

68
2ejew.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

LA ESPECIALIDAD DE PERIODISMO FINANCIERO
DENTRO DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A :

MARIA DE LOURDES PATRICIA ORNELAS VARGAS



MEXICO, D. F.

1994

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



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 está 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.

**MAMITA, A TI TE DEBO TODO LO QUE SOY Y LO QUE HE LOGRADO, NUNCA TERMINARE
DE AGRADECERTE TU AMOR, DEDICACION, CONSEJOS, PACIENCIA Y APOYO.**

PAPA, HASTA DONDE ESTES TE DEDICO ESTE GRAN ESFUERZO.

GRACIAS VERO POR TODO TU CARINO E IMPULSO.

CON AMOR PARA E.A.K.

**" LA ESPECIALIDAD DE PERIODISMO FINANCIERO DENTRO DE LAS CIENCIAS DE LA
COMUNICACION"**

MARIA DE LOURDES PATRICIA ORNELAS VARGAS

**FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

MEXICO, 1994.

**JORGE MELENDEZ
ASESOR**

INDICE

INTRODUCCION GENERAL

CAPITULO 1

1.	INTRODUCCION	PAG. 1
1.1.	EL PAPEL QUE DESEMPEÑAN LOS COMUNICADORES	PAG. 1
1.2.	SURGIMIENTO DE LA ESPECIALIZACION DEL PERIODISMO	PAG. 4
1.3.	SUCESOS ECONOMICOS EN MEXICO 1988 - 1991	PAG. 12
1.3.1.	INFLACION	PAG. 12
1.3.2.	1988, ULTIMO AÑO DE LA ADMINISTRACION DE LA MADRIDISTA	PAG. 13
1.3.3.	SURGIMIENTO DEL PSE Y EL PECE	PAG. 15
1.3.4.	RESULTADOS DE LOS PACTOS	PAG. 17
1.3.5.	ADVENIMIENTO DE LA PRIVATIZACION	PAG. 18
1.3.6.	1990, RENEGOCIACION DE LA DEUDA EXTERNA	PAG. 21
1.3.7.	1991, AÑO TRASCENDENTAL EN LA REALINEACION DE LAS POLITICAS ECONOMICAS DE MEXICO	PAG. 22
1.3.8.	TRATADO DE LIBRE COMERCIO	PAG. 24

1.4. CONCLUSIONES	PAG. 28
-------------------	---------

CAPITULO 2

2. INTRODUCCION	PAG. 31
2.1. ANALISIS DE LOS MEDIOS	PAG. 32
2.1.1. PERIODICOS	PAG. 32
2.1.2. REVISTAS	PAG. 37
2.1.3. RADIO	PAG. 37

CAPITULO 3

3. INTRODUCCION	PAG. 40
3.1. ALBERTO AGUILAR	PAG. 41
3.2. ENRIQUE ARANDA	PAG. 42
3.3. MARICARMEN CORTES	PAG. 44
3.4. ANTONIO ISSE NUNEZ	PAG. 46
3.5. JUAN JOSE KOCHEN	PAG. 47
3.6. ROBERTO MENA	PAG. 47
3.7. LUIS ENRIQUE MERCADO	PAG. 49
3.8. FERNANDO MOTA	PAG. 50
3.9. HERMINIO REBOLLO	PAG. 51
3.10. LUIS SOTO	PAG. 53

CAPITULO 4

4.	INTRODUCCION	PAG. 55
4.1.	ALEJANDRO RAMOS	PAG. 56
4.2.	ALFONSO MAYA NAVA	PAG. 57
4.3.	MARGARITA YEPES	PAG. 58
5.	CONCLUSIONES	
5.1.	ANALISIS DEL PLAN DE ESTUDIOS	PAG. 65
5.2.	PROPUESTA	PAG. 67

BIBLIOGRAFIA Y HEMEROGRAFIA

INTRODUCCION

México ha vivido importantes cambios económicos, durante los últimos años. Sólo hay que mencionar algunos de ellos para tener una idea más clara del desarrollo que ha alcanzado nuestro país internamente, así como la posición que ha logrado ante la mirada de las grandes potencias económicas, en los terrenos comercial y de inversión. Estos cambios se han visto realizados con la creación del PSE (Pacto de Solidaridad Económica) y posteriormente del PECE (Pacto para la Estabilidad y el Crecimiento Económico), dictados en los sexenios Delamadridista y Salinista, respectivamente. Estas estrategias se vieron reforzadas con la venta de las empresas paraestatales al sector privado, la privatización bancaria, la renegociación de la deuda externa, la apertura comercial y financiera y el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá.

Ahora bien, en el ámbito internacional resaltan hechos que por su importancia atañen a México; tal es el caso de la formación de la CEE (Comunidad Económica Europea) entre otros acontecimientos suscitados en este mismo período, y que afectan de alguna manera a las economías de los países y por ende a la de México.

En este entorno de evolución nacional e internacional, se ha incrementado la producción de información financiera y económica, y es aquí donde surgen nuevos medios de comunicación capaces de satisfacer esta demanda, a través de la especialización. En el caso de México es muy notable esta nueva formación de medios.

El punto álgido entonces, gira en torno a la necesidad de preparar más concienzudamente al estudiante, y en particular a la implantación de especialidades

dentro de la formación académica que se imparte en la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Hay que subrayar la importancia de que los egresados de comunicación y aún los mismos estudiantes, se especialicen en el campo que más les agrade, o bien en el que tengan más habilidades, o dentro del que tengan oportunidad de incursionar, para que de esta manera las alternativas de trabajo no se limiten.

Hoy día, el campo de trabajo en general es muy reducido, y si hablamos del exceso de egresados de esta carrera, las posibilidades se restringen aún más, sobre todo si no existe una buena preparación o una práctica profesional durante el periodo de estudio.

Para abordar esta problemática, hay que delimitar las áreas de especialización, por lo que en este caso nos ocuparemos del periodismo financiero.

Cabe mencionar que se delimitó el periodo 1988 - 1991 por ser el lapso en que se iniciaron las medidas económicas más representativas del actual proceso económico, reflejándose de esta manera un incremento en las informaciones emitidas en este sentido, y por ende el surgimiento de más medios de comunicación especializados.

En resumen, considero que entre más bases tengamos de un tema específico dentro de las ciencias de la comunicación, más oportunidades tendremos en el campo profesional.

Así, se abordarán en el primer capítulo el papel de los comunicadores, el surgimiento de la especialización del periodismo y por último una crónica de los hechos económicos más sobresalientes suscitados entre el año de 1988 y el de 1991; en el segundo, se hará un recorrido por los diferentes medios de comunicación, a través de

un breve análisis de los medios, percatándonos de esta manera del ambiente que se vive dentro de los medios y detectando las necesidades profesionales que requieren; en el tercero, se analizarán las entrevistas realizadas a los líderes de opinión que en esta materia sobresalen; en el cuarto se verá la situación de la especialización en periodismo financiero, por medio de los representantes de los medios en los convenios con la UNAM; y por último, en el capítulo de conclusiones se propondrá un Plan de Estudios que pudiera funcionar para la incorporación de especialidades dentro de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

CAPITULO 1

Capítulo 1

1. INTRODUCCION

El objetivo de este primer capítulo es establecer el vínculo entre las condiciones económicas prevaletentes en México y la especialización del periodismo, para lo cual hay que destacar en primera instancia el papel que desempeñan los comunicadores en su importante tarea de obtener, analizar y difundir las informaciones que en materia de economía, tienen a sus cargo en los diferentes medios de comunicación.

Como segunda instancia, está la de señalar desde cuando surge la especialización del periodismo según los autores y si alguno nos habla de periodismo financiero en particular.

Y para culminar esta primera parte, citaremos los hechos económicos más relevantes acontecidos en México entre 1988 y 1991 periodo de análisis de este trabajo, para de esta manera brindar al lector suficientes elementos que le ayuden a entender la importancia de la especialización del periodismo, y como ya mencionamos la del financiero en concreto.

1.1. EL PAPEL QUE DESEMPEÑAN LOS COMUNICADORES

Para iniciar nuestro primer apartado debemos subrayar la responsabilidad del periodista en el manejo de la información a su público. Esta responsabilidad es uno de los elementos más importantes que debe tener en mente un comunicador, ya que de ahí se desprende la calidad de la información.

El compromiso de un periodista se vuelve más agudo al observar que la información se ha tornado cada vez más específica, no sólo en cuestiones económico-financieras, sino en todos sus aspectos llámense culturales, científicos, tecnológicos, políticos, religiosos, deportivos o sociales.

Hemos visto como México ha adoptado políticas económicas que lo han llevado a un contexto de apertura internacional, que al mismo tiempo está exigiendo mayor atención en áreas específicas de su proceso evolutivo.

La responsabilidad de un comunicador radica precisamente, en poder proporcionar a su público la información más exacta posible, es decir, brindar datos realmente interesantes sobre una materia determinada. Esto se logra a través de la especialización, herramienta mediante la cual un periodista se interioriza en la investigación de un tema, haciendo a un lado los muchos otros aspectos que podrían intervenir en él.

Este concepto se debe aplicar al periodismo en general, pero en esta ocasión nos preocupa únicamente el relacionado a la economía. Vale la pena hacer un breve paréntesis para conceptualizar las palabras "economía" y "finanzas", ya que a lo largo del presente trabajo se mencionarán con mucha insistencia, actuando en algunos casos como sinónimos una de la otra.

Pues bien, "economía" refleja una actitud de administrar, moderar y ordenar los gastos de una persona, empresa o institución, también se podría aplicar a los recursos de un país. La palabra "finanzas" en cambio, se aplica al proceso en el que interviene una aportación o adelanto de dinero a una persona, empresa, industria o país. Ahora bien, en el contexto del periodismo podemos decir que al aplicar cualquiera de las dos palabras, nos vamos a remitir a los acontecimientos, tendencias, convenios, reuniones y conferencias que los gobiernos o entidades privadas decidan hacer local y mundialmente. En el sentido periodístico, que es el que nos interesa para efectos de esta investigación, citar "sección económica o financiera" nos conducirá a pensar en una parte del periódico que se dedica a tratar asuntos relacionados con dinero, tasas de interés y políticas estratégicas.

Pero retomando la acción de ejemplificar la especialización del periodismo, y sobre todo el financiero analicemos la siguiente idea: La economía es un aspecto de la vida nacional que se ha transformado en un tema de todos los días. Hablar de ella en términos generales sería muy superfluo, pero si tocamos el punto de la estabilidad accionaria, citaríamos no sólo a la economía sino a las variables que intervienen en la bursatilización de una empresa privada. Para discernir sobre este breve ejemplo, un comunicador debe tener conocimientos básicos de periodismo financiero, que si bien obtendrá a través de la práctica profesional dentro de los medios de comunicación, podría acortar este proceso por medio del estudio de una área específica del periodismo, es decir el financiero, durante su formación en la carrera de Ciencias de la Comunicación.

De esta manera, su llegada a un periódico, revista o programa de radio podría ser más beneficiosa para ambas partes, la empresa y él mismo, haciendo desde su ingreso un desarrollo de actividades más productivo. La empresa estaría satisfecha con su desempeño, y el comunicador conseguiría una mejor posición dentro de su esquema.

Por otro lado e independientemente de lo que nos señalen los autores, podemos decir que la especialidad en periodismo financiero otorga a quien la ejerce, la posibilidad de desarrollar un trabajo en forma más completa y mejor estructurado, además de que traerá al lector, radioescucha o público en general mayor calidad informativa y poder crítico.

El hecho de que México esté experimentando nuevas políticas económicas en los últimos años, nos ha comprometido a todos los mexicanos ha estar permanentemente informados y actualizados de los sucesos diarios, no sólo porque nos afecta de forma particular sino porque somos partícipes de la evolución económica de un país que por muchos años permaneció cerrado a la dinámica internacional.

Y vuelvo a subrayar, si como mexicanos somos testigos de este cambio, como comunicadores con mayor acceso a la información, tenemos más obligación de estructurar noticias bien fundamentadas, y sobre todo de darles el seguimiento adecuado, con la ayuda de una óptima especialización.

La especialización en periodismo financiero podría constituir parte de una nueva formación académica que tuviera como objetivo, el de proporcionar más herramientas y de mejor calidad a los estudiantes de comunicación que desearan involucrarse en una área de tanto interés en la actualidad.

En el apartado sobre conclusiones hablaremos detenidamente del actual Plan de Estudios de la carrera, y de una posible opción de especialidad a través de una propuesta para el estudio de cinco materias relacionadas con el periodismo financiero, y así materializar esta investigación. Por el momento, toca el turno al inciso en el que los autores de periodismo, nos hablarán de la especialización.

1.2. SURGIMIENTO DE LA ESPECIALIZACION DEL PERIODISMO

"El periodismo económico como especialidad dentro de las Ciencias de la Comunicación es una disciplina relativamente reciente, que cobra importancia a raíz de la crisis económica que enfrenta el país y que se agudiza a partir de 1982" señalan en su trabajo de tesis "El periodismo económico en México" Alejandro Ramos y Gustavo Lomelín (1).

-
- (1) Bello Méndez, María Virginia Elizabeth; Lomelín Cornejo, Gustavo; Moreno Domínguez, Manuel; Ramos Esquivel, Alejandro. "El periodismo económico en México". Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México, 1988. p.178

Para los autores de esta tesis el periodismo económico podría encontrar una conceptualización preliminar si lo ubicamos como una rama de la información que busca difundir con un mínimo de palabras y un máximo de claridad, los hechos económicos que afectan la vida de la población.

Agregan que el periodismo económico gana espacios en los diversos medios de comunicación -prensa, radio y televisión- en la medida en que fenómenos como devaluaciones, inflación, deuda, negociaciones salariales y ajustes en tasas de interés, tienen un impacto claro y directo en la vida y hasta en las costumbres de amplios segmentos de la población.

Hasta antes de este periodo, el periodismo económico se encontraba limitado a pequeños espacios en los medios de difusión, temporalmente amplificados al iniciarse la década de los setentas y proponer Luis Echeverría el cambio de modelo de desarrollo, del estabilizador al compartido. Aunque en algunos de estos espacios periodísticos existían ya secciones especializadas en esta temática, carecían de una articulación adecuada y en gran medida eran considerados como información complementaria, "de relleno".

Según esta tesis presentada en 1988, para conseguir la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, las primeras "páginas financieras" que aparecieron en los diarios eran de algún modo una prolongación de las secciones de sociales. En sus espacios se informaba sobre recepciones, conferencias y actividades que realizaban banqueros, empresarios y funcionarios públicos ligados al sector financiero, pero se dejaba de lado el papel que cumplían dentro de la economía en su conjunto. Para justificar el carácter de "financieras" esas páginas incluían algunas noticias económicas aisladas y cotizaciones de metales o materias primas, que generalmente poco o nada tenían que ver con la realidad mexicana.

En "El periodismo económico en México" se subraya que el primer antecedente de las secciones financieras es el intento del periodista Miguel Sánchez de Tagle, que en el año de 1925, en el periódico El Universal, trató de reunir en un apartado, dentro de una sola página, toda la información relativa a las finanzas que en aquella época se reducía a unos comentarios bursátiles y a informar acerca de la incipiente operación de la Bolsa Mexicana de Valores.

A finales de 1946, Excélsior dedica aproximadamente media plana para reunir la información de finanzas y economía bajo el título de "Comercio y Finanzas", sin embargo no puede hablarse en rigor de una página financiera, puesto que en la otra media plana se da cabida a información policiaca y sobre el aeropuerto.

Este trabajo señala que "puede afirmarse que la primera página financiera que se publicó fue la de El Universal, el 1 de diciembre de 1947, puesto que pese a que Excélsior ya titulaba "Comercio y Finanzas" su apartado de información sobre estos temas, no les dedicaba completa la página, ni la publicaba sistemáticamente.

