered equals or exceeds the prevailing wage and I guarantee that, if a labor certification is granted, the wage paid to the alien when the alien begins work will equal or exceed the prevailing wage which is applicable at the time the alien begins work.	f. The job opportunity is not:
c. The wage offered is not based on commissions, bonuses, or other incentives, unless I guarantee a wage paid on a weekly, bi-weekly or monthly basis.	(1) Vacant because the former occupant is on strike or is being locked out in the course of a labor dispute involving a work stoppage.
d. I will be able to place the alien on the payroll on or before the date of the alien's proposed entrance into the United States.	(2) At issue in a labor dispute involving a work stoppage.
	g. The job opportunity's terms, conditions and occupational environment are not contrary to Federal, State or local law.
	h. The job opportunity has been and is clearly open to any qualified U.S. worker.

24. DECLARATIONS

DECLARATION OF EMPLOYER Pursuant to 28 U.S.C. 1746, I declare under penalty of perjury the foregoing is true and correct.

SIGNATURE	DATE

NAME (Type or Print)	TITLE
Ezequiel Montes	Publisher

AUTHORIZATION OF AGENT OF EMPLOYER I HEREBY DESIGNATE the agent below to represent me for the purposes of labor certification and I TAKE FULL RESPONSIBILITY for accuracy of any representations made by my agent.

SIGNATURE OF EMPLOYER	DATE

NAME OF AGENT (Type or Print)	ADDRESS OF AGENT (Number, Street, City, State, ZIP Code)
Yolanda Haces, Attorney Flader and Haces	180 N. LaSalle, Suite 2416 Chicago, Illinois 60601

NOTICE TO ALL EMPLOYEES

Pursuant to Section 20 C.F.R. 656.20, you are hereby notified that an application for Alien Employment Certification has been filed for the following position:

EDITOR-40 Hours per week, from 9:00 A.M. to 5:00 P.M. Annual salary \$22,400.00. **SPANISH JOURNALIST**-Writes editorial column based on current events and personal knowledge and experience. Selects written material for publication and re-writes, verifies, complies, and abstracts to adjust to publication's style and editorial policy. Selects illustrative materials and prepares layouts to position and space articles; and writes headlines and captions. Proof-reads copy checking for spelling and syntax and prepares material for typesetting. Conducts live interviews and writes articles. **MINIMUM REQUIREMENT** -Bachelor's Degree in Journalism. **SPECIAL REQUIREMENT**-Spanish grammar and Writing-College Level - 4 courses.

Any applicant who is interested in this position may apply to the following individual for consideration:

Contact Person & Employer: Mr. Ezequiel Montes, Publisher
TELEGUIA PUBLICATIONS
3114 South Austin
Cicero, IL 60650

Any individual may provide documentary evidence bearing this application, with information on available workers and information on wages and working conditions, to the local State Employment Service or Regional Certifying Officer, U.S. Department of Labor, whose names are as follows:

Local Office: Attention: V-IL 5531-A
Illinois Department of Employment Security
ALIEN CERTIFICATION UNIT - 3 SOUTH
401 South State Street
Chicago, IL 60605

Regional Certifying Officer: Mrs. Sarah Carroll
Certifying Officer
U.S. Department of Labor
Employment & Training Administration
230 South Dearborn Street
Chicago, Illinois 60604


This notice is being paid for ten working days as required.

DATE POSTED:

1-14-93

DATE POSTING TAKEN OFF:

2-3-93


EZEQUIEL MONTES

8. Noticia – convocatoria a candidatos interesados en ocupar la posición de trabajo requerida.



ZEKE MONTES
PUBLISHER

TELE GUIA PUBLICATIONS
3116 S. AUSTIN BLVD.
CICERO, IL 60650
(708) 656-6666
FAX (708) 656-6679

FILE NUMBER: V-IL 5531-A

February 3, 1993

Janet Aschenbrenner
IDES IMMIGRATION SPECIALIST
401 South State Street
Chicago, Ill 60605

RE: FINAL DOCUMENTATION REQUEST APPLICATION FOR ALIEN
CERTIFICATION

EMPLOYER: Tele Guia Publications

ALIEN: Elizabeth Beltran

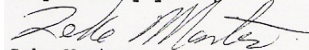
Dear: Ms. Aschenbrenner:

As per your request and with the help of the Illinois Department of Employment Security IDES dated December 24, 1992, we are sending you a report of the people that solicited employment through the ad that we ran in the Tribune, the notice of the job that you sent where placed in our bulletin board at the office.