Fue la devaluación del peso de 1976, el hecho económico que abrió el espacio para la transformación de esas páginas y dio cabida a la integración de secciones mejor estructuradas dentro de la prensa escrita. En la radio y la televisión, no se hizo un esfuerzo sistemático y articulado para ofrecer a su amplio público una información comprensible ni detallada de lo que se estaba viviendo.

Al consultar las fuentes bibliográficas y hemerográficas se obtuvo información sobre la especialización del periodismo en forma general que en breve describiremos, sin embargo el único texto que se refiere a la especialización del periodismo financiero es el que acabamos de presentar. Pero definitivamente nos aclaró el panorama respecto del surgimiento del periodismo financiero y sus primeros antecedentes.

Ahora continuemos con Pedro Orive y Concha Fagoaga autores de "La especialización del periodismo" (2) quienes nos señalan que la especialización de los contenidos, y por tanto de los medios, no presenta límites y tenderá a extenderse con el mismo efecto multiplicador que los grupos sociales y en la misma medida en que se realice la civilización del ocio.

Apuntan que en Estados Unidos en 1974 -año correspondiente a la última edición disponible de este libro- existían más de dos mil quinientas revistas especializadas, con ingresos publicitarios anuales de mil millones de dólares.

En lo que respecta a España, país donde se editó esta publicación, el quince por ciento de la tirada total de la prensa está dedicada a contenidos particularizados. Existen tres mil quinientas setenta y tres publicaciones de este tipo, con un tiraje anual de más de cincuenta millones de ejemplares.

Esta especialización de los contenidos, afirman Orive y Fagoaga, se ha manifestado mayormente en los medios propios de cada área, sin embargo también se ha observado en la prensa diaria.

"En España puede decirse que hasta mediados de los años sesentas no se vislumbraban grandes especializaciones de contenidos. Deportes, Economía, Política, Religión, Cultura y Sucesos eran los seis contenidos que por su gran tradición apenas pueden llamarse contenidos particularizados -subrayan que desde luego siempre necesitan una especialización para su tratamiento- sino más bien contenidos comunes.

(2) Orive, Pedro; Fagoaga, Concha. "La especialización en el periodismo".

Editorial Dossart, S.A. Madrid, España, 1974. pp. 7 - 10.

Salvo los casos de ABC y La Vanguardia, que por su cantidad de páginas mostraban más facilidad para expresión informativa, el resto de los periódicos condensaba y seleccionaba los contenidos comunes".

Orive y Fagoaga señalan el año de 1966 como el definitivo para que se especialice la prensa española, el área económica se diversifica por ejemplo, y las páginas dedicadas a la vida nacional toman un aspecto más rico. Apuntan que los acontecimientos suscitados en esa época, contribuyen a que la información se redacte de manera más particular influyendo decisivamente en la formación de nuevas áreas que dan a los periódicos un aspecto más especializado.

Por su parte Hohenberg autor de "El periodista profesional" (3) subraya que "el periodista, ese hombre importante en lo social, necesita un continuo ejercicio de la profesión para demostrar su valía, aunque no siempre sea conocido nominalmente, en él fijan su atención analítica profesionales de otros sectores y hombres que desempeñan las más variadas actividades en la vida pública y cultural", Hohenberg consideraba que hasta 1960 no se había prestigiado el status del periodista y que éste no se consolidaría hasta que hubiese conseguido la especialización.

Gallart por otro lado manifiesta en su libro "Técnicas del periodismo" (4) que sin desdén aquellas cualidades cimeras atribuidas por Balzac al periodista, la brillantez y el pensamiento pronto, hoy entran en escena otras nuevas como son la cultura, el dominio de las técnicas de difusión colectiva y cada día más; la especialización.

(3) Hohenberg, L. "El periodista profesional".

Editorial Letras.

México, 1962, pp. 15 - 20.

Podemos decir, después de las anteriores aseveraciones que la especialización del periodismo es una de las características de la ciencia que no sólo nos permite conocer más sino, especialmente conocer cuanto nos falta por saber. No olvidemos que, por otra parte, la especialización aún sin etiqueta o definición, ha sido siempre tónica de la tarea informativa. Tradicionalmente las actitudes de curiosidad, velocidad y crítica constituyen aspectos fundamentales de la profesión, e informar, orientar y opinar son los objetivos del periodismo, sin embargo ha llegado el momento en que hay que instrumentar la verdadera especialización.

Para tener una mejor visión del tema retomemos el libro "La especialización del periodismo" (5), del que citaremos datos muy reveladores que nos muestran claramente la tendencia hacia los aspectos económico y financiero de esta disciplina. Cabe mencionar que aunque las cifras corresponden a otro país y a una fecha no muy reciente, se puede comprobar con ellos la importancia del periodismo financiero ya desde entonces.

Se entrevistaron a los 20 directores de periódicos más representativos de España, de los cuales 13 se perfilaron por la especialización en el periodismo financiero, como la categoría más trascendente entre una gama de 24 especialidades. De estos 20 entrevistados, 15 respondieron que la prensa no se ha especializado más en el aspecto financiero porque falta una adecuada preparación de los profesionales.

(4) Gallart, Ph. "Técnicas del periodismo"

Ed.. Oikos, tau. Barcelona, España, 1972

pp. 5 - 14.

Ahora bien, 17 manifestaron que el futuro de la prensa necesita caminar hacia la especialización, porque así lo demandan los lectores, además de que la progresiva tecnificación de la vida incrementa cada día más el nivel cultural de los lectores y exige mayor rigor en los planteamientos y orientaciones, se sumaron además a la idea de que la especialización deberá implantarse siguiendo el adecuado ordenamiento que la cotidianidad marque, teniendo presente que los periódicos ayudan a crear criterio a través de un contenido ameno.

Esta misma cita nos muestra los resultados de un informe de la Television Research Committee, en el que se señala que los periodistas necesitan ahora de una formación que les permita conocer el punto de vista de los especialistas de las ciencias sociales sobre los medios de información, las instituciones, el impacto social de las informaciones, así como su evolución y resultados. Esta formación será adquirida en la medida que los profesionales y futuros profesionales hayan recibido una preparación previa en los niveles académicos más selectivos, logrando de esta manera más familiarización y mayor capacidad de penetración y comprensión para convertirse en un investigador del hecho periodístico.

Con este breve recorrido a través de lo que los autores nos señalan, sobre la especialización del periodismo, podemos decir que esta tendencia que en términos generales ya se reflejaba desde hace algunas décadas, ha cobrado mayor fuerza en algunas áreas de la información, por lo que la hipótesis de que el periodismo financiero es necesario como especialización dentro de las Ciencias de la Comunicación se comprueba de manera significativa.

(5) Op. Ibidem (2).

Para concluir nuestro inciso, mencionaremos una reflexión de Manuel Buendía (6) que nos hace un corolario de esta latente necesidad de estructurar la especialización del periodismo, en su muy particular y clara manera de decir las cosas. "Una abominable deficiencia en los planes de estudio ni siquiera considera que el presente y el futuro de los buenos periodistas debe ser la especialización y mucho menos, esos planes han tomado en cuenta la necesidad que este país tiene de comunicadores sociales", lo que debemos anotar en este sentido es que efectivamente, por lo menos en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales ya se está trabajando en la modificación de los planes de estudio, dándole un lugar preponderante a la especialización de la carrera de Ciencias de la Comunicación. El proceso es lento, pero a menudo se convocan reuniones con los académicos para precisar las verdaderas necesidades de la formación de los comunicadores.

Para las profesoras Emma Gutiérrez y Laura Navarrete, catedráticas de la disciplina de comunicación, deben tomarse en cuenta los esfuerzos que se han hecho al respecto y no sólo tomar una posición de crítica negativa en este sentido. La autora de este trabajo coincide con lo expresado por las maestras, y para tener una participación activa en este proceso, se proponen al final de esta investigación cinco materias que podrían servir como base para pensar en una posible especialización en periodismo financiero.

Pues bien, iniciemos nuestro tercer apartado dentro de este primer capítulo, que se refiere a los hechos económicos más relevantes de México entre 1988 y 1991, y así estar conscientes de la importancia de ellos, para poder ejercer la tarea de difusión por parte de un comunicador.

(6) Buendía, Manuel. "Ejercicio periodístico".

Aguilar, León y Cal. editores S.A. de C.V.

México, 1990, pp.65.

1.3. SUCESOS ECONOMICOS EN MEXICO 1988 - 1991

Para poder llegar a una conclusión respecto de la necesidad de especializar al periodismo desde la formación académica, es necesario analizar los sucesos económicos más importantes acontecidos en nuestro país y fuera de él también, y de esta forma visualizar las tendencias informativas que se han reforzado en los últimos años.

Nadie puede negar que México ha tenido avances en distintos aspectos, pero sobre todo en el económico. Los más escépticos podrán decir que sólo basta con voltear a ver la extrema pobreza en la que viven algunos sectores de la sociedad, para decir que no es verdad que hemos evolucionado positivamente. Lo cierto es que debido a las estrictas medidas económicas aplicadas a partir de la segunda quincena de diciembre de 1987, la situación general de México ha cambiado. Hay que ser objetivos y anotar también que aun falta mucho por hacer. Pero debemos sobre todo, reconocer que este país ha tomado un camino positivo, que a la larga nos traerá importantes cambios aún en nuestra vida personal.

Y ya que hablamos de las medidas adoptadas por el gobierno en el año de 1987, recordemos como empezó este proceso.

1.3.1. INFLACION

En los años 50, 60 y principio de los 70 se registró en México el desarrollo estabilizador, en el que se observaron elevadas tasas de crecimiento de la economía, superiores al 6%, con reducidas tasas de inflación, menores incluso al 3% anual.

Esta época de oro de la economía mexicana, se debió fundamentalmente a la convicción de las autoridades de entonces (Antonio Ortiz Mena como Secretario de Hacienda de 1958 a 1970, y Rodrigo Gómez, como director del Banco de México de 1952 a 1970) de que la clave

es la procuración exitosa de la estabilidad macroeconómica.

Hay que recordar que ni Ortiz Mena ni Gómez cedieron a las ideas inflacionistas que seducían a Iberoamérica "Para crecer hay que aprender a vivir con la inflación".

Las cosas cambiaron significativamente a partir de la mitad de los 70, y después de muchos intentos hechos para combatir la inflación, la inestabilidad cambiaria y la escasez de divisas, así como para proteger el empleo, el abasto y la planta productiva y recuperar la bases para un desarrollo sostenido, en 1987 sucede todo lo contrario y se alcanza la más alta inflación registrada, 159.2 por ciento. Tal situación obliga a revisar el diagnóstico de la inflación y a adoptar diferentes medidas para someterla.

Pero ¿qué es la inflación y cómo afecta prácticamente la vida de una familia?. La inflación es el desequilibrio económico caracterizado por una subida general de precios y provocado por una excesiva emisión de billetes de banco, un déficit presupuestario y una falta de adecuación entre la oferta y la demanda. Las familias que dependen de un ingreso fijo, pierden poco a poco su capacidad de seguir adquiriendo los productos básicos para su subsistencia, después pierden su patrimonio, sus ahorros y en general sus condiciones de vida, porque los precios suben desproporcionalmente a los sueldos percibidos.

A su vez, la especulación financiera, que no es otra cosa que la exageración de las buenas condiciones de las finanzas, se encargó de expropiar los ingresos de una parte de la población y de nueva cuenta la inflación puso en entredicho la viabilidad del país.

1.3.2. 1988, ÚLTIMO AÑO DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA MADRIDISTA

En este contexto vale la pena destacar la gestión del último año de funciones de Miguel De la Madrid, periodo en el cual se instauraron una serie de medidas que dieron la pauta para

empezar un proceso de reestructuración económica.

Para tal efecto retomé el punto de vista de un destacado empresario que en ese momento fungía como presidente del Consejo de Administración de Grupo Quadrum y cuya trayectoria en el ámbito de la dirigencia empresarial incluye la presidencia del Consejo de Cámaras Industriales, así como la de la Cámara de Comercio México-E.U., me refiero al Lic. Ernesto Rubio Del Cueto (7).

Uno de los puntos más sobresalientes de la administración de De la Madrid fue, sin duda, la liberación comercial para lograr que México participara activamente en el comercio internacional y de esta manera prepararlo para enfrentar con más ventajas el futuro.

Es importante anotar que de acuerdo con este artículo "con la sola apertura comercial y la fortaleza de las exportaciones, se contribuyó a la baja de la inflación, y sobre todo, a la generación de divisas, con las cuales se financian diferentes aspectos de nuestro desarrollo".

"La apertura comercial que inició De la Madrid creó un ambiente de mayor competencia interna y externa en el que el desenvolvimiento de las empresas era más libre, permitiéndoles seguir generando divisas, y al mismo tiempo, seguir siendo las principales abastecedoras del mercado doméstico. Además se propició la exportación, se mejoró la calidad de los productos y se valoró la importancia de esta actividad".

(7) Rubio del Cueto, Ernesto. "Análisis del IV Informe de Gobierno de Miguel De la Madrid". *Actividad Industrial*. Octubre de 1988 pp. 38 - 40.

Se logró la racionalización del proteccionismo, medida que trajo consigo condiciones más objetivas del mercado. Aunado a esto se le dio más importancia a las exportaciones no petroleras, permitiendo la accesibilidad de un sinnúmero de productos.

Por otro lado y siguiendo con el documento citado, se exentó de permisos previos y aranceles a la tarifa de exportación y se modernizó el sistema aduanero, así como la legislación para proteger a los productores nacionales de prácticas desleales (dum-ping).

Para impulsar las exportaciones, incluso se puso en marcha el programa de "draw back" que es uno de los sistemas que utiliza Bancomext (Banco de Comercio Exterior), y permite la devolución de impuestos de importación sobre productos que son usados como materia prima para exportación.

Estas medidas tuvieron como objetivo, no sólo el de la liberalización del mercado interno, sino la posibilidad de reciprocidad en el ámbito mundial.

Ahora bien, junto con la apertura comercial vino también el Pacto de Solidaridad Económica, que representa, hoy por hoy, el cambio estructural de nuestra economía.

1.3.3. SURGIMIENTO DEL PSE Y EL PECE

Para enfrentar las altísimas tasas inflacionarias registradas en México, se instrumentó una estrategia de concertación social entre representantes del gobierno, de los trabajadores y de los empresarios para adoptar acciones y asumir responsabilidades ante la inflación. Es así como el 16 de diciembre de 1987, surge el Pacto de Solidaridad Económica (PSE), que se basó en la fijación de precios, de tipo de cambio, de salarios y de tasas de interés. De esta manera se propició un realineamiento de precios, que necesariamente debía generar un nivel de precios líderes alcanzados en la economía, con el propósito de contener las expectativas

inflacionarias de los demás mercados y productos.

El componente inercial de la inflación se derivó del constante ajuste de las expectativas de los agentes económicos a tasas de inflación previas, lo que generó conductas de incremento de precios que buscaban anticiparse a los aumentos futuros. Con la concertación, lo que se planteó fue reducir las expectativas inflacionarias, mientras que las políticas antiinflacionarias, el saneamiento de las finanzas públicas, la política monetaria restrictiva y la apertura comercial corregían la estructura de precios relativos y eliminaban otras presiones.

Juan Carlos Orozco, articulista de la Revista Expansión (8) nos proporciona más datos. Ilustrativos a este respecto, "Todo parecía indicar que la actual administración -se refiere a la de Miguel De la Madrid- había agotado sus recursos antiinflacionarios y que comenzaría su último ejercicio sin contar con un plan efectivo para combatir la inflación. Recuérdese que a pesar de que el Presupuesto de Egresos de 1988 estimaba una inflación anual de 95%, éste no contenía un programa antiinflacionario que sustentara la esperanza de reducir la tasa anual de inflación en casi 50 puntos porcentuales, más allá de algunas medidas aisladas y cuya efectividad ya había sido puesta a prueba con resultados nada halagadores, el presupuesto de 1988 no auguraba tasas de inflación reducidas".

"El PSE tuvo tres momentos cronológicos: el primero fue la realineación de precios relativos; el segundo la congelación de precios y tarifas del sector público, con la consecuente congelación de los del sector privado; y el tercero el establecimiento de una relación justa entre salarios y precios de la canasta básica con las expectativas de inflación".

(8) Orozco, Juan Carlos. "La cuesta de enero: se acuesta en febrero?"
Expansión. Enero 13, de 1988, pp. 19 - 20

Pasar de una inflación del 9.6 por ciento en el primer trimestre de 1988 a una de 2.3 por ciento en el segundo, fue lo que convenció a los sectores de la conveniencia y viabilidad de continuar con estas medidas.

Con el cambio de administración viene también la continuación del combate de la inflación, y así surge el Pacto para la Estabilidad y el Crecimiento Económico (PECE), que se firma en diciembre de 1988. El compromiso de Carlos Salinas de Gortari en este sentido fue mantener la estricta disciplina en el manejo de las finanzas públicas, realizar un ajuste parcial de los precios del sector público, ajustar la política cambiaria, llevando el deslizamiento a un peso diario y reducir la dispersión arancelaria.

Por su parte, el sector empresarial se comprometió a absorber el incremento salarial, el ajuste cambiario y los incrementos en los precios públicos sin elevar sus precios finales.

1.3.4. RESULTADOS DE LOS PACTOS

De esta manera, la inflación de 1988 cerró en 51.7 por ciento, con lo cual ya se podía iniciar una recuperación del crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) que había permanecido estático. Durante 1989 la inflación fue de 19.7 por ciento y se registró un crecimiento de 3.3 del PIB. En 1990 sobresale la disminución del ritmo de deslizamiento del tipo de cambio, de un peso diario a 80 centavos. Para finales de 1990, el deslizamiento disminuyó de 80 a 40 centavos y se hizo efectivo un aumento de 10.0 por ciento a los salarios, lo que trajo como consecuencia un repunte inflacionario, cerrando en 29.9 por ciento con un crecimiento de 4.4 del PIB. Para 1991, año que marca el final de nuestro análisis, el PECE entraba en su sexta etapa y dentro de los puntos que se alcanzaron estuvieron la reducción de 40 a 20 centavos el deslizamiento, el incremento de 12.0 por ciento de los salarios, mismo que no se aplicó a los contractuales, ya que serían negociados por las partes, la disminución del 15 y 20 por ciento del Impuesto al Valor Agregado (IVA) al 10. En este año la inflación retomó su

tendencia decreciente cerrando la variación del índice de precios al consumidor en 18.8 por ciento.

Vale la pena mencionar que el PIB tuvo una desaceleración de su crecimiento, ya que registró sólo 2.6% de incremento. Al respecto el Banco Central explica que la desaceleración es producto del desfavorable entorno Internacional, y a los efectos transitorios inducidos sobre la planta productiva por la política gubernamental de eliminación del proteccionismo comercial y reducción del margen de subvaluación del peso frente al dólar.

El Banxico minimiza, sin embargo, estos efectos señalando que en otros países los costos de la aplicación de cambios estructurales han sido mayores al de México y reconoce que las empresas se han obligado a ser más competitivas.

1.3.5. 1989, ADVENIMIENTO DE LA PRIVATIZACION

Ahora bien, en lo que toca a los demás aspectos de la reestructuración económica de México, sólo mencionaremos brevemente a la privatización y a la renegociación de la deuda, como dos de los factores determinantes en este proceso y que empezaron su periodo enfático precisamente en 1989.

Pedro Aspe, Secretario de Hacienda y Crédito Público ha hablado en innumerables foros a este respecto, siendo la idea central el proyecto de privatización, la reorganización interna del país, para así lograr la estabilidad y el desarrollo (9).

(9) Aspe Armella, Pedro. "Recursos Internos para el Crecimiento".
Ejecutivos de Finanzas. Julio de 1990. pp. 22 - 28

Aspe divide en tres, a los sectores elementales de la economía y son: el productivo, el comercial y el de servicios. El primero se dedica a crear los productos materiales indispensables para la existencia de la comunidad. La industria y el agro son fundamentales en este rubro. El segundo sector, el comercial, comprende la distribución de las mercancías desde el lugar donde se producen, hasta los centros de consumo, la exhibición de éstas y su disposición al público. El tercer sector, el de servicios, satisface las necesidades que la misma sociedad va creando conforme a su desarrollo, esta categoría abarca diversas ramas, que van desde el alumbrado público y la pavimentación de las calles, hasta las vías de comunicación electrónica y el flujo de información periodística y especializada.

"Para que estos tres sectores se desarrollen con eficiencia, es necesario que cierto grupo u organismo de la sociedad los tome bajo su responsabilidad. En este sentido, son dos grandes bloques los aptos para realizar esta tarea: el gobierno de un país y la iniciativa privada. El gobierno tiene la obligación de velar por el bienestar de la población y su injerencia en el sistema económico varía de país en país de acuerdo con sus necesidades y objetivos. La iniciativa privada, por su parte, se compromete a solventar las necesidades de la comunidad a cambio de cierta ganancia en sus empresas".

"Una economía puede funcionar bajo el esquema de libre empresa, en la que el Estado es administrador de los bienes de la nación y los empresarios se encargan de satisfacer las necesidades de la población; también puede ser efectiva la economía mixta, con igual participación de los dos. Sin embargo, los inconvenientes surgen cuando el Estado desea abarcar más elementos de la economía nacional de los que de hecho puede manejar".

"En el caso de México, la desconfianza generalizada hacia el Estado como administrador de empresas, cobró fuerza después de los grandes trastornos económicos en la década de los setenta, y se observó en el caso de otros países la incapacidad de sus economías mixtas, para ajustarse a las consecuencias de los aumentos de precios mundiales en cuanto a

materias primas y productos elaborados también. Hoy en día naciones como Gran Bretaña y Francia han implementado programas para la venta de ciertas empresas del Estado, actitud que se está generalizando por todo Occidente, y se conoce como privatización o transferencia de las actividades económicas del sector público al sector privado*.

Pues bien, después de saber como funciona este proceso diremos que la política de desincorporación en México ha fortalecido a la vez la posición financiera del sector público. De las 1205 entidades propiedad del Estado en 1982, fueron desincorporadas hasta 1988, 586; y en 1989 se vendieron, liquidaron o fusionaron 229. De éstas últimas destacan por su importancia Compañía Mexicana de Aviación, Industrias Conasupo y Dina Autobuses, Camiónes y Motores entre otras. En la actualidad (1992), sólo quedan 221, que todavía están en proceso de análisis para su posible venta. Otras empresas que por su tamaño son muy re-presentativas y que ya han sido vendidas son Teléfonos de México y Televisión Azteca (Imevisión).

Debemos incluir en el rubro de privatización a los 18 bancos, que para finales de 1992 ya habían sido totalmente asignados con un precio muy superior a su valor en libros a diversos empresarios mexicanos; después, con una situación más estable y la apertura comercial y financiera se autorizó la formación de nuevos bancos con una consecuente estructuración de grupos financieros.

Con lo recursos de esta serie de operaciones se estableció un fondo de contingencia que ha ayudado a disminuir la deuda interna, y a la vez a disponer de más medios para aplicar en programas de bienestar social. Los ahorros logrados al reducir esa deuda y su servicio permitieron liberar recursos que se dirigieron al gasto social, sin poner en peligro los objetivos de las finanzas públicas. Cerca del 55% del presupuesto federal de 1992 fue dirigido al gasto social, mientras que en 1988 éste representó solamente 32%.

La desincorporación de empresas públicas ha permitido al gobierno estimular la participación del sector privado, y reducir su intervención directa en la economía.

1.3.6. 1990, RENEGOCIACION DE LA DEUDA EXTERNA

En cuanto a los datos obtenidos para esta investigación sobre lo que respecta a la deuda externa, es importante subrayar que sólo se consiguieron los más relevantes debido en gran medida a que el gobierno proporcionó muy poca información al respecto.

El 1 de enero de 1988 se negoció el pago del principal de la deuda con bancos acreedores de todo el mundo, y se llegó a un acuerdo en el que se pagará hasta el año 2019. La razón deuda externa/producto nacional es de 40%, la más baja desde 1981. Hay indicios de recuperación económica firme a tasas superiores a las del crecimiento de la población.

Con la renegociación de la deuda externa se revirtió la transferencia neta de recursos al exterior y el ahorro interno pudo ser canalizado hacia la inversión productiva. La reestructuración de la deuda externa permitió reducirla a 28.8% del PIB, a finales de 1992, mientras que entre 1982 y 1988 había sido en promedio, 62.5% del PIB.

Lo que en realidad generó la renegociación de la deuda externa fue un alto índice de confianza. Confianza para la población y para el empresario nacional y extranjero también. Con el factor confianza, se produce el desarrollo sostenido de una nación, además de que se superan obstáculos y se le coloca en la mira de inversionistas que la consideren una alternativa rentable.

Sobra decir que con la inversión se generan fuentes de trabajo, se moderniza la planta productiva, se mejora la calidad de los productos y se tiene un mayor acceso a ellos. Se introduce a la sociedad a una mejor expectativa de vida.

1.3.7. 1991, AÑO TRASCENDENTAL EN LA REALINEACION DE LAS POLITICAS ECONOMICAS DE MEXICO

Como lo señalara Arturo Damm, director de la Escuela de Economía de la Universidad Panamericana, en un artículo publicado por la revista *Microempresa*, fechado en junio de 1991 (10), los resultados de los pactos debían palpase en forma definitiva en 1991 y de esta manera, coadyuvar en las negociaciones iniciadas el 11 de junio de 1990 entre los presidentes de Estados Unidos, George Bush y de México, Carlos Salinas de Gortari, en tomo a la celebración de un acuerdo de libre comercio. Cabe recordar que el 24 de septiembre de 1990, el Ministro de Comercio Internacional de Canadá, John C. Crosbie, anunció el interés de su país por participar en las pláticas con México y Estados Unidos, en relación a la estructuración de un acuerdo de libre comercio trilateral.

Arturo Damm hace énfasis en la importancia de lograr este acuerdo, ya que junto con los pactos, son los elementos principales en la conformación de una economía más sana y activa en el futuro cercano de México.

1991 fue un año en que se tenía prevista la estabilización definitiva de la economía, así como la erradicación de la inflación, y además se vislumbraba como el año previo a la puesta en marcha del TLC, sin embargo no fue así. La inflación de un sólo dígito fue alcanzada hasta junio de 1993, mientras que la economía todavía no logra una estabilización que se pueda calificar de excelente y ahora se habla de que será en 1994 cuando entre en vigor el Tratado.

(10) Damm, Arturo. "El Tratado de Libre Comercio y el PECE".
Microempresa. Junio de 1991. pp. 27 - 28.

Hay un concepto que es necesario resaltar de lo escrito por Damm, y es el de que en el momento en que inicie el TLC, el Estado deberá dejar funcionar más libremente la economía, deberá dejar de existir el PECE para alejarnos de intervencionismos y dirigismo "concertado", sobre todo en los precios.

Subraya que ante el TLC es necesario incentivar la producción y promover la competitividad de los productos mexicanos. Para lograrlo es indispensable liberar los precios, para que éstos reflejen las condiciones reales del mercado, siendo esto último una premisa para conseguir una oportuna y eficiente asignación de recursos, sin la cual no se actualizarán plenamente las potencialidades que están implícitas tanto en la competencia como en la complementariedad que la integración comercial ocasionarán.

La liberación de precios será necesaria una vez que se inicie la práctica del TLC, y ello independientemente de que se haya logrado o no la estabilización definitiva de la economía. La firma del TLC debe coincidir con el fin del PECE. O lo uno o lo otro, ya que a la larga son incompatibles. O verdadera libertad económica o intervencionismo y dirigismo de la economía, independientemente de que éstas sean reales o sólo nominales o TLC o PECE. Y todo ello debe decidirse en 1991, apuntó Damm en este artículo, año crucial dentro del contexto del actual sexenio, y definitivo para comenzar a delinear el perfil de la economía mexicana del XXI.

A octubre de 1993, estamos viviendo la séptima etapa del PECE que concluirá en diciembre, sin que esto quiera decir que no se prorrogue. Asimismo se tiene contemplado que el TLC inicie en 1994.

1.3.8. TRATADO DE LIBRE COMERCIO

Después de recordar las condiciones de la economía mexicana en el periodo delimitado, pasemos ahora a observar otros acontecimientos importantes que intervienen en el desenvolvimiento de México en el ámbito internacional. Me refiero a la integración de México a una zona de libre comercio con norteamérica, es decir el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá.

Para entender un poco más acerca de este proceso, hay que citar algunos antecedentes retomados de un artículo publicado por la revista *Microempresa* (11).

"Durante los últimos veinte años la economía mundial ha experimentado un proceso de cambios vertiginosos que han traído como consecuencia la transformación sustancial de las relaciones comerciales y el surgimiento de nuevas relaciones de producción".

"Entre ellas pueden mencionarse la gradual unificación de las economías europeas en un mercado común, el fenómeno de los países recientemente industrializados NICS (término que engloba a las naciones que han presentado durante la década de los 80, un alto índice de crecimiento económico a partir de una inserción exitosa en el comercio internacional), el proceso de modernización y apertura de la Unión Soviética y los cambios políticos y económicos de los países de Europa del este y de algunos países latinoamericanos".

(11) Ancira, Gerardo. "El Tratado de Libre Comercio... Sus implicaciones en la Microempresa". *Microempresa*. Junio de 1991. pp. 24 - 26.

Hay que recordar que una de las principales metas de la reestructuración económica de México radica en la posibilidad de incrementar y hacer permanentes las exportaciones, así como lograr un trato justo a los productos nacionales, a través de su libre acceso y la aplicación de aranceles adecuados.

Esto se logrará negociando con otros países, proceso en el que se ha trabajado desde 1986, año en el que México ingresó al GATT (Acuerdo General de Aranceles y Comercio) y con el que se ha logrado la modificación de las regulaciones de importación, la significativa reducción de las tarifas comerciales y otras barreras arancelarias.

No obstante, con la formación de un bloque económico en norteamérica, México asegura la permanencia de sus productos en esa región, así como la posibilidad de crear más empleos debido a la calidad de la mano de obra mexicana y su bajo costo, también se atraerían capitales extranjeros para que inviertan en el país y a la vez contribuyan a la modernización de la planta productiva.

Es necesario subrayar que uno de cada diez norteamericanos es de origen latinoamericano; el 70% de nuestras importaciones provienen de Estados Unidos (E.U.); el 68% de nuestras exportaciones son hacia Estados Unidos; y el mercado de E. U. tiene un valor de 6,000 millones de dólares.

México es el tercer socio comercial de E.U. y representa un mercado potencial de entre 250 y 360 millones de individuos. Ahora bien, como se trata de un acuerdo tripartita habría que incluir datos que nos den una idea clara de las características de Canadá.

El 24 de septiembre de 1990, el Ministro de Comercio Internacional de Canadá, John C. Crosbie, anunció que su país participaría en las pláticas con México y los Estados Unidos para establecer la base para negociaciones subsecuentes de un acuerdo de libre comercio

entre las tres naciones.

En esa ocasión Crosbie subrayó la importancia de que su país asegurara las oportunidades de comercio en el mercado vital de norteamérica, y resaltó que México es una parte cada vez más importante de ese mercado y un socio de creciente importancia para Canadá. México es el socio comercial más grande de Canadá en América Latina y sus relaciones económicas se incrementaron 25% entre 1988 y 1989 y mantienen un aumento de 10% anual. Ahora bien, en lo que toca a las relaciones comerciales de Canadá con Estados Unidos debemos apuntar que el 1 de enero de 1989 se firmó un acuerdo bilateral de libre comercio, considerado el convenio más amplio que se ha negociado entre naciones soberanas y que representa un mercado combinado de 5 mil millones de dólares, constituyendo el de mayor cuantía en el mercado.