1. The Illinois Department of Employment referred a man named Juan Pedro Torrie which we requested his resume and a sample of his work. After careful scrutiny, we decided he did not fulfill our needs because of the following reasons:
 - a. He did not mayor in journalism
 - b. He lacked the style we where looking for.
 - c. Lacked experience in interviewing.
 - d. His grammar was not strong enough
2. through running the ad in the Tribune November 30, December 1 and 2, 1993. We received no response from no one.
3. The job posting date October, 5 1992 and January 14, 1993 we did not receive no response from anyone in our office.

I hope this is enough to show how difficult it is to find an Editor with our particular needs.

Respectfully yours,


Zeke Montes
Publisher

P.S. Attached you will find Resume of Juan Pedro Torriente



9. Reporte de Tele Guía a las oficinas de Gobierno correspondientes, sobre el procedimiento para contratar un Editor Hispano parlante.

Administrative SECRETARY SALES OFFICE Beautiful suburban office of subsidiary of national client firm. Will interact with large Fortune 100 firms, assist with WordPerfect, Lotus. Salary \$23,250.00 with exceptional benefits and growth opportunity. 708-833-1500

ADMINISTRATIVE ASST. IN MARKETING \$26 - \$28,000 Professional individual with WordPerfect and Lotus desired by suburban offices of large client firm. Support several executives, handle correspondence, reports, etc. Extensive company paid benefit package. 708-833-1500

AUTO PAINTER Glasurit system. Top Pay. Flexible hrs. Redd's Body Shop. Glenview. 708-724-7920

AUTO SALES Great opportunity. Schaumburg dealership is adding to its sales force. We prefer hard hitting sales professionals, but will train well groomed, energetic individuals. Guaranteed salary during extensive training. Demo plan, housing, heavy traffic and high grosses along with strong mgmt. support. Apply in person 9am-5pm at: SCHALMURG CHRYSLER PLYMOUTH/MAZDA 1020 E. Golf Road 708-882-9000

AUTO TOW DRIVER Nights only. Red's Towing. Glenview. 708-724-7920.

COMPUTER CONSULTANT For pre-press applications. Mac and software background. Supporting scheduled appointments with major printing client. FAX into letter with brief background experience to: 312-578-8339 Attn: VP Sales

RECRUITERS: The Daily TRIBUNE reaches: 51% of employed adults 57% Administrative 61% Profession/Technical (Source: Quarterly Research)

Consumer Goods Distributors NEW YEAR NEW CAREER

Our 3rd of 15 projected locations is now open. This week we will accept 19 brand new applicants to train for our 12 new 1993 locations. Successful applicants will learn all aspects of our business from the ground floor up. Earn \$350 (training) to \$30K plus (after). Paid training. No exp nec.

TRAINING STARTS IMMEDIATELY Call Jill 708-769-0176 CONTRACT LABOR F/T and P/T work available. Must have own transportation. No exp. necessary. Will train. 5167r 708-863-2417

DANCERS / MODELS \$500+ / DAY - CASH Min 18 yrs. No exp. nec. FT/PT. Heavenly Bodies 708-806-1121

DISPATCHER MOTOR FREIGHT CARRIER Seeks experienced Dispatcher. Must be knowledgeable of Chicago and surrounding suburbs and customer locations. Must have clear speaking voice with good telephone etiquette, be customer oriented and work well with others. FOE. Send resume to: P.O. Box 803883, M4313 Chicago, IL 60680

Get Comfortable in a New Position! The Chicago Tribune carries more than 90% of all jobs advertised in Chicago's two major newspapers.