Por mencionar sólo algunas de las ventajas de un acuerdo de esta naturaleza basta citar, según analistas especializados, las siguientes:

- * Se proporcionaría mayor estabilidad a la política económica y por ende a las principales variables económicas.
- * Se aumentaría el tamaño del mercado potencial para las empresas, equivalente a 340 millones de personas, lo que implica que sería mayor que el de Europa.
- * Se eliminarían las medidas proteccionistas unilaterales como los aranceles, y tarifas no arancelarias tales como los permisos, las cuotas, las licencias.
- * Se propiciaría el incremento de las exportaciones ante una mayor certidumbre al exportador.
- * Se daría mayor complementariedad de las economías y sus sectores productivos.

* Se incrementaría la inversión nacional y extranjera al ampliarse los mercados.

* Se incrementaría también el nivel de empleo y los salarios ante el establecimiento de nuevas empresas.

* Se aumentaría la competitividad de la economía mexicana dentro de la economía mundial, al tener acceso a recursos financieros, tecnología de punta y dotación de insumos de mejor calidad en general.

Y en lo que respecta a posibles desventajas:

* Se concertaría en la posible disputa comercial entre naciones al crearse un comité trilateral imparcial.

* Debido a que los acuerdos de libre comercio conllevan un período para su implementación total, existiría un lapso para que los productores nacionales se adapten a las nuevas condiciones.

Habría que señalar que para marzo de 1992, se suscitaron diversos hechos que transformaron el marco de las negociaciones entre los tres países, como son, el cambio de poderes en Estados Unidos, siendo hoy día el Presidente norteamericano William Jefferson Clinton, con el consiguiente cambio de funcionarios gubernamentales en Estados Unidos, y por otro lado, la renuncia del Primer Ministro canadiense Brian Mulroney y la toma del poder ejecutivo de Kim Campbell.

Como representante comercial de la Casa Blanca se quedó en lugar de Carla Hills, Michael Kantor, y en la Secretaría de Comercio de Estados Unidos se encuentra Ron Brown, que sucede a Robert Mosbacher. En cuanto a la parte canadiense el Negociador en Jefe es

Thomas Hockin en sustitución de Michael Wilson.

Por la parte mexicana Jaime Serra Puche, Secretario de Comercio y Fomento Industrial sigue siendo el principal negociador, así como Herminio Blanco, Jefe de la Unidad Negociadora del Tratado.

En lo que toca a los avances de las negociaciones, el TLC se encuentra ya firmado por los tres países, sin embargo el gobierno norteamericano ha exigido la formación de acuerdos paralelos que salvaguarden áreas como la laboral y ambiental también. Esto, con el propósito de vigilar los procesos de producción de las empresas establecidas en México, así como para que se garantice que no se desatará en Estados Unidos una oleada de desempleo masivo. Para ello, se pretende establecer una simetría legislativa en cuanto al orden laboral.

Por lo anterior, únicamente cabe recordar que además de la firma, se necesita la aprobación de las partes legislativas de los tres gobiernos, que en el caso de Estados Unidos se forma a través del Congreso, en el de Canadá por la Cámara de Representantes y en el de México por la Cámara de Senadores.

Cabe señalar, que los grupos demócratas que están en contra del Tratado de Libre Comercio, se han fortalecido, siendo su posición muy rígida frente a estas cuestiones amenazando incluso con suspender las pláticas, no obstante Clinton, Kantor y Brown han manifestado públicamente que el TLC entrará en vigor el próximo 1 de enero de 1994.

1.4. CONCLUSIONES

En términos generales hemos expuesto el proceso económico que ha tenido México, para lo cual se consultaron diversidad de publicaciones. Como se manifestó al principio, la

Información obtenida ayudará al lector a situarse en el contexto que marca una sola palabra "economía".

La modernización del país nos exige a todos, y en especial a los periodistas un amplio conocimiento de los asuntos que le atañen. El público tiene derecho y reclama cada vez más, información bien fundamentada e investigada.

Como se pudo apreciar dentro de esta semblanza económica tuvimos que abordar diferentes aspectos, y recurrir a distintos especialistas. Con este análisis sólo se pretende establecer la enorme gama de especialidades que estructuran una rama del periodismo, por eso entre más herramientas concretas tenga un comunicador, más probabilidades de desarrollar informaciones objetivas y profundas se podrán obtener.

Es por eso tan importante, proveer de noticias que trasciendan e ir más allá de las fuentes que las proporcionan. En un entorno tan amplio como lo presenta la economía nacional, es cada vez más necesario ahondar en determinados nichos, y así buscar un verdadero sentido a la información.

En otras palabras, en la medida que ha evolucionado un solo aspecto informativo nacional, también lo ha hecho el periodismo que se encarga de su difusión, y para poder inmiscuirse en él, un comunicador deberá tender a la especialización de su trabajo.

Se desprende así, la trascendencia de la especialización. Es tanta la información que se emite de un tema que hay que dividirlo, para trabajarlo satisfactoriamente. Un periodista no puede abarcar toda la información. Debe particularizarse en una fuente, en una materia, en un sector, y hasta en una industria, si de economía se trata. Debemos apuntar que esta práctica de especialización debe generalizarse en todo el periodismo.

En mi particular punto de vista, la especialización deberá darse aún antes de concluir la formación académica universitaria, para así lograr mayores accesos en los medios de comunicación.

Ahora conozcamos la opinión de los comunicadores especialistas en información económico-financiera, acerca de la especialización del periodismo actualmente.

CAPITULO 2

2. INTRODUCCION

Con el fin de conocer el entorno profesional donde se desenvuelven los especialistas en periodismo financiero, así como de proporcionar al lector una idea general de los medios especializados que han surgido en este renglón, este segundo capítulo está dedicado a analizar la estructura de las secciones económicas de los diez periódicos que se mencionan en esta investigación, subrayando además distintos aspectos de la evolución del periodismo.

Pues bien, como ya mencionamos en el capítulo anterior México ha tenido importantes cambios que lo han situado como uno de los países con grandes perspectivas en el mediano plazo. La insistencia de hablar de México, radica en el constante flujo informativo que se ha generado desde su nueva tendencia de apertura, no sólo comercial y financiera sino cultural y política también.

Esto nos lleva a la necesidad de estar permanentemente informados del comportamiento de las empresas, de la confianza de los inversionistas nacionales y extranjeros también, del fortalecimiento de la infraestructura nacional, de la consolidación del mercado accionario, en fin, de una serie de temas que son básicos para el desenvolvimiento cotidiano del mexicano actual.

De aquí surge el valor de proporcionar al lector datos que lo conduzcan a establecer sus criterios y más aun a tomar decisiones propias dentro de un contexto generalizado.

Para poder informar correctamente al público, el periodista debe contar con las bases suficientes para obtener sus notas, analizarlas, compararlas y darles el seguimiento adecuado. Esto se logra con una sólida base académica, independientemente de la capacidad intelectual de cada individuo.

Ahora bien, la carrera de Ciencias de la Comunicación o llamada Periodismo en otras instituciones académicas, es una de las más solicitadas por los alumnos, esto hace que las plazas disponibles en los medios de comunicación sean insuficientes para dar cabida a las grandes cantidades de egresados que salen cada año. No obstante la calidad de su formación académica es cada vez más apreciada por los encargados de los medios, y siendo la oferta de comunicadores más grande que la de plazas, la situación se vuelve cada vez más crítica.

Ni en la licenciatura de Comunicación de la FCPyS ni en las otras universidades, existen materias que profundicen en el periodismo financiero, y después de lo anteriormente expuesto, se debería considerar a la especialización en algunas áreas de la comunicación, como una herramienta adicional para el desempeño de la profesión.

El periodismo financiero ha sido tan importante dentro del contexto informativo nacional e internacional que hasta se han creado periódicos, suplementos especiales, revistas y programas de radio especializados en esta materia, reportando un éxito absoluto en términos de número de lectores, audiencias y públicos. No obstante las secciones de finanzas dentro de los diarios, son una parte fundamental de la estructura del medio.

2.1. ANALISIS DE LOS MEDIOS

2.1.1. PERIODICOS

Por ejemplo, Excélsior, tiene una sección financiera en la que participan cuatro agencias noticiosas, tales son AP Associated Press de Estados Unidos), AP Dow Jones (versión de la agencia que trasmite únicamente información financiera), Reuter (de origen inglés), AFP (Agencia noticiosa de Francia), EFE (de España), cabe mencionar que Notimex (la agencia noticiosa mexicana) no proporciona servicio a este medio. Colaboran 10 columnistas,

Independientemente de su plantilla regular de 14 personas.

Excelsior nos proporciona información sobre economía nacional e internacional, comercio, análisis bursátil, iniciativa privada y sector gubernamental también.

El Universal en cambio utiliza principalmente los servicios de sus corresponsales, y cuenta con la participación de EFE, AP, Reuter, AFP y UPI (United Press International de Estados Unidos).

Cuenta con cuatro columnistas de primera línea y una excelente plantilla de reporteros. Abarca informaciones regionales, locales e internacionales. Cabe mencionar que este diario ha constituido su propia agencia informativa denominada Servicio Universal de Noticias, que ya es contratado por otros medios.

El Heraldo de México tiene una sección llamada Economía y Finanzas, tiene tres columnas básicas en estas materias y otras dos que hablan una de computación y otra de publicidad. Este medio tiene contratados los servicios de Notimex, además de Reuter, EFE, DPA (Deutsche Press Agentur de Alemania), Ansa (Italia) y AFP.

Economía y Finanzas de El Heraldo es una sección que se ha fortalecido paulatinamente y ha alcanzado un alto índice de calidad.

La del Novedades está catalogada como de Finanzas, no rebasa las 8 páginas habitualmente, cuenta con seis columnistas, tres que escriben diariamente y otros tres que escriben una o más veces a la semana. Es una de las que presenta mayor colorido y un diseño más llamativo, lo que facilita mucho su lectura.

AFP, AP y EFE son las agencias que proporcionan información a esta sección.

El Sol de México en finanzas presenta tres columnas fundamentales en su estructura, dos que tocan temas relacionados a la economía y otra más que como en El Heraldó se refiere a los tópicos publicitarios.

Hay que agregar que en ella se toman en cuenta muy a menudo las gráficas, instrumento que permite al lector ubicarse en las cifras a las que se hace alusión. El Sol se apoya en los servicios de AP, EFE, AFP y Reuter.

El Norte, periódico que se distribuye en el norte del país (se fundó en Monterrey, Nuevo León) y en el Distrito Federal, tiene una estructura muy parecida a la del recién lanzado Reforma, debido a que este último nació de la iniciativa de sus mismos dueños, teniendo como objetivo un periodismo dinámico y moderno.

Economía, Finanzas y Alta Tecnología son las materias que forman la sección de Negocios en ambos casos, que es la sección que nos interesa en este momento. Están dirigidas por un editor y tres coeditores. Tienen contratadas a las agencias UPI, Lemus (agencia mexicana), EFE y Notimex. Hay que subrayar que su mayor apoyo lo constituye Infotel Financiero, primer agencia noticiosa especializada en finanzas creada en México y con un éxito sin precedentes, ya que no existe intermediario financiero que no utilice sus servicios, además de los directivos y funcionarios de las empresas del país.

Por último The News, único periódico que se edita completamente en inglés, tiene una sección titulada The news Finance, que abarca principalmente temas como NAFTA (TLC), las cotizaciones en el NYSE (New York Stock Exchange) así como en la BMV (Bolsa Mexicana de Valores). En este periódico otorgan el crédito de las informaciones muy claramente, a diferencia de algunos otros que les cuesta trabajo no firmarse ellos mismos las notas, así Reuter, AP, Baltimore Sun (periódico de Estados Unidos), N.Y. Times News Service (agencia informativa del N.Y. Times), Universal Press Syndicate, The Christian

Services Monitor (servicio informativo de Estados Unidos), Newhouse News Service (agencia de Estados Unidos), Hearst Newspapers (servicio informativo de Estados Unidos), San Antonio Express News (agencia de Estados Unidos), Los Angeles Daily News (agencia de Estados Unidos) son algunos de los participantes en la obtención de información para este periódico.

Como se observa esta publicación incorpora a su contenido diario la información generada por otros medios, teniendo mucho cuidado en la firma de cada artículo.

En cuanto a El Financiero, ejemplo claro del periodismo especializado podemos decir que se fundó en 1981, justo en el momento en que la información financiera tomaba una posición especial dentro de los diarios. Se apoya en Notimex, EFE, Reuter, UPI y AP. Cuenta con una serie de suplementos semanales, quincenales y mensuales que lo hacen todavía más completo, sin olvidar a la agencia Finsat creada por este medio en asociación con Reuter, y que tiene como propósito proveer de la información financiera generada en México a todo el mundo.

Dentro de los suplementos que ha creado El Financiero resalta el que se denomina Fondos de Inversión editado mensualmente y el Weekly International Edition, edición semanal enfocada a los mercados del sur de Estados Unidos principalmente.

El Economista por su lado, ha estructurado un novedoso sistema de información por Fax, por medio del cual el hombre de negocios puede viajar a cualquier lugar y seguir recibiendo las noticias publicadas por este periódico, que sale únicamente de lunes a viernes. Las agencias que proporcionan información a este medio son AP, Reuter y Notimex.

El Economista por su parte creó también un semanario que trata temas relacionados con la situación de las empresas privadas, así como de los intermediarios y grupos financieros.

El Financiero tiene secciones especializadas en finanzas, negocios, comercio exterior, economía, sociedad, empresas, marco legal, fiscos, computación, mercado de dinero, sociedades de inversión, mercado bursátil, análisis técnico, finanzas, política y bolsas internacionales, mercado de futuros, política, temas relacionados con México y Estados Unidos, deportes y cultura.

El Economista se divide en temas generales internacionales, Economía Internacional, Valores y Dinero, Factoraje y Arrendamiento, Precios y Cotizaciones, Sociedades de Inversión, Mercado de Renta Fija, Economía Nacional, Análisis, Empresas, Política, Cultura y Deportes.

Ambas publicaciones tienen un sinnúmero de columnistas que participan diariamente, dos o tres veces a la semana o bien esporádicamente según el tema que esté de moda en el momento.

Ahora bien, hablando sobre la práctica de la especialización en lo que a periódicos de información general se refiere, podemos decir que también han puesto mucho interés, debido a que han editado suplementos enfocados a nichos de mercado con públicos muy bien definidos.

El Universal y Excelsior por ejemplo, editan mensualmente suplementos que hablan sobre el sector asegurador, el de factoraje, el de casas de bolsa o de cambio, o el bancario.

No hay que olvidar a los medios de reciente creación como SUMMA, periódico que está estructurado en función de proporcionar al público información de todo tipo, haciendo énfasis en la de orden económico.

El diario Reforma, a su vez se caracteriza por tener una sección de negocios muy profesional y bien estructurada. A diferencia del anterior ejemplo, Reforma es un periódico serio que se ha posicionado rápidamente en el gusto tanto de hombres de negocios como en el del público en general.

2.1.2. REVISTAS

En el caso de las revistas, aunque muchas aparecieron antes de 1988, podemos afirmar que se han reforzado editorialmente en el área financiera, por ejemplo Expansión, Alto Nivel, Mundo Ejecutivo, Progreso y Visión.

El caso particular de la revista El Inversionista ha diversificado sus publicaciones, creando un semanario con la misma tónica de su antecesora, es decir información acerca de las entidades financieras, sus directivos y sus procesos evolutivos. Las dos publicaciones en conjunto cubren con gran calidad un mercado estratégico.