For home delivery, Call 1-800-TRIBUNE

Distribution/Wholesale FIRST TIME MANAGERS \$350/WK to \$25K+

12yr old international wholesaler/distrib. Co., in new location, has 19 openings avail. Applicants on floor up. Earn \$350 job paid training in warehouse, office, marketing & management. Prior exp helpful but not necessary. Advance at own potential. Genuine career opportunity. INTERVIEW BY APPOINTMENT 708-230-9910

DRIVER O.T.R. TRACTOR TRAILER DRIVERS NEEDED NOW

FLATBED DRY VANS HOTSHOTS GOOD MILEAGE PAY BENEFITS ASSIGNED TRUCKS CALL FOR DETAILS 800-343-8787

DRIVERS OWNER/OPERATORS Regional messenger service needs full time drivers w/own insured vehicle. 312-454-0453

DRIVERS TRUCKS FOR SALE \$1800/\$2000 w/ky. Steady run Chicago/Detroit or city. No exp? OK 708-344-1053

GENERAL OFFICE Numerous openings. Entry lev F.T. Earnings \$1300-\$1600 a month. We train. Students also considered. 9:30am-2pm. 312-992-1023

Import/Distribution COLLEGE GRADS Learn the exciting fast paced import/distrib. business from the ground floor up. Many F/T positions open. Start immediately. \$250/wk (starting)-\$30K+. Students Welcomed.

NO EXP NEC RAPID GROWTH Call Cheryl 708-459-1192

INSURANCE AUTO \$30's Ins. Co. Exp. Req. Will write Material Damage Estimates. Also Auto B.I. Claim Job. \$32K. Godfrey Personnel. 312-236-4455

Marketing/Mktg Mgmt. MRKTG/MGMT \$350-\$450 WEEKLY

Our advertising/promotional firm is seeking 21 people to fill positions in: 1. Marketing 2. Warehouse 3. Public Relations 4. Project Management These positions must be filled immediately! No exp. needed! 708-530-8820

MECHANIC - Full-time. Fleet maint & construction equip repair. 708-532-2244 x26

OPEN POSITION FOR EDITOR: 40 Hours per week, from 9:00 AM to 5:00 PM. Annual salary \$22,400.00. SPANISH JOURNALIST-Writes editorial column based on current events and personal knowledge and experience. Selects written material for publication and rewrites, verifies, compiles, and abstracts to adjust to publication's style and editorial policy. Selects illustrative materials and prepares layouts to position and space articles; and writes headlines and captions. Proof-reads copy checking for spelling and syntax and prepares material for typesetting. Conducts live interviews and writes articles. MINIMUM REQUIREMENT-Bachelor's Degree in Journalism. SPECIAL REQUIREMENT-Spanish grammar and writing-college level-4 courses. All work to be performed in Spanish. EXPERIENCE-One year as Editor or two years as Investigative Reporter, and Writer. Must have proof of legal authority to work permanently in the U.S. Area: Cicero, Illinois. Take this ad to any Illinois Job Service local office, reference #B336006-A. An employer paid ad.

To place your Job Guide ad Call Chicago: 312-222-2222 Suburbs: 708-222-2222

PHOTOGRAPHY/SALES FT work available as a portrait photographer. No exp nec. We will train. Pre-empt provided. Must have reliable car. Earn \$500-600/Wk. Call Stella, 10-1, Mon-Thurs 708-338-0713

Printing-See our ad under COMPUTER CONSULTANT For pre-press applications. FAX 312-578-8339

Real Estate PROPERTY MANAGEMENT Applicants should be experienced, people oriented property manager for large luxury apartment community in Kalamazoo, Michigan. Minimum 3-5 years experience in multi family along with background in leasing, accounting and resident relations. Send resume to: Area Manager PO Box 1478 East Lansing, MI 48826

Restaurant DOMINO'S PIZZA Hong Kong & Singapore The master franchisee for Domino's Pizza in Hong Kong and Singapore is SEEKING EXPERIENCED PIZZA STORE AREA SUPERVISORS, STORE MANAGERS, MANAGERS-IN-TRAINING AND A COMMUNITY MISSARY MANAGER to strengthen its existing management team and assist in the company's expansion. Grants should be Cantonese or Mandarin speaking. Previous Domino's Pizza experience would be an advantage. Please send resume, salary history and availability to: Chief Financial Officer, 15/F Silvercord Tower, 30 Canton Road, 15 Kowloon, Hong Kong or fax 852-378-8877.

Restaurants Morette's Pizza Palace and BBQ Pit 30 Canton Road, 15 Kowloon, Hong Kong or fax 852-378-8877.

Restaurants Morette's Pizza Palace and BBQ Pit 30 Canton Road, 15 Kowloon, Hong Kong or fax 852-378-8877.

Restaurants Morette's Pizza Palace and BBQ Pit 30 Canton Road, 15 Kowloon, Hong Kong or fax 852-378-8877.

Restaurants Morette's Pizza Palace and BBQ Pit 30 Canton Road, 15 Kowloon, Hong Kong or fax 852-378-8877.

Restaurants Morette's Pizza Palace and BBQ Pit 30 Canton Road, 15 Kowloon, Hong Kong or fax 852-378-8877.

Restaurants Morette's Pizza Palace and BBQ Pit 30 Canton Road, 15 Kowloon, Hong Kong or fax 852-378-8877.

SECRETARY/LEGAL \$35,000 Charming Sr. Partner Start now; 2 wks. or Jan. '93. Terrific boss, call our rep. Bob Lewis all day Wed. Thur. and Fri. 312-726-4169

Stockbroker/Trainer CHATHLED DEAN & CO., INC Investment Bankers is looking for the very best Stockbroker Trainees. If you're the best in sales (or if you want to be) you need to be working with the best sales organization. Call Ms Bonfini 312-751-0066

Telemarketing *Professional Telemarketers * 20 FULL TIME POSITIONS \$18-\$25K 1st year pay! 20 yr. old marketing group reps over 700 client stations nationally. Needs very aggressive, articulate, money motivated salespeople with clear, easily understood speech patterns. Full benefits, guaranteed base comm. Call Ron Korman M-F, 8-5 312-878-0800

TRAVEL CONSULTANTS No exp req. F/T, P/T National Co. 800-299-0007

Warehouse/Mgmt. Trainee START TODAY \$300-\$350 WEEKLY Promotional firm looking to fill 25 pos. in warehouse, marketing. Multiple reports. Call today for personal interview. 708-530-8824

Household Help Wtd. AIDE/MALE-5 Day/Wk. 9-5PM Has To Be Able To Help Person With Multiple Sclerosis. Handle Up To 240lbs. Write Letters, Balance Check Book & Write Checks, Cook, Clean Apt, Shop & More. 708-386-0813

AIDE/MALE-5 Day/Wk. 9-5PM Has To Be Able To Help Person With Multiple Sclerosis. Handle Up To 240lbs. Write Letters, Balance Check Book & Write Checks, Cook, Clean Apt, Shop & More. 708-386-0813

AIDE/MALE-5 Day/Wk. 9-5PM Has To Be Able To Help Person With Multiple Sclerosis. Handle Up To 240lbs. Write Letters, Balance Check Book & Write Checks, Cook, Clean Apt, Shop & More. 708-386-0813

AIDE/MALE-5 Day/Wk. 9-5PM Has To Be Able To Help Person With Multiple Sclerosis. Handle Up To 240lbs. Write Letters, Balance Check Book & Write Checks, Cook, Clean Apt, Shop & More. 708-386-0813

AIDE/MALE-5 Day/Wk. 9-5PM Has To Be Able To Help Person With Multiple Sclerosis. Handle Up To 240lbs. Write Letters, Balance Check Book & Write Checks, Cook, Clean Apt, Shop & More. 708-386-0813

Help Wanted Part Time Admin Asst/Office Mgr *RIVER WEST* 32 hr wk (benefits included). Busy, up-beat account exec. of well-respected magazine publisher seeks independent, highly organized self-starter to manage 2-person office & keep things running smoothly while she's calling on clients. Min. 2 yrs. exp., exp. 55 wpm & WordPerfect. Call our Rep: 312-670-5213. EOE

SALES-FT/PT Must be assertive. Mature Persons only. Earn \$7-\$10 hr selling wedding gowns & formal. No exp. req. Non-smoking co. Hse of Brides 4353 N. Harlem, Chicago.

SALES-FT/PT Must be assertive. Mature Persons only. Earn \$7-\$10 hr selling wedding gowns & formal. No exp. req. Non-smoking co. Hse of Brides 4353 N. Harlem, Chicago.

SALES-FT/PT Must be assertive. Mature Persons only. Earn \$7-\$10 hr selling wedding gowns & formal. No exp. req. Non-smoking co. Hse of Brides 4353 N. Harlem, Chicago.

SALES-FT/PT Must be assertive. Mature Persons only. Earn \$7-\$10 hr selling wedding gowns & formal. No exp. req. Non-smoking co. Hse of Brides 4353 N. Harlem, Chicago.

SALES-FT/PT Must be assertive. Mature Persons only. Earn \$7-\$10 hr selling wedding gowns & formal. No exp. req. Non-smoking co. Hse of Brides 4353 N. Harlem, Chicago.