Mención aparte merece también Expansión, publicación de gran prestigio que ha marcado la pauta en la edición de este tipo de revistas. Expansión además fundó tres publicaciones adicionales especializadas en diferentes áreas de la economía, una en el sector fiscal, otra más haciendo análisis profundos sobre las tendencias financieras y otra que se refiere al sector de la infraestructura y construcción a nivel nacional.

2.1.3. RADIO

En lo que toca a programas de radio, esta efervescencia se marca aun más, debido a que han surgido infinidad de espacios dedicados a la temática económica.

Mencionaremos sólo algunos de estos programas de radio: Entorno, conducido por Eduardo Torreblanca Jacques, y que se trasmite de 20:45 a 21:00 de lunes a viernes por el 102.5 de FM en Stereo Rey; Fórmula Financiera al frente de Eduardo Ruíz Healy, transmitido por el 103.3 de F.M. de 7:00 a 10:00 de lunes a viernes también; Cúpula Empresarial dirigido por Oscar Mario Beteta difundido a través del 104.1 de FM, de lunes a viernes de 7:00 a 10:00; Estrategia Empresarial que conduce Herminio Rebollo en 88.1 de FM VIP; Mundo Empresarial de Charles Oppenheim 89.5 Stereo Mil de 7:00 a 9:00 de lunes a viernes.

Todos estos programas están caracterizados por tener una sección de noticias que se refieren a la economía y las finanzas, un espacio dedicado a reportajes especiales, así como entrevistas exclusivas con líderes empresariales.

Hay que subrayar que los noticieros han incorporado esquemas informativos que le dan un lugar especial a los comentarios sobre economía, finanzas y negocios.

En Enfoque de Stereo 100, conducido de lunes a viernes de 6:00 a 9:00 por Enrique Quintana, participan Carlos Velázquez con una sección de finanzas personales, así como Ricardo Medina con otra sobre tendencias económicas, por ejemplo; en Para Empezar transmitido de lunes a viernes de 7:00 a 10:00 por Stereo Rey y dirigido por Pedro Ferriz de Con, colaboran diariamente con comentarios empresariales Alberto Aguilar y Eduardo Torreblanca; en Monitor de Radio Red 1110 de AM comentan los sucesos más relevantes en materia económica, a través de mesas redondas Alberto Barranco y Luis Pazos; en Panorama programa difundido al mismo tiempo en AM y FM comenta sobre economía en un espacio particular Efrén Flores.

Las cadenas Radio Mil y RadioCentro tienen a menudo invitados especiales que hablan específicamente de temas económicos.

Haciendo este breve recorrido por los diferentes medios, nos hemos encontrado con la gran variedad de suplementos, periódicos, revistas y programas de radio que se enfocan únicamente a los temas económico-financieros, siendo posible su publicación y realización gracias a la demanda de un público que solicita cada vez más, información especializada que le ayude a formarse una visión general de los problemas y procesos que vive nuestro país en la actualidad.

CAPITULO 3

3. INTRODUCCION

Como hemos observado a lo largo de los capítulos 1 y 2, la tendencia que sigue el periodismo en estos momentos es la especialización, sobre todo en áreas como la economía y las finanzas. Se ha enfatizado en este renglón, debido en gran medida, a los cambios estructurales que ha implantado el gobierno mexicano, así como la competencia a la que se han visto encaminadas las empresas privadas, dentro un marco internacional en el que el dinero, los financiamientos y créditos, así como las políticas de globalización son los elementos que marcan la dinámica cotidiana.

En este sentido, sería importante conocer el pensamiento de los líderes de opinión de este rubro de la información, ya que ellos tienen la gran responsabilidad de orientar y formar los conceptos de los temas económicos, en el público.

Para empezar debemos mencionar que se tomaron en cuenta los medios de comunicación más representativos en el Distrito Federal y algunos como el periódico El Norte cuya penetración es ampliamente reconocida en los estados norteros del país e incluso a nivel capitalino, además de otros como el Boletín Financiero y Minero de México publicación que debido a su ancestral fundación, representa el periódico especializado en finanzas más antiguo y en activo de México. Asimismo también se incluyeron los diarios que por excelencia nacieron a partir del concepto de la especialización, es decir, El Financiero y El Economista. Cabe mencionar que dentro del público interesado en saber la trayectoria diaria de la economía del país, existe un gran sector que sólo habla el idioma inglés; este público está integrado muchas veces, por inversionistas potenciales que han puesto su atención en México, por lo que fue importante contactar al periódico The News.

De tal manera, se realizó una serie de entrevistas a los editores y columnistas de las secciones de economía y finanzas, así como en casos concretos a directores generales y

subdirectores generales de los diarios seleccionados. Así, aparecen en este análisis Excélsior, El Universal, El Heraldo de México, Novedades, El Financiero, El Economista, El Norte, El Boletín Financiero y Minero de México y The News.

Las entrevistas que ha continuación aparecen, están ubicadas en orden alfabético.

3.1. ALBERTO AGUILAR

"La especialización en periodismo financiero es totalmente necesaria debido a que en general todas las disciplinas de la comunicación se han encaminado a un terreno específico. El periodismo que se daba en el pasado, en el que los jefes de información les asignaban fuentes a los reporteros, cambiándose las diariamente, ha quedado atrás" manifestó Alberto Aguilar, columnista en la actualidad de los periódicos El Norte y Reforma.

Señaló que la sofisticación del periodismo beneficia al lector, otorgándole más calidad en la información. Sin embargo -añadió- para adquirir esta especialización en los temas económico-financieros, es necesario tener conocimiento o nociones desde el estudio de la licenciatura.

Alberto Aguilar economista de carrera colabora diariamente en el programa de radio Para Empezar, comenzó su actividad periodística hace 18 años en el Uno más Uno. Subraya que ha sido impresionante el auge que han tenido los medios especializados en cuestiones económicas, por lo que la necesidad de contar con periodistas que sepan profundizar ampliamente en su trabajo, se ha incrementado considerablemente.

Destacó que el periodismo financiero es un campo fértil para el desarrollo profesional de los miles de egresados de la carrera de Comunicación, por lo que se debieran tomar en cuenta posibles técnicas de especialización en este terreno, dentro de las universidades. Asimismo

subrayó que este tipo de periodismo ha hecho surgir infinidad de periódicos y programas de radio que hablan específicamente de estos temas, creando en el público una cultura que le permite cada vez más, exigir información de mayor calidad.

Concretó que la tarea de informar es una gran responsabilidad de los comunicadores, por lo que se deben comprometer profundamente a través de un constante esfuerzo de capacitación, y si ésta es especializada, mucho mejor.

Debemos de estar conscientes de lo que subraya Aguilar, ya que de nada sirve que se creen nuevas alternativas laborales especializadas o no, si las nuevas generaciones de comunicadores no pueden tener acceso a ellas, debido a la falta de especialización. Los medios de información marchan hacia un entorno muy específico de modernidad, al la tecnología y nuevas técnicas de comunicación; la especialización es una de estas técnicas, debemos entonces observarla detenidamente para así marchar al mismo paso que nos marcan los tiempos actuales, y no quedarnos a la zaga en algo tan trascendental como es la comunicación.

3.2. ENRIQUE ARANDA

En cuanto a la opinión de Enrique Aranda, subdirector general y columnista de El Universal, podemos decir que se perfila hacia la apertura de nuevas oportunidades de trabajo para los comunicadores, dentro de los periódicos tomando en consideración a la especialización para poder ingresar a ellos. Aranda Pedroza explica "la formación que reciban los periodistas en su etapa académica es fundamental, para de esta manera poder trabajar en los periódicos, y no sólo en sectores que por tradición están saturados, es decir, los medios electrónicos y agencias de publicidad".

Señaló que la constante actualización en términos de periodismo financiero, complementa

los conocimientos que debe tener un periodista dedicado a esta actividad. "En el medio del periodismo financiero, se tiene la oportunidad de asistir a diversos seminarios organizados por instituciones públicas o privadas y que van desde economía básica y finanzas elementales, hasta temas más complejos como deuda externa y mercado accionario, sin embargo es necesario contar con conocimientos previos, y qué mejor que sea a través de la formación académica".

Aranda agregó que en su muy particular punto de vista, el sentido que se le ha dado a la carrera de Ciencias de la Comunicación, ha sido muy teórico por lo que se limitan las posibilidades de desarrollarse en el ámbito periodístico y añadió que la carencia de personal especializado es un problema que enfrentan a diario los responsables de los medios. Manifestó que sumadas estas dos problemáticas, exceso de teoría y falta de especialización, el desarrollo de los nuevos comunicadores dentro de los medios, se complica.

Enrique Aranda, empezó su carrera como reportero de El Universal, de donde más tarde fue editor de la sección financiera hasta ocupar su puesto actual. Ha colaborado para otros medios como el programa de radio Mundo Empresarial y el semanario El Invercionista a través del Servicio Universal de Noticias.

Cabe mencionar que para Aranda Pedroza, la evolución que ha tenido la prensa financiera en México y en el mundo, ha sido determinante para la creación de una nueva figura dentro del periodismo, es decir, el especialista financiero.

Es indudable que nuestro anterior entrevistado considera muy importante el papel de los nuevos periodistas en el actual entorno de la comunicación, resaltando de manera especial el mejoramiento de la formación universitaria por medio de más materias prácticas y especializadas en ciertas áreas. Este planteamiento junto con el objetivo de esta investigación, se relacionan a tal punto que refuerzan la idea de que la especialización en

periodismo financiero, podría ser una herramienta de gran utilidad en el desempeño de los nuevos profesionistas.

3.3. MARICARMEN CORTES

Maricarmen Cortés es una de las pocas mujeres que ha logrado incursionar y mantenerse exitosamente en el mundo del periodismo financiero. Representa una de las opiniones más certeras y con mayor credibilidad, dentro de un medio que por excelencia pertenece al sector masculino.

Maricarmen Cortés Mateos es licenciada en Literatura Inglesa así como en Periodismo, cuenta en su haber con infinidad de cursos y seminarios relacionados con la economía nacional e internacional, además de un diplomado en el ITAM. Ha colaborado en varios periódicos, revistas y programas de radio, y en la actualidad es columnista de Excélsior y comentarista de Mundo Empresarial y Entorno.

Al momento de realizar esta entrevista, Maricarmen se desempeñaba como directora general de la revista *El Inversionista*, motivo por el cual hace referencia a este medio en sus respuestas. Cortés Mateos manifiesta categóricamente "siempre he creído que el futuro del periodista mexicano es la especialización, porque esto habla de su seriedad y le permite tener más conocimiento de lo que está escribiendo, a la vez de que tiene más acceso a la gente que es noticia. El sector financiero es muy árido y constantemente hay que actualizarse, y leer mucho sobre las continuas informaciones que emiten las instituciones y empresas" afirma Maricarmen al preguntarle qué piensa de la especialización en periodismo financiero. Agregó que a lo largo de su trayectoria, ha tenido la oportunidad de observar el desarrollo de diversos periodistas y definitivamente considera que el que triunfa es el que se especializa en su área, ya sea en deportes, agricultura, etc. "Un gran error de los periódicos hoy día, es rotar a sus reporteros de fuente en fuente, situación que no permite la

profundización en la información" subrayó.

La selección del personal para los medios que he dirigido -explica-, como la Revista Mensual para El Inversionista, ha sido muy estricta, porque a pesar de que sí creo en el apoyo e impulso a las nuevas generaciones dándoles una oportunidad de trabajo, en la actualidad no contrataría a alguien que no tuviera experiencia en el periodismo financiero.

Para Cortés, entrenar a un recién egresado es muy costoso y ningún medio cuenta con recursos suficientes para enseñar desde el principio a los estudiantes, sin embargo está a favor de estructurar un programa de prácticas en los medios de comunicación que proporcione las facilidades necesarias a los interesados, así como un salario significativo, o bien contratarlos en forma de "free lance". Y agrega, "con gusto apoyaría un programa de esta naturaleza que no cueste mucho dinero y que permita a los comunicadores foguarse".

Maricarmen Cortés enfatizó en la necesidad de establecer entre los medios de comunicación y la UNAM, así como en las demás universidades, un programa de prácticas enfocado al área de periodismo financiero que permita al recién egresado tener más experiencia en este sector concreto de la comunicación.

Analizando detenidamente las palabras de Maricarmen, podemos observar a los medios de información desde otra perspectiva, ya que no habíamos tomado en cuenta que además de proporcionar un servicio indispensable para el desarrollo social, los periódicos, revistas y programas de radio son un negocio. De no ser así, nadie podría proporcionar los recursos suficientes para su mantenimiento. Por esta importantísima razón, los medios deben ser rentables, y para ello deben eliminar cualquier gasto que pudiera obstaculizar esta premisa. Pensemos en la especialización como una ventaja de los comunicadores, al ofrecer sus servicios en los distintos medios. Sabemos que en muchos casos la competencia por algunas plazas es tan reñida que entre más elementos positivos tenga un comunicador, será más

fácil su acceso a la información profesional.

3.4. ANTONIO ISSE NUNEZ

Ahora bien, para Antonio Isse Núñez, la trayectoria que ha tenido la economía mexicana a últimas fechas sobre todo, es la que ha obligado a empresarios y funcionarios públicos, a las amas de casa y los estudiantes a leer más sobre este tipo de temas, debido a que en la actualidad hay mayor conciencia de las repercusiones de la economía nacional e Internacional en los terrenos domésticos.

Esta coyuntura ha hecho que los medios de comunicación se percaten de dicha necesidad informativa, tomando medidas que se han enfocado básicamente hacia la especialización de las notas, de los comentarios y aun de las mismas secciones que componen los periódicos, revistas o programas de radio.

Antonio Isse Núñez es editor y columnista de la sección de finanzas del periódico Novedades; a lo largo de su trayectoria ha participado y dirigido innumerables programas de radio, de entre los que destacan Fórmula Financiera y Comentarios Financieros.

Isse Núñez señala que entre las características del periodista actual está la especialización, ya que la época que vivimos así lo exige. "México atraviesa por una etapa de cambios muy importantes, especialmente en materia de economía, situación que nos obliga a los periodistas a tener más conocimientos sobre cierto temas", manifestó.

Lo que señala Isse Núñez resulta fundamental para poder explicar la necesidad de la especialización en periodismo financiero, y es que debido al entorno que vive nuestro país, así como la creciente necesidad de tener más información que vaya de lo general a lo particular, ha hecho que la demanda de periodistas especializados crezca, favoreciendo de

esta manera la posibilidad de ingresar a una gran cantidad de medios de comunicación. Este hecho habla por sí sólo de las oportunidades que se abren para los comunicadores recién egresados.

3.5. JUAN JOSE KOCHEN

En el caso de Juan José Kochen editor de la sección financiera de Excélsior, se coloca a favor de la especialización, ya que como lo señala en esta entrevista, además de necesaria resulta vital, ya que la sofisticación del periodismo ha conducido a una alta particularización en cada una de las áreas de la vida cotidiana, es decir -anota Kochen-, al hablar de cultura van implícitas sus disciplinas : artes plásticas, pintura, escultura, etc. O bien, al tratar temas económicos, muchas veces hay que hacerlo en forma particular, o sea, mercado accionario, iniciativa privada, sector comercio, etc.

Kochen expresó que la especialización del periodismo, la exige la propia tecnología con la que se escribe. En la actualidad, no sólo es el manejo que se le quiera dar a la noticia, sino el equipo que se utiliza para escribirla. El sistema informativo que se usa en los periódicos cuenta con archivos o bancos de datos que concretamente tienen información sobre mercado de valores en América Latina por citar un ejemplo, y ese banco de datos con 25,000 notas lo debe utilizar un especialista para aprovecharlo al máximo.

Para Juan José Kochen, la implantación de un par de semestres de especialización durante la etapa académica, en los que el estudiante elija entre deportes, sociales, financiera o política el área que más le guste, sería un gran avance para su futuro desarrollo profesional.