SALES-FT/PT Must be assertive. Mature Persons only. Earn \$7-\$10 hr selling wedding gowns & formal. No exp. req. Non-smoking co. Hse of Brides 4353 N. Harlem, Chicago.

SALES-FT/PT Must be assertive. Mature Persons only. Earn \$7-\$10 hr selling wedding gowns & formal. No exp. req. Non-smoking co. Hse of Brides 4353 N. Harlem, Chicago.

SALES-FT/PT Must be assertive. Mature Persons only. Earn \$7-\$10 hr selling wedding gowns & formal. No exp. req. Non-smoking co. Hse of Brides 4353 N. Harlem, Chicago.

SALES-FT/PT Must be assertive. Mature Persons only. Earn \$7-\$10 hr selling wedding gowns & formal. No exp. req. Non-smoking co. Hse of Brides 4353 N. Harlem, Chicago.

Crossword

- ACROSS 1 Season 5 Leaders of old 10 Fury 14 Potpourri 15 Cook's protection 16 Pennsylvania city 17 Horse color 18 Borge's instrument 19 Broker's order 20 Vagrant 22 Places for watches 24 Father 25 A wading bird 26 Rooster 29 Adverse remark 34 Lodged 36 Had on clothing 37 Beatty 38 Gaelic 39 After 41 Make favorable comment 42 Dined 43 Accurate 44 Brim 46 Tequila drink 49 Moderates 50 Turkish title 51 Powder base 53 Fruitless 56 Menace 60 First man 64 Old Dr. oin

- DOWN 9 They go south in winter 10 Withstand 11 War god 12 Layer of gold 13 Moray and conger 21 Queue 23 Cereal grain 25 Press 26 Choicest part 27 Large artery 28 Difficult problem 30 Bird sound 31 Dark 32 Meet after graduation 33 Rims 35 Small pistol 40 Noted naturalist 41 Appeased 43 Domesticated 45 Competent

- 47 Native of Berlin 48 Close by 52 —craftsy 53 Ingots 54 Mine entrance 55 Pro — 56 Raced 57 Musical note 58 English school 59 Cozy home 62 "Norma —"

Solution

Grid with crossword solution letters: L I N E D A O E I V W Y I S S O N E S N U V Y E I L I R B L O I L Y O V H R W V D V N E L V E R H I L N E R B R S O T Y I R H I W E S E L Y V S Y I I R V G R V W E N I V I V S E N N I L I V S E I V G N I T J O N E W E S E S E E G E N E R O M O E W O O R E N U O I T I S N O D Y O S T I E T A I S I S T I S T I M A I O I I E H U O I T I E S O N V I D N Y O R E I T H E N O U D Y O I T I O S E V W S H V Y S I I I V J

13x13 grid for crossword solution with letters placed in the correct positions.

10. Ejemplo de uno de los anuncios que se tuvo que publicar en el Chicago Tribune a fin de encontrar un candidato nacional estadounidense.



11. En Mazatlán, cubriendo gira presidencial (Miguel de la Madrid), aquí con el Presidente Municipal y Cabildo Tapatío.



12. a) En Guadalajara con el Embajador Estadounidense John Gavin .



12.b) En el programa radial en Chicago, Illinois con el Cónsul Mexicano.



13.a) En Guadalajara con José Luis Cuevas (escultor).



13.b) Con Lupita D'Alessio en Chicago, Illinois en entrevista exclusiva.



14. En México, en el periódico "Cuestión".



15. En Chicago, Illinois con a) Susana Alexander



15. b) Guadalupe Pineda



15. c) Marco Antonio Muñiz.



16. En Chicago en entrevista con a) El Gobernador de Illinois Jim Edgar.



16. b) Con la esposa del Gobernador en Illinois, Elizabeth Edgar.



16. c) Con famoso animador de programación estadounidense juvenil.



17. Con a) Cristina Saralegui



17. b) Bronco



17. c) María Soria.



18. Con el que fuera Director de Inmigración Estadounidense en Chicago, a) A.D. Moyer en el programa de Mundo Hispano.



18. b) Con el magnate Bill Gates.



18. c) Con la popular cantante Meredith Brooks.



19. a) Con Gloria Estefan



19. b) El reconocido escritor infantil de la serie "Goose Bump", R.L. Stine



19. c) Con la imagen de McDonalds: Ronald McDonald.



20. a) Con el Secretario de Transportación en la administración de Bill Clinton, Federico Peña.



20. b) Con el también entonces Secretario de Población y Vivienda en Estados Unidos: Henry Cisneros.



21. a) En la conferencia de Medios Hispánicos en Miami con Joe Giarritono.



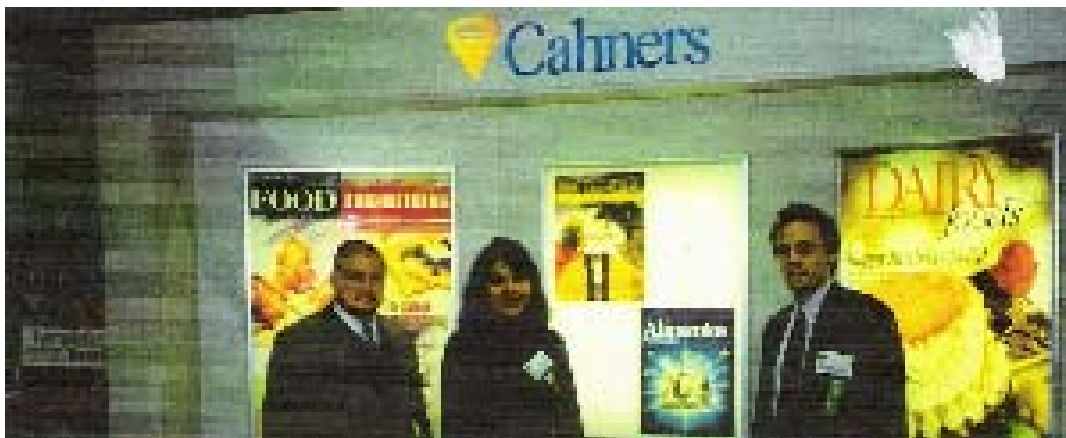
21. b) En mi participación como Directora Regional de la NAHP.



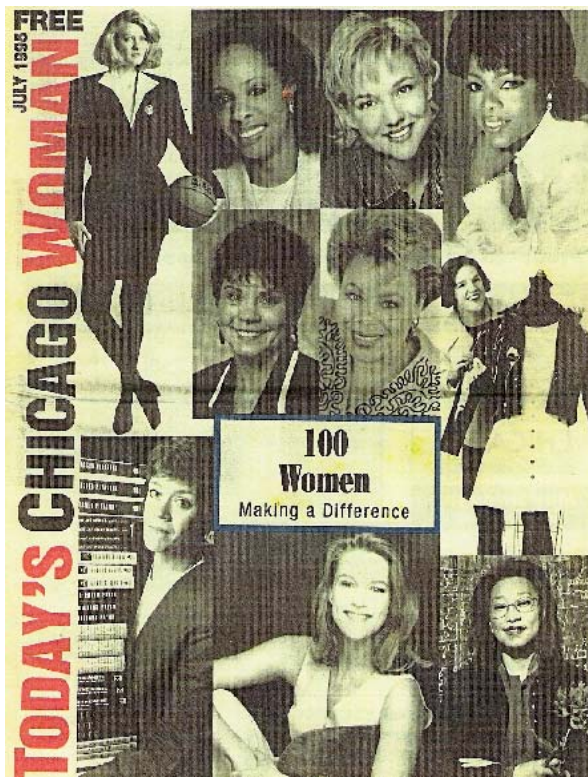
22. Tres etapas en mi vida profesional en Estados Unidos: a) Tele Guía de Chicago.



22. b) Mundo Hispano.



22. c) Cahners Business Information.



23. Cubierta de la publicación que me incluyo entre las 100 mujeres haciendo diferencia en Illinois.

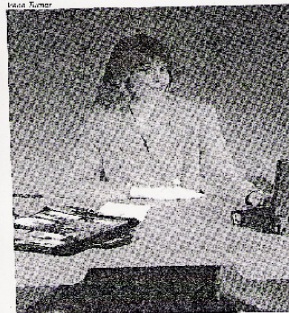


24. Interiores FOTO.



Margaret Tellez, M.D.

Dr. Tellez is attending a conference in Chicago, Illinois, sponsored by the American Medical Association.