3.6. ROBERTO MENA

Vayamos ahora al comentario que nos hizo Roberto Mena, columnista financiero de The

News y de Novedades. Para Mena, el periodismo financiero hay que vivirlo para entenderlo "el reportero que no haya trabajado directamente en el campo de las finanzas, nunca entenderá su funcionamiento", dijo. Habría que subrayar que para Mena es más importante la buena preparación a nivel general, es decir ortografía, redacción, temas de actualidad, que la especialización en un tema determinado. Sin embargo, señala que para que un recién egresado se coloque en un medio de comunicación es necesario que tenga un conocimiento profundo de su carrera, situación que se logra a través del empuje que puedan darle los profesores, así como de su propia vocación.

Cabe mencionar que durante esta entrevista, una de las principales preocupaciones de Mena fue expresar la situación que están atravesando los periodistas, al percibir salarios tan bajos como los que se otorgan en la actualidad. Mena aseguró que se podría evitar considerablemente, si los comunicadores estuvieran mejor preparados y demostraran sus capacidades. Desafortunadamente esto no es posible -agregó-, ya que los reporteros tienen tantas deficiencias, que se deben conformar con lo que les ofrecen los medios de comunicación, que en realidad es muy poco.

Consideró que para tomar una especialización, el alumno debe tener vocación, ya que el gusto por hacer las cosas debe ser una motivación para adentrarse en los temas de investigación, pero volvió a recalcar la importancia de que este gusto por el periodismo financiero, debe darse en la práctica profesional.

En cuanto a lo que nos señala Mena, es importante manifestar que mucho del éxito que pudiera ofrecer una especialización, depende de la propia vocación del alumno. En este punto hay que detenernos un poquito, debido a que el objetivo de proponer una especialización dentro del periodismo, nos lleva también a los tiempos establecidos para su estudio, es decir, debemos considerar una formación general completa, como la primera etapa de la carrera, y como la segunda y no menos importante, está la de dedicar

formalmente cierto número de semestros a la especialización. Esto permitirá al alumno conocer a fondo el área de su elección y continuar convencido de su decisión por ese camino, o bien, contemplar la especialización en alguna otra área. De esta manera, el estudiante no perderá tiempo durante el inicio de su trabajo profesional, sino durante la etapa académica, con la ventaja de que puede reiniciar su especialización retomando materias que vayan de acuerdo a sus verdaderos intereses.

3.7. LUIS ENRIQUE MERCADO

En este mismo sentido, tenemos ahora la opinión de Luis Enrique Mercado, director general del periódico El Economista, quien nos dice que la especialización debe ser importante a partir de la integración de un reportero a un medio de comunicación. Como podemos observar, para Mercado no es primordial que el alumno tome la decisión de especializarse dentro de su periodo de estudio. A primera vista esta aseveración es completamente contraria a la idea de especializarse desde la formación universitaria, sin embargo hay una razón de gran peso que hace que Mercado pueda afirmar lo anterior. Esta razón se basa en el sistema de capacitación con que cuenta El Economista. Se trata de una serie de cursos y seminarios que imparte este medio para los recién egresados interesados en colaborar ahí. De hecho es un esfuerzo que trae consigo considerables beneficios para los participantes y aun para el mismo periódico. Los cursos tienen una duración que varía entre cuatro y doce semanas, al final de los cuales se hace una rigurosa selección de los candidatos para quedarse como reporteros del medio.

Todos los recursos incluidos, profesores, computadoras, grabadoras e instalaciones, las proporciona El Economista, respaldado además por su gran prestigio. A los seminarios pueden asistir los estudiantes o recién egresados de periodismo o comunicación, interesados en conocer un medio especializado en economía, como su nombre lo indica, y se les va eliminando de los grupos formados, conforme avanzan los objetivos.

Habría que subrayar dos cuestiones, la primera es que el interesado en participar en estos cursos, ya está contemplando persé cierta especialización, al familiarizarse con un medio de esta naturaleza, por lo que el concepto del licenciado Mercado de que la especialización es importante a partir de la integración de un reportero a un medio de comunicación, está fuera de lugar. La otra cuestión es que este sistema si bien es un ejemplo para los demás medios de información, desafortunadamente no alcanza a cubrir las perspectivas de los cientos de periodistas que egresan cada año de las diversas universidades.

Debemos anotar que el sistema de El Economista constituye una plataforma profesional muy interesante para las nuevas generaciones de comunicadores, que desean incursionar en el ambiente periodístico financiero, ya que las posibilidades de especializarse en esta área, se abren de manera considerable con un esfuerzo de esta naturaleza.

3.8. FERNANDO MOTA

Mota Martínez, quien también nos refuerza la idea de la especialización en materia de periodismo financiero desde el estudio de la licenciatura, es director de El Boletín Financiero y Minero de México, publicación que data de 1899, columnista de Excélsior y Novedades y comentarista de diversos programas de radio. Fernando Mota asegura "ni siquiera los que dicen que saben, pueden empezar a trabajar en el medio sin la especialización, de ahí la trascendencia de esta disciplina desde la formación universitaria".

El punto de vista de Mota Martínez está basado en que para escribir de lo que sea, es necesario tener antecedentes que permitan al periodista hacer un análisis profundo de los hechos, establecer juicios y con esto guiar al lector hacia una conclusión objetiva. Subraya que en el caso del periodismo financiero la necesidad de especializarse, se hace imprescindible. Por último dice "debería ser una obligación de las escuelas preparar generalistas y después de esto propiciar la especialización" y agrega "no se puede escribir

de finanzas sin una anticipada preparación; mucha gente puede escribir de fútbol, golf o box, y si se equivocan no pasa nada, en cambio si se cometen errores al escribir en materia financiera, las repercusiones pueden ser muy serias”.

Al respecto podemos afirmar que para proporcionar al público información de calidad, es necesario contar con antecedentes de la materia de la que se está hablando, esto se lograría como ya hemos mencionado muchas veces, a través de la especialización desde la etapa universitaria. Una vez más queda confirmada esta necesidad en opinión de quienes a diario manejan comunicaciones de este tipo.

3.9. HERMINIO REBOLLO

Toca el turno a uno de los periodistas con más prestigio dentro del medio, Herminio Rebollo, columnista de El Financiero, en cuya trayectoria se puede observar la gran experiencia que posee al haber sido columnista de la sección financiera de El Universal, editor y columnista de Economía y Finanzas de El Herald de México, así como conductor y colaborador de diversos programas de radio.

Rebollo Pinal señala que el periodista debe ser universal, además de que debe relacionarse con todos los sectores informativos dentro de un mismo medio, no obstante está de acuerdo con el concepto de la especialización, siempre y cuando se dé en un entorno de capacitación y actualización permanente, y sin descuidar la principal característica del periodista que es la de encontrar y darle sentido a la nota informativa de cualquier fuente.

En cuanto a la especialización de los medios de comunicación, Rebollo explica que éstos han cobrado tal importancia que en muchos casos tienen más circulación los periódicos especializados que los de información general, debido principalmente al entorno económico que vive México y el mundo, hace también referencia a los periódicos especializados en

deportes, y al alto tiraje que registran. Hace hincapié en que a nivel nacional se le otorgó importancia al periodismo financiero en 1976, fecha en que se suscitó la gran devaluación del peso mexicano. Con esta situación la gente empezó a demandar más información en este sentido, es así como surgen las secciones especializadas en finanzas y economía, y más tarde los medios como El Financiero y El Economista.

Sin embargo para Herminio Rebollo, aun con el auge del periodismo financiero, la tendencia a la especialización debe mantenerse en un nivel conservador, debido a que "los periodistas no deben casarse con alguna fuente o sector porque se vicia la actividad, es decir, se vuelve monótona y se le pierde el interés". Y agrega "la preparación académica de los comunicadores debe tomar en cuenta la práctica del periodismo, y de esta manera evitar la falta de experiencia de los recién egresados. se podría incluso crear una figura, por ejemplo la de 'aprendiz', que tuviera derechos, prestaciones y salario dentro de un medio de comunicación".

En todo caso, concluye Rebollo un periodista debe tener la suficiente experiencia para desarrollar cualquier tema, y con el paso del tiempo situarse por períodos más prolongados en sectores informativos específicos, hasta conseguir el dominio de las técnicas periodísticas.

Es un hecho que para Rebollo lo más importante dentro del período académico de un comunicador es la formación general, haciendo mucho énfasis en aspectos como los géneros periodísticos, talleres de redacción y en general herramientas que enriquezcan su trabajo. Sin embargo, cita a los periódicos especializados como un ejemplo de la tendencia que está siguiendo la comunicación. Lo que nos deja el comentario de Rebollo es que antes de pensar en el estudio de una área concreta del periodismo, es necesario conocer y practicar todos los aspectos que estructuran las Ciencias de la Comunicación.

3.10. LUIS SOTO

Pero si queremos saber de alguien que está cien por ciento a favor de la especialización, esa persona es Luis Soto, columnista de El Financiero y quien desde su trabajo diario nos permite observar una gran disciplina al seguir muy de cerca cada uno de los temas que aborda en su columna. Soto además fundó en 1992, el primer periódico dedicado a la agroindustria, sector informativo bastante especializado.

Luis Soto asegura que la formación académica es valiosa, y tal vez ayude a una persona a escribir sobre un tema determinado, pero no es garantía de que lo haga bien. Sin embargo, con la especialización -señala Soto-, se abre el espectro de posibilidades. "En las carreras de periodismo y comunicación deberían existir tres cosas: las prácticas profesionales, la canalización de la gente a una área concreta de trabajo, es decir el impulso a colaborar en un medio real de trabajo, y por último una especialización que se llevara a cabo conforme avanzara la carrera, es así como se podría incluso elevar el nivel del periodismo en México" añadió.

Soto, que cree firmemente en la especialización del periodismo por nichos muy concretos expresa en esta entrevista, la necesidad de que los propios estudiantes busquen sus intereses dentro de la comunicación y se enfoquen a alguna área determinada. "El vertiginoso crecimiento de El Financiero es el más claro ejemplo de la trascendencia de la especialización, ya que cualquiera podría pensar que todo el periódico habla de lo mismo, sin embargo hay una gama infinita de temas que lo componen" afirma.

"De hecho se llevó a cabo una reestructuración dentro del periódico que permitiera jerarquizar la información de acuerdo a los temas, la cantidad de notas y el orden de su publicación" agregó para ejemplificar.

Luis Soto explicó que todavía existen en México un sinnúmero de sectores productivos que requieren de periodistas que los entiendan y los den a conocer, es por eso la importancia de conocer profundamente un tema determinado.

Al concluir esta charla, Luis Soto afirmó que además de la especialización se necesita del constante apoyo de los medios de comunicación para fomentar la actualización a través de seminarios. "El Financiero se preocupa constantemente por impartir estos cursos, ya que ayudan desde al estudiante, al recién egresado, al nuevo reportero y hasta quien ya tienen cierta experiencia o más aun pretende destacar en este medio".

Como podemos apreciar, a simple vista coinciden la mayoría de los columnistas y editores en que la especialización además de ser una mejor herramienta de trabajo para los comunicadores, es imprescindible para su desarrollo profesional dentro de cualquier medio.

CAPITULO 4

4. INTRODUCCION

La especialidad de periodismo financiero dentro de la carrera de Ciencias de la Comunicación es el tema de esta tesis, para el que ya analizamos diferentes aspectos. Tal es el caso del primer capítulo, en donde citamos la vinculación de los acontecimientos económicos más relevantes suscitados en México entre 1988 y 1991, y la especialización del periodismo.

Hablamos también en nuestro segundo apartado, del entorno profesional de los periodistas financieros, a través de una visión general de la estructura de las secciones financieras, así como de los medios especializados en esta disciplina surgidos en el periodo de estudio.

Así también, con el fin de abrir nuestro panorama respecto a la importancia de tener especialización en periodismo financiero, dentro de esta licenciatura, se realizaron en el tercer capítulo, una serie de entrevistas con los editores y columnistas financieros de los periódicos más representativos del país, para tener el punto de vista práctico de quienes diariamente hacen las páginas de información económica que llegan al público, y que por ende están en estrecho contacto con las necesidades de este periodismo en particular.

En este cuarto capítulo, abordaremos brevemente un aspecto que es vital para saber qué se ha hecho en lo que respecta a programas de prácticas profesionales para que los estudiantes y egresados conozcan la alternativa del periodismo financiero, en los diferentes medios de comunicación.

Como primer paso acudimos a El Financiero, en donde entrevistamos al subdirector de información, Alejandro Ramos Esquivel, quien por cierto es egresado de la FCPyS de la UNAM de la carrera de Ciencias de la Comunicación y ha coordinado diversos programas

entre ese periódico y varias universidades.

El impulso de acercarnos a un medio especializado desde su nomenclatura, fue originado por la necesidad de encontrar mayor objetividad en las respuestas que estamos buscando.

Por lo que a pregunta expresa, y para entrar de lleno al tema, Ramos afirma que muchos de los interesados en asistir a los programas de prácticas, descubren que el periodismo financiero, no es precisamente el campo que satisface sus expectativas, por lo que deciden abandonar el proyecto. Sin embargo -aclara Ramos-, este es un proceso que acerca a otros muchos egresados a descubrir su verdadero interés en esta rama del periodismo. "Se trata precisamente de encontrar a tiempo, la vocación y aptitudes de los estudiantes y egresados para transformarlos en personas activas dentro de esta profesión".

4.1. ALEJANDRO RAMOS

Alejandro Ramos explicó que El Financiero ha trabajado mucho en la sistematización del periodismo financiero, que según su propia opinión es un campo nuevo que requiere de conocimiento específico de ciertas áreas, y que debido a que en la distintas universidades no existen materias que proporcionen al estudiante antecedentes, se han estructurado programas que aborden estos temas.

En lo que se refiere al acceso de los estudiantes a estos programas, Ramos Esquivel apuntó que se han llevado a cabo exitosamente diversos convenios con la UNAM, en los que los alumnos han desarrollado importantes actividades en la mesa de redacción, en investigación de temas concretos, en el área de análisis económico, en la de análisis financiero-bursátil, en la recopilación y captura de información y apoyando nuevos proyectos.

4.2. ALFONSO MAYA

Ahora bien, para no inclinarnos por lo que sería un medio tan especializado como El Financiero, entrevistamos también al subdirector editorial de El Universal, Alfonso Maya Nava, quien ha estado al frente de varios convenios entre ese medio de comunicación y la UNAM.

Maya Nava egresado también de comunicación de la FCPyS de la UNAM, explica que hasta la fecha no hay programas de prácticas que se avoquen a la especialidad de periodismo financiero. "Los programas que se han desarrollado tienen el objetivo de que el estudiante conozca más de cerca el funcionamiento de este periódico, que finalmente es un medio real de trabajo. De esta manera, se ha dividido en tres las etapas que lo componen: investigación documental, investigación de campo y redacción de estilos específicos".

Alfonso Maya consideró que aún sin que exista la especialidad del periodismo financiero en la práctica de estos programas, es importante que los alumnos se relacionen lo antes posible con el campo de su interés, para de esta manera poder incursionar en el ambiente profesional.

Para concluir, enfatizó que en la medida en que se desarrollen exitosamente estos programas de intercambio académico-profesional con la universidades, se podrán estructurar otros en los que los objetivos abarquen áreas más concretas de interés para los estudiantes.

4.3. MARGARITA YEPES

En lo que toca al aspecto de autoridades universitarias, Margarita Yepes, coordinadora de la carrera de Ciencias de la Comunicación, fue quien nos dio su opinión respecto al ejercicio de estos programas y a la especialización por áreas de la carrera.

"La Universidad tiene firmados en la actualidad muchos convenios con diversos medios de comunicación, que permiten a los estudiantes realizar su servicio social o bien, desarrollar sus prácticas profesionales. No obstante, aún no se ha pensado en la posibilidad de establecer programas de prácticas especializados en alguna área específica de la comunicación".