Rosa Turner

Margaret Tellez, 46, is a physician at the University of Illinois at Chicago. She is a member of the American Medical Association and is currently attending a conference in Chicago, Illinois, sponsored by the American Medical Association.

Rosa Turner, 42, is a secretary at the University of Illinois at Chicago. She is a member of the American Medical Association and is currently attending a conference in Chicago, Illinois, sponsored by the American Medical Association.

Elizabeth Ortiz, 30, is a secretary at the University of Illinois at Chicago. She is a member of the American Medical Association and is currently attending a conference in Chicago, Illinois, sponsored by the American Medical Association.



Elizabeth Ortiz

Elizabeth Ortiz, 30, is a secretary at the University of Illinois at Chicago. She is a member of the American Medical Association and is currently attending a conference in Chicago, Illinois, sponsored by the American Medical Association.



Maribel Soto

PHOTO COURTESY OF THE UNIVERSITY OF ILLINOIS AT CHICAGO

25. Interiores TEXTO.

THE SECRETARY OF TRANSPORTATION
WASHINGTON, D.C. 20590

January 29, 1996

Mr. Joseph A. Giarritano
Publisher
Mundo Hispano Publications
2350 South Cicero Avenue
Cicero, Illinois 60650

Dear Mr. Giarritano:

It was a pleasure to meet you at the NAHP reception on Friday evening. The President's remarks were right on target: Hispanic publications are doing a vital job in informing Hispanics about the "Age of Possibility."

I am sure our paths will cross again in the future.

Con gratos saludos,

Sincerely,
Federico Peña
Federico Peña

26. Carta de la administración Clinton, ante nuestro encuentro como publicación, con el Presidente y parte de su gabinete.



OFFICE OF THE GOVERNOR
JRTC, 100 WEST RANDOLPH, SUITE 16
CHICAGO, ILLINOIS 60601

GEORGE H. RYAN
GOVERNOR

January 28, 2000

Ms. Elizabeth Vazquez
Editor
Mundo Hispano
2350 S. Cicero
Cicero, IL 60804

Dear Ms. Vazquez:

As Governor of the State of Illinois, I would like to congratulate your publication "Mundo Hispano" on 7 years of serving our communities.

Illinois is comprised of many ethnic communities that join to form a great state while also maintaining their rich cultural individualities. Your publication "Mundo Hispano" serves as a vital link to the Hispanic American community. Not only are you readers educated by its contents, but they benefit by affirming an invaluable connectic to their heritage.

On behalf of the people of the State of Illinois, I commend your participation in the Hispanic American community. The hard work that goes in to each and every publication is very much appreciated.

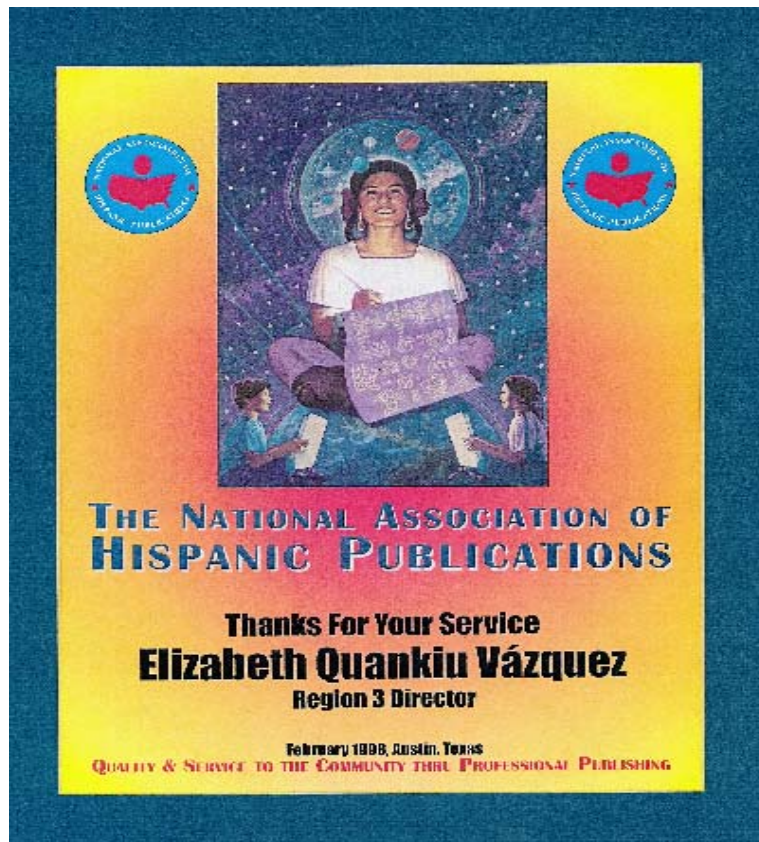
Sincerely,

A handwritten signature in cursive script that reads "George H. Ryan".