Agregó que de acuerdo al medio se podría pensar en una especialidad de estos programas de prácticas, es decir, si se trata de una agencia de publicidad, es evidente que el alumno recibirá capacitación en cuestiones publicitarias, en cambio si hablamos de un periódico, los conocimientos irán encauzados al periodismo escrito.

Yepes se mostró satisfecha del desarrollo de estos programas por parte de los medios de comunicación que se han comprometido con la UNAM, así como de los alumnos que han participado en ellos.

Al referirse a la especialización de la carrera, manifestó que se está trabajando en la reestructuración del plan de estudios, "que definitivamente toma mucho tiempo, pero ya se está haciendo" y agregó "el programa de estudios tiene la finalidad de que el alumno se canalice al área de su agrado desde los últimos semestres, por medio de materias optativas que le permitan dedicarse a un campo determinado de la comunicación, pero muchos terminan mezclando las opciones y se pierde este sentido".

Margarita Yepes apuntó que se han contemplado tres áreas fundamentales dentro de la especialización de la carrera: Investigación en comunicación, la comunicación en prensa escrita y la comunicación audio-visual.

Esto significa un gran avance, ya que paulatinamente se dará un cambio que permita a los estudiantes abordar campos de la comunicación cada vez más especializados, que en el futuro les proporcionen mayor conocimiento de las áreas de su preferencia, que en algunos casos podrá ser el periodismo financiero.

Por último señaló que entre más opciones tenga el alumno, es más fácil que encuentre trabajo, sin olvidar que debe existir un equilibrio entre las alternativas de especialización que se le presenten y su campo de acción.

La insistencia de esta investigación tiene precisamente este objetivo, proporcionar un modelo de materias, que permitan al estudiante y a los profesores tomar en cuenta una actividad dentro del periodismo que incremente las herramientas profesionales a los alumnos interesados en participar en el área de la comunicación económico-financiera.

Si bien existen infinidad de especialidades dentro de la información, la que se trata en este trabajo, resulta una de las más prometedoras para los periodistas que se inician en el medio. La dirección económica que tome el país mucho dependerá de la situación política que se experimente internamente, ya que estamos hablando de un año de transición presidencial y de acontecimientos sociales que no se habían repetido desde hace muchos años, como el levantamiento armado de Chiapas y el asesinato del candidato del partido oficial a la presidencia.

El flujo informativo será cada vez más, responsabilidad profesional de los periodistas que se están formando en este momento. Para ello debemos comprometernos profundamente en el desempeño del papel que hemos elegido como comunicadores, dando nuestro mejor esfuerzo y aplicando todos nuestros conocimientos.

CONCLUSIONES 5

5. Conclusiones

Esta investigación que abarca no sólo los datos proporcionados por el acervo bibliográfico y hemerográfico que cito sino las opiniones de destacados profesionales de la comunicación, me ha llevado a comprobar la hipótesis inicial, "Si el actual entorno económico nacional e internacional ha provocado una evolución de la cultura financiera en México, entonces los medios de comunicación experimentarán cambios hacia la especialización, por lo que requerirán de periodistas especializados".

De hecho al encontrarme frente a la gran cantidad de publicaciones y programas dedicados al tema de las finanzas y los negocios, se establece como verdadero el auge del periodismo financiero, que es justamente una de las razones para proponer un mayor conocimiento de esta materia, a través de la especialización en los futuros comunicadores.

Cabe mencionar que la selección de los materiales hemerográficos se hizo en la medida de la importancia de cada uno de los temas. Así por ejemplo, conforme han pasado los meses y aunque el periodo de investigación se cerró en diciembre de 1991, hemos contemplado la entrada en vigor del TLC e incluso cambios importantes en las condiciones políticas y económicas de México.

En el primer capítulo quedó clara la vinculación de las condiciones económicas de México y el mundo con la necesidad de crear una especialización dentro del periodismo, concretamente en el área financiera.

Pudimos observar cómo, al echar un breve vistazo en la evolución de un periodo determinado de la economía mexicana 1988-1991, se amplió el tema de tal manera que abordamos ocho incisos dentro del análisis.

En este caso particular, tuvimos que otorgar un espacio especial a la inflación, las políticas económicas adoptadas, el PSE y el PECE, sus resultados, la privatización, la renegociación de la deuda externa, las expectativas y el TLC, temas para los cuales se necesitan conocimientos profundos para poder manejarlos satisfactoriamente en la cotidianidad del flujo informativo de los medios de comunicación.

Ahora bien en el segundo capítulo se realizó un breve análisis de contenido, revisando la estructura con la que trabajan las secciones económicas y financieras de los diarios que menciona en esta investigación. Este acercamiento con las secciones muestra el número de agencias noticiosas que intervienen en la edición de la información, así como el número de columnistas y reporteros que participan también. Todo esto con el fin de conocer el contexto en el que se desenvuelven los especialistas en periodismo financiero. Además se integraron a este capítulo, comentarios acerca de la gran cantidad de medios de comunicación especializados en economía y finanzas que sugieron con motivo de la efervescencia de estos temas.

En lo que se refiere al tercer capítulo, se observó en las entrevistas hechas a los editores (la mayoría lo son) que se perfilaron no sólo por el seguimiento de una área específica del periodismo financiero, sino por el de un tema concreto.

Esto comprueba la importancia de la especialización, que como ya se ha mencionado, en este caso se tomó para su observación al periodismo financiero.

Para ilustrar lo anterior recordemos la entrevista con Luis Soto, columnista de la sección de Negocios de El Financiero. Soto nos dijo que dada la relevancia de los temas económico-financieros, hay que darle un profundo seguimiento a temas como el TLC, la privatización de empresas paraestatales, etc., para lo cual se requiere de reporteros que además de conocer el entorno económico del país, estén bien familiarizados con estos temas, al grado de

dedicarse de tiempo completo a su investigación.

Lo anterior nos lleva a concluir que hoy día existen un sinnúmero de egresados de la carrera de Ciencias de la Comunicación, que no tienen la especialización necesaria para ocupar una plaza de esta naturaleza.

Al respecto también tenemos la opinión de Maricarmen Cortés, que en la actualidad es una de las más destacadas columnistas financieras del medio. Cortés afirmó que no contrataría, en su categoría de directora general de la Revista Mensual para El Inversionista, a ninguna persona que no tuviera experiencia en este ámbito, lo cual nos conduce a un mundo profesional que se limita cada vez más por la ausencia de una preparación especializada.

Los dos casos anteriores son los que nos expresan abiertamente su posición franca frente a la especialización de la Comunicación. Sin embargo también tenemos otras opiniones que no le dan tanta importancia a esta disciplina, entre ellas las de Rebollo y Mercado, que no por ello aprueban la preparación teórica con la que egresan los alumnos. Vale la pena aclarar que las deficiencias académicas no sólo atañen a los egresados de comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) de la UNAM, también son características del resto de los comunicadores.

En cuanto a los puntos de vista de Aranda e Isse Núñez, resalta el hecho de que la trayectoria de la economía ha obligado no sólo a empresarios y funcionarios públicos a prepararse constantemente en esta materia, sino a las amas de casa y los estudiantes a estar enterados de los niveles inflacionarios y de la paridad del peso frente al dólar, por citar algunos ejemplos de la información que ahora demandan. Consideraron además que el papel de periodista en el entorno actual, tiene más responsabilidades que el de los casos mencionados, ya que es el que se encarga de proveer información veraz y confiable.

Para Aguilar y Kochen se vislumbra un México con necesidades Informativas más específicas, ya que la época de noticias de corte general, quedó atrás, ahora el país está completamente inmerso en un mundo moderno, cuyos agentes sofisticadores lo han llevado a una cultura financiera cada vez más visible.

El crecimiento del número de inversionistas, así como de un público específicamente interesado en cuestiones financieras se incrementará en la medida que lo haga el ámbito económico nacional e internacional que se vive, y con él la necesidad de contar con medios especializados, fue a la conclusión que llegaron Fernando Mota y Roberto Mena.

Ahora bien, pensando en qué tipo de acercamiento existe entre los estudiantes y la especialización del periodismo financiero se dedicó el cuarto capítulo para su investigación. Y se llegó a la conclusión de que hasta la fecha ninguno de los programas de prácticas profesionales establecidos entre la UNAM y los medios de comunicación, tienen como objetivo acercar al alumno a la especialización del periodismo, ni mucho menos a la del periodismo financiero. Su objetivo radica en poner en contacto al estudiante con el medio real de trabajo. En este caso los entrevistados coinciden en la necesidad de que evolucionen los programas de prácticas, para llegar a una especialización que se ha tornado indispensable en el manejo de la información.

Se aclaró que para llegar a este punto, será necesaria la participación activa de las autoridades, medios y estudiantes, y de esta manera lograr un equilibrio de los elementos que forman los programas de prácticas.

En este sentido podemos concluir que ninguno de los programas de prácticas se ha estructurado de tal manera que canalicen al estudiante a una posible área dentro del periodismo. Tal vez porque anteriormente no existía la necesidad de profundizar de manera determinante en los temas, es más las técnicas para conseguir información han

evolucionado, las fuentes se han sofisticado, las herramientas de trabajo se han modernizado, en sí el contexto informativo nacional e internacional es otro, comparándolo con el de hace algunos años.

No obstante al percatarnos de la importancia que ha cobrado la especialización del periodismo, y más aún, la del económico-financiero, es necesario considerar un cambio en la actual formación académica de los comunicadores, para de esta manera mantenerlos actualizados y sobre todo proporcionarles el suficiente conocimiento de una área, para desarrollarla satisfactoriamente.

En términos generales y como resultado de esta investigación, se propondría la urgente revisión del Plan de Estudios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la FCP y S de la UNAM, tomando en cuenta el actual entorno que viven los medios de comunicación en México.

5.1. ANALISIS DEL PLAN DE ESTUDIOS

La carrera de Ciencias de la Comunicación de la FCPyS de la UNAM, está estructurada por ocho semestres a través de los cuales se estudian 40 materias, divididas en formación básica común, formación básica de la especialidad y 10 materias optativas.

La primera categoría abarca los iniciales tres semestres y se imparten las materias de Historia Mundial Económica y Social I,II y III, Formación Social Mexicana I,II y III, Teoría Social I,II y III, Taller de Investigación y Redacción I,II y III y Economía Política I, II y III.

Es necesario apuntar que aunque aparezcan en este Plan las materias de Historia Mundial, Económica y Social así como Economía Política, ninguna de las dos profundiza en los aspectos actuales de la economía doméstica y mundial. El estudio de estas dos materias

proporcionan al alumno una visión general de los hechos históricos más relevantes de la sociedad, en periodos que no se sitúan en la época actual, por lo que el estudiante aprovecha sólo los aspectos históricos y no los contemporáneos, que como se ha venido manifestando, resultan de gran trascendencia para el desarrollo periodístico.

Por otro lado, se considera que debido al poco tiempo con que cuentan los aspirantes a comunicadores durante su formación académica, estos tres semestres a los que se ha hecho referencia, representan demasiado tiempo dedicado a una sola tarea, la de reforzar la cultura general a nivel histórico.

Ahora bien, los siguientes tres semestres están enfocados a introducir al alumno al estudio de su especialidad, por lo que significan el primer contacto real con la licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Aquí podemos hacer un breve paréntesis para resaltar la importancia de que el alumno se relacione mucho antes con su área específica de estudio, y no hasta el tercer semestre. Esta situación contribuye a que muchos de los estudiantes se tardan más tiempo en definir la profesión que elegirán, lo cual repercute en un retraso en su ingreso a los medios de comunicación, y por ende en la elección de su especialidad dentro de ellos.

Ahora bien, en este otro bloque de tres semestres el alumno se interioriza en el conocimiento de cada uno de los elementos y disciplinas de la comunicación, por lo que se abordan las teorías de la información, el desarrollo, régimen y estructura de los medios de comunicación, el lenguaje y la psicología que se aplican dentro de la comunicación, y los géneros periodísticos.

Se puede afirmar que estos tres semestres constituyen los cimientos de los futuros comunicadores, por lo que según el planteamiento de este trabajo, se deben respetar sus tiempos y sus contenidos.

En lo que respecta a los dos últimos semestres, hay que señalar que guardan cierta especialización, ya que están divididos en tres áreas, la comunicación periodística, la audiovisual y la de investigación, sin embargo el alumno tiene la opción de elegir materias cualquiera de ellas, perdiéndose así su carácter particular.

5.2. PROPUESTA

En todo caso, la autora propone la eliminación del tercer semestre, ubicado dentro del tronco común, para de esta manera dar cabida a un semestre de especialización, cuidando que no se pierdan todos los conocimientos que el alumno adquiere al estudiar del cuarto semestre en adelante. Es decir, al eliminar el tercer semestre, se correrían automáticamente el resto de los semestres, quedando disponible un periodo para incorporar cinco materias especializadas en diferentes áreas.

Por otro lado, también se propone darle continuidad, a través de un segundo semestre, a la materia de Taller de Investigación y Redacción, impartida durante el primero, para reforzar los conocimientos de los alumnos en este sentido. Este segundo punto se sugiere amén de las opiniones de nuestros entrevistados al expresar la necesidad de fortalecer la ortografía y redacción de los aspirantes a comunicadores.

Como tercer punto de esta propuesta, se sugiere darle un carácter más rígido a la posibilidad de elegir materias dentro del área de Opciones Vocacionales, debido a que con la experiencia recogida por medio de esta investigación, se ha confirmado la necesidad de especializarse en nichos muy definidos. Esto quiere decir que el alumno deberá elegir únicamente entre las tres áreas en que está dividida la carrera, Comunicación Periodística, Comunicación Audiovisual e Investigación Científica de la Comunicación, como bloques y no mezclar materias de una y otra área.

Cabe señalar que con el periodo de especialización al final del Plan de Estudios, el alumno podrá identificar claramente los fundamentos de su especialidad, teniendo al mismo tiempo más oportunidad de ingreso a los medios de información.

Estas cinco materias deberán estar dedicadas al estudio de cierta disciplina periodística, llámese política, deportiva, cultural o financiera, y con ella el alumno podrá adquirir un enfoque preciso de la información que manejará. Debido a que esta investigación está completamente dirigida a analizar la importancia del periodismo financiero y a la necesidad de estructurar su especialización dentro de la licenciatura, se propone únicamente el modelo a seguir para esta área.

Para observar claramente la propuesta, se incluyen al final de la exposición de las materias, el actual modelo del Plan de Estudios y el que se sugiere para la aplicación de la especialidad en Periodismo Financiero dentro de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

INTRODUCCION AL PERIODISMO FINANCIERO

Descripción General del Curso

Esta asignatura tendría como propósito estudiar el lugar que ocupa el periodismo financiero dentro del marco general de los medios de comunicación, así como el significado cultural de sus diferentes aspectos y elementos.

Los enfoques serían de carácter general (investigación, audio-visual y escrito) y se combinarían a través de la materia de Técnicas de Información Financiera. El alumno entraría en contacto directo con la investigación de los hechos económicos más sobresalientes que dieron pauta a su auge, así como la importante posición que ha tomado esta especialidad del periodismo. Podrá conocer la estructura de las secciones de finanzas

de los periódicos y el surgimiento de los medios especializados en esta materia.

Objetivos

- Identificar el origen y desarrollo del periodismo financiero
- Distinguir las diferentes posturas según sus máximos exponentes
- Evaluar las posturas y formular una propia

Temario

1. Origen y Desarrollo
 - 1.1. 1976, Surgimiento del Periodismo Financiero
 - 1.2. 1982, Auge del Periodismo Financiero
2. Los medios de comunicación especializados en Periodismo Financiero
 - 2.1. América y Estados Unidos
 - 2.2. Europa
 - 2.3. Asia
 - 2.4. México
3. Periodismo Financiero en México
 - 3.1. Secciones
 - 3.2. Columnas
 - 3.3. Periodistas

ANALISIS DE LAS FUENTES INFORMATIVAS FINANCIERAS

Descripción General del Curso

El estudio de esta disciplina tendría como perspectiva identificar distintos aspectos que conforman al periodismo financiero. El alumno podrá interiorizarse con la información emitida en un mismo sector, el financiero, tomando en cuenta las diferencias que marcan aspectos como el comercio interior, el exterior, la iniciativa privada, las notas gubernamentales, los índices de precios y cotizaciones internacionales (principales bolsa de valores del mundo), los acuerdos de comercio entre países (TLC, GATT), los grupos financieros y sus intermediarias, etc.

Objetivos

- Identificar los diferentes tipos de información emitida en el sector financiero
- Clasificar esas informaciones
- Distinguir las características de las informaciones financieras

Temario

1. Las diferentes formas de jerarquizar la información financiera
 - 1.1. Cómo se estructura una sección financiera
 - 1.2. Cuántas y cuáles fuentes se cubren
 - 1.3. Cuántas agencias noticiosas participan en su contenido
 - 1.4. Cuántas columnas la integran
 - 1.5. Cuántos articulistas colaboran en ella

LENGUAJE DEL PERIODISMO FINANCIERO

Descripción General del Curso

El objetivo de este curso sería que el alumno conozca y se familiarice con las palabras, siglas y expresiones empleadas para detallar la información financiera. El conocimiento de estas herramientas, le permitirán adentrarse con mayor facilidad en el mundo de las noticias financieras, provocando un estímulo a su propia capacidad productiva.

Objetivos

El alumno será capaz de:

- Identificar las palabras más importantes del medio periodístico financiero
- Analizar el concepto que encierran
- Explicar el concepto de estas palabras
- Aplicarlas en el entorno adecuado

Temario

1. Antecedentes del lenguaje financiero
 - 1.1. Surgimiento de palabras importantes
 - 1.2. Uso generalizado de ciertas palabras

2. Formación de glosario de términos
 - 2.1. Recopilación de términos en los ámbitos nacional e internacional
 - 2.2. Desarrollo de significados prácticos de las palabras

3. Aplicación práctica de terminología
 - 3.1. Elaboración de reportajes, entrevistas y artículos con la utilización de palabras clave

TECNICAS DE INFORMACION FINANCIERA

Descripción General del Curso

Se intentaría, mediante ejercicios prácticos, capacitar al alumno en la comprensión y el manejo de distintos medios y métodos técnicos que lo ayuden a una mejor expresión noticiosa financiera.

En esta asignatura se contemplaría a la investigación como un elemento trascendental en el desarrollo de un periodismo de actualidad. Asimismo, se aplicarían los conocimientos obtenidos a las diferentes formas de comunicación, es decir, la audiovisual, la de investigación y la escrita.

Objetivos

El alumnos sería capaz de:

- Conocer la importancia de la técnicas de investigación
- Determinar las técnicas más apropiadas para obtener información
- Elaborar un directorio básico con los principales datos de organismos y entidades financieras (Bolsa Mexicana de Valores, Consejo Coordinador Empresarial, Comisión Nacional Bancaria y de Seguros, etc.)

Temario

1. Métodos en la obtención de información
 - 1.1. Apoyos didácticos (fotografías, gráficas, estadísticas, viñetas, caricaturas, etc.)
 - 1.2. Apoyos bibliográficos y hemerográficos
 - 1.3. Investigación de campo (entrevistas, encuestas)

2. Estructuración de fuentes personales
 - 2.1. Elaboración de un acervo personalizado de datos

FORMACION DE OPINION FINANCIERA

Descripción General del Curso

Esta materia tendría dos aspectos fundamentales, el primero radica en que el alumno pueda establecer sus propios juicios acerca de una información determinada, y el segundo en que logre conducir a su público a una conclusión objetiva, basada en argumentos fáciles de identificar.

Objetivos

- Que el alumno identifique a sus públicos objetivo
- Que el alumno determine las necesidades informativas de sus públicos
- Que el alumno sea capaz de establecer sus propios juicios
- Que el alumno pueda conducir a su público hacia un pensamiento analítico

Temario

1. Los medios de comunicación especializados en temas financieros en México y su trascendencia
2. La influencia de los medios informativos en el desarrollo nacional
3. La perspectiva de México en el extranjero
4. La confianza en México

Con la incorporación de especialidades en la etapa optativa de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se lograría formar profesionistas que tuvieran un mejor desempeño en sus actividades periodísticas, elevando su nivel cultural y consiguiendo una posición laboral que les permitiría percibir salarios más altos.

Finalmente hay que recordar que el futuro del periodista está en la especialización de su trabajo, a través de su previa formación académica, consideremos entonces esta alternativa como un impulso a su desarrollo.

ACTUAL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

FORMACION BASICA COMUN

Primer Semestre

- Historia Mundial Económica y Social I
- Formación Social Mexicana I
- Teoría Social I

* Taller de Investigación y Redacción

* Economía Política I

Segundo Semestre

* Historia Mundial Económica y Social II

* Formación Social Mexicana II

* Teoría Social II

* Metodología I

* Economía Política II

Tercer Semestre

* Historia Mundial Económica y Social III

* Formación Social Mexicana III

* Teoría Social III

* Metodología II

* Economía Política III

FORMACION BASICA DE LA ESPECIALIDAD

Cuarto Semestre

* Teoría de la Comunicación y la Información

* Introducción a la lingüística

* Psicología Social

* Desarrollo, Régimen y Estructura de los Medios de Comunicación en México I

* Géneros Periodísticos Informativos

Quinto Semestre

- * Teorías de los Medios de Comunicación Colectiva
- * Lenguaje y Sociedad
- * Sociología de la Comunicación Colectiva
- * Desarrollo, Régimen y Estructura de los Medios de Comunicación en México II
- * Géneros Periodísticos Interpretativos

Sexto Semestre

- * Técnicas de Información por Cine
- * Técnicas de Información por Radio y T.V.
- * Psicología de la Comunicación Colectiva
- * Introducción al Estudio de la Opinión Pública
- * Géneros Periodísticos de Opinión

MATERIAS OPTATIVAS

COMUNICACION PERIODISTICA

Séptimo Semestre

- * Métodos y Técnicas de Investigación Periodística
- * Teoría de la Publicidad
- * Taller de Prácticas Periodísticas I
- * Taller de Licenciatura y Periodismo
- * Taller de Edición de Originales

Octavo Semestre

- * La Historia como Reportaje
- * Teoría de la Propaganda

- * Taller de Prácticas Periodísticas II
- * Organización de Instituciones Informativas
- * Taller de Técnicas de Edición

COMUNICACION AUDIOVISUAL

Séptimo Semestre

- * Imagen y Periodismo
- * Sociología de la Radio y la T.V.
- * Evolución del Lenguaje Fílmico
- * Taller de Guión: Cine, Radio y T.V.
- * Taller de Literatura y Periodismo

Octavo Semestre

- * Sociología del Cine
- * Evolución del Lenguaje Audiovisual
- * Taller de Realización de Cine
- * Taller de Realización de Radio y T.V.
- * Cine Documental

INVESTIGACION CIENTIFICA DE LA COMUNICACION

Séptimo Semestre

- * La Comunicación como Proceso
- * Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación (México y América Latina)
- * Clases Sociales, Ideología y Medios de Comunicación
- * Taller de Investigación en Comunicación I

Octavo Semestre

- * Semiología
- * Estado, Poder Político y Medios de Comunicación - Información

- * Técnicas de Investigación en Comunicación
- * Taller de Investigación en Comunicación II

PLAN DE ESTUDIOS SUGERIDO PARA LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

FORMACION BASICA COMUN

Primer Semestre

- * Historia Mundial Económica y Social I
- * Formación Social Mexicana I
- * Teoría Social I
- * Taller de Investigación y Redacción
- * Economía Política I

Segundo Semestre

- * Historia Mundial Económica y Social II
- * Formación Social Mexicana II
- * Teoría Social II
- * Taller de Investigación y Redacción II
- * Economía Política II

FORMACION BASICA DE LA ESPECIALIDAD

Tercer Semestre

- * Teorías de la Comunicación y la Información
- * Introducción a la Linguística
- * Psicología Social

* Desarrollo, Régimen y Estructura de los Medios de Comunicación en México I

* Géneros Periodísticos Informativos

Cuarto Semestre

* Teorías de los Medios de Comunicación Colectiva

* Lenguaje y Sociedad

* Sociología de la Comunicación Colectiva

* Desarrollo, Régimen y Estructura de los Medios de Comunicación en México II

* Géneros Periodísticos Interpretativos

Quinto Semestre

* Técnicas de Información por Cine

* Técnicas de Información por Radio y T.V.

* Psicología de la Comunicación Colectiva

* Introducción al Estudio de la Opinión Pública

* Géneros Periodísticos de Opinión

MATERIAS OPTATIVAS

COMUNICACION PERIODISTICA

Sexto Semestre

* Métodos y Técnicas de la Investigación Periodística

* Teoría de la Publicidad

* Taller de Prácticas Periodísticas I

* Taller de Literatura y Periodismo

* Taller de Edición de Originales

Séptimo Semestre

* La Historia como Reportaje

- Teoría de la Propaganda
- Taller de Prácticas Periódísticas II
- Organización de Instituciones Informativas
- Taller de Técnicas de Edición

PROPUESTA DE MATERIAS PARA PERIODISMO FINANCIERO

Octavo Semestre

- Introducción al Periodismo Financiero
- Análisis de las Fuentes Informativas Financieras
- Lenguaje del Periodismo Financiero
- Técnicas de Información Financiera
- Formación de Opinión Financiera

NOTA.- En lo que respecta a las áreas de Comunicación Audiovisual y de Investigación Científica de la Comunicación, no se proponen cambios, ya que no constituyen objeto de estudio de este trabajo de Tesis.

ANEXO

MATERIAS OPTATIVAS DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

Fuente.-Cuaderno del Centro de Investigaciones Documentales. No. 1, 1987, editado por el Departamento de Publicaciones de la FCPyS. UNAM.

Agencias Informativas

Cine Documental

Comunicaciones Internacionales

Enajenación e Ideología de la Cultura I

Enajenación e Ideología de la Cultura II

Evolución del Lenguaje Audiovisual

Evolución del Lenguaje Fílmico

Introducción a la Teoría de la Enajenación

Imagen y Periodismo

Historia del Periodismo en México

La Historia como Reportaje

Literatura y Sociedad I

Literatura y Sociedad II

Literatura y Sociedad III

Literatura y Sociedad IV

Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación Colectiva I

Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación Colectiva II

Métodos y Técnicas en Investigación Periodística

Oficinas de Prensa

Organización de Diarios y Revistas

Organización de Instituciones Informativas

Psicoanálisis y Sociedad
Psicología Social
Periodismo y Literatura
Periodismo de la Ciencia
Prensa Contestataria
Sociología de la Radio y la Televisión
Sociología del Cine I
Sociología del Cine II
Sociología del Cine III
Sociología del Cine IV
Técnicas de Investigación en Comunicación
Taller de Investigación en Comunicación I
Taller de Investigación en Comunicación II
Taller de Guión: Cine, Radio y Televisión
Taller de Edición de Originales
Taller de Literatura y Periodismo
Taller de Prácticas Periodísticas I
Taller de Prácticas Periodísticas II
Técnicas de Muestreo
Técnicas de Información por Televisión I
Técnicas de Información por Televisión II
Teoría de la Propaganda
Taller de Realización de Cine
Teoría de la Publicidad
Taller de Realización de Radio y Televisión
Taller de Técnicas de Edición
Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación
(México y América Latina)

BIBLIOGRAFIA

- Alvear Acevedo, Carlos. "Breve Historia del Periodismo".
Editorial JUS.
México, 1965. p. 211.
- Bello Méndez, María Virginia Elizabeth; Lomelín Cornejo, Gustavo;
Moreno Domínguez, Manuel; Ramos Esquivel, Alejandro. "El periodismo
económico en México".
Universidad Nacional Autónoma de México,
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México, 1988. p.178
- Bravo Ugarte, José. "Periodistas y periódicos mexicanos, hasta 1935 : Selección
con una introducción sobre sus antecedentes mundiales".
Editorial JUS.
México, 1966. p. 111.
- Buendía, Manuel. "Ejercicio periodístico".
Aguilar, León y Cal. editores S.A. de C.V.
México, 1990. pp 65.
- Colmenares Páramo, D. "Periodismo Económico y Compromiso Social".
Universidad Nacional Autónoma de México,
Facultad de Economía, Seminario "Economía y Sector Público".
México, 1983. p. 101.
- "El Futuro del Periodismo: Decadencia del Cuarto Poder". Primera Parte.
Cuadernos de Comunicación. UNAM.
México, No. 44. Febrero 1983.
- Gallart, Ph. "Técnicas del periodismo".
Ed. Oikos, tau. Barcelona, España, 1972. pp. 5 -14.
- Hohenberg, L. "El periodista profesional".
Editorial Letras.
México, 1962. pp. 15 - 20.

Méndez Villarreal, S. "Periodismo Económico y Sociedad".
Centro de Investigación y Docencia Económicas - CIDE.
México, 1982. p. 176.

Orive, Pedro; Fagoaga, Concha. "La especialización en el periodismo".
Editorial Dossart, S.A.
Madrid, España, 1974. pp.7 - 10.

"Principios Éticos de los Códigos Profesionales en el Periodismo Mundial".
Cuadernos de Comunicación. UNAM.
México, No.71, Mayo 1986.

Ruiz Castañeda, María del Carmen. "El periodismo en México: 450 años de historia".
Editorial Tradición. México, 1974. p.380.

Tavera Alfaro, Xavier. "El nacionalismo en la prensa mexicana del siglo XVIII".
Club de Periodistas de México.
México, 1963. p. 189.

HEMEROGRAFIA

Actividad Económica. Boletín Mensual del Centro de Estudios Económicos del Sector Privado (CEESP).
Octubre de 1988.
s/p.

Ancira, Gerardo. "El Tratado de Libre Comercio... Sus implicaciones en la Microempresa".
Microempresa.
Junio de 1991. pp. 24 - 26.

Aspe Armella, Pedro. "Recursos Internos para el Crecimiento".
Ejecutivos de Finanzas.
Julio de 1990. pp. 22 - 28.

Damm, Arturo. "El Tratado de Libre Comercio y el PECE".
Microempresa.
Junio de 1991. pp. 27 - 28.

Econoscope. Edición Especial de The Royal Bank of Canada.
Septiembre de 1990.

Gómez Camargo, Jorge. "Acuerdo de Libre Comercio México - Estados Unidos".
Escala.
Abril de 1991.
pp. 42 - 54.

"La CEE, segundo socio comercial para México".
Actividad Industrial.
Octubre de 1988.
pp.38 - 40

"Las negociaciones llegan a acuerdos de fondo".
Epoca.
Julio 29, de 1991.
pp. 17 - 19.

Orozco, Juan Carlos. "La cuenta de enero: se acuesta en febrero".
Expansión.
Enero 13, de 1988. pp.19 - 20.

Ravelo, Renato. "Apoyo de Bancomext a los exportadores mexicanos".
Actividad Industrial.
Octubre de 1988.
pp. 38 - 40

Reportaje Canadá. Publicación del Ministerio de Relaciones Exteriores de Canadá. Versión en español de la Embajada de Canadá en México,
No. 8.
pp. 11 - 13

Rubio Del Cueto, Ernesto. "Análisis del IV Informe de Gobierno de Miguel De la Madrid".
Actividad Industrial.

Octubre de 1988. pp. 38 - 40.

Sarmiento, Sergio. "El Impacto del Pacto".
Expansión.
Enero 13, de 1988.
pp.13.

"Sobre la Privatización".
Actividad Industrial.
Abril de 1989.
pp. 12 - 13.

Vélez, Félix. "La deuda y el elemento confianza".
Revista Mensual para El Inversionista.
Marzo de 1990.
pp. 28 - 31.