GEORGE H. RYAN
Governor

GHR/PM/mb

27. Reconocimiento del Gobernador de Illinois, George H. Ryan por la labor comunitaria e informativa de Mundo Hispano.



28. Reconocimiento a mi labor como Directora Regional de la Asociación Nacional de Publicaciones Hispánicas NAHP, en Estados Unidos.

Vazquez, Elizabeth (Cahners - CHI)

From: Eduardo Faudoa [efaudoa@infosel.net.mx]
Sent: Tuesday, March 21, 2000 11:47 AM
To: evazquez@cahners.com
Subject: Empaque con atmosfera controlada (Los Pinos)

Elizabeth:

El día de hoy leí su artículo acerca de atmósfera controlada, y lo encontré muy oportuno ya que tengo aproximadamente 5 semanas buscando información y un proveedor de equipo para empacar queso rayado en bolsas de 5 Kg. con atmósfera de gas inerte, y no he tenido mucha suerte. Actualmente produzco queso en barras y tengo un cliente de pizzerías que me solicita la presentación que ando buscando.

Seguramente usted me podría orientar y sugerir algún proveedor de material de empaque y equipo, por lo que aprecio mucho la información que me pueda proporcionar.

Muchas gracias y saludos desde Chihuahua, Mex.

Eduardo Faudoa
Lácteos "Los Pinos"
efaudoa@infosel.net.mx

29. Retroalimentación que establecí con lectores en mi etapa de Editora por Internet en Cahners, a través de Alimentos Procesados.

Vazquez, Elizabeth (Cahners - CHI)

From: R G Alimentos del Mar [rgalimen@prodigy.net.mx]
Sent: Friday, March 10, 2000 8:08 PM
To: evazquez@cahners.com
Subject: Reportaje de Calidad en Atmosfera Modificada

Elizabeth Quan Kiu Vazquez

Le di lectura a su reportaje respecto de la calidad en atmósferas modificadas , me pareció muy interesante .

Nuestra empresa esta por iniciar operaciones en el ramo de Lomos de atún cocidos , empacados al alto vací congelados.

Consideramos de importancia para nosotros el poder contar con una suscripción a la revista de "Alimentos P", vía Internet no lo hemos logrado .

Yo se que este no es el camino correcto pero recurro a Usted para solicitar orientación al respecto

Agradeciendo de antemano la atención a la presente

GRACIAS

BIOL. FEDERICO AYALA JMEZ.
fmayala@hotmail.com <<mailto:fmayala@hotmail.com>>

30. Retroalimentación que establecí con lectores en mi etapa de Editora por Internet en Cahners, a través de Alimentos Procesados.

Vazquez, Elizabeth (Cahners - CHI)

From: El Navegante [elnavegante@correo.rh.com.pe]
Sent: Sunday, March 26, 2000 10:03 AM
To: evazquez@cahners.com
Subject: Peruana Necesita tu ayuda

Hola, Elizabeth, te estoy escribiendo desde Peru, especificamente desde Trujillo. Soy una chica universitaria que acaba de terminar la carrera de Ingenieria Industrial, y conjuntamente con unos socios estamos haciendo realidad uno de nuestros sueños de instalar una pequeña empresa de elaboracion de nectares y mermeladas. Para lo cual quisiera que me ayudaras, si pudieras enviarme informacion referente a la tecnologia de envasado de nectares con envases flexibles, tetrapak. Tengo mucha inquietud referente a este tema, como es la tecnologia de envasado, quienes son los proveedores de maquinaria en Peru, costos, entre otros.

Te estare muy agradecida.

Reciba mis cordiales saludos
Atentamente

GIOVANNA GUERRERO

mi e-mail: gioviguerrero@latinmail.com
giovi.guerrero@usa.net

31. Retroalimentación que establecí con lectores en mi etapa de Editora por Internet en Cahners, a través de Alimentos Procesados.