

79



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
ACATLAN



EL PAPEL POLITICO DE UNA AGENCIA INFORMATIVA: EL CASO NOTIMEX

289373

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA
P R E S E N T A :
GABRIELA TORRES FLOTTE

ASESOR: DANIEL MENDOZA



AMPU S ACATLÁN NAUCALPAN, EDO MEX.

FEBRERO 2001



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Quiero dedicar este trabajo a:

Mis Padres...

*porque siempre esperaron con ilusión
ver los frutos de un esfuerzo continuo en mis estudios;
aunque tarde, sé que esta noticia les dará mucha satisfacción,
y les agradezco su confianza e interés en que esto ocurriera.*

Mis hermanos Abigail, Verónica y Adolfo...

*que como profesionistas también saben del empeño académico y la
dedicación; espero motivarlos a alcanzar sus metas con voluntad, sin
importar cuándo ni cuánto tiempo deban sacrificar para lograrlo.*

Luis Gerardo...

*por su paciencia y compañía en mis
noches de desvelo, gracias por tu ayuda "técnica"
y tu seguridad en que pronto lo lograría.*

*El mejor legado que nos da la vida es la independencia y la libertad
a través de la superación personal, éste es el logro máspreciado
que puede lograr el ser humano, mostrando lealtad y amor en sus acciones.
Es el mayor premio que da la vida.*

*Mi vida encontró al fin la inspiración,
el ingrediente que me hacía falta para alcanzar con tenacidad la dicha
del éxito; gracias a la experiencia, que me ha permitido apreciar los triunfos
con fe y esperanza, y los fracasos con serenidad y sabiduría.*

Mi vuelo aún no ha cesado...

Índice

Introducción

- 1. Notimex en el contexto informativo internacional
 - 1.1 Generalidades acerca de las agencias informativas
 - 1.2 Tipos de agencias
 - 1.3 Las agencias informativas en México
 - 1.3.1 Informex
 - 1.3.2 Otras agencias
 - 1.4 Orígenes de Notimex
 - 1.5. Funciones y objetivos de Notimex
 - 1.5.1 Comerciales
 - 1.5.2. Informativos
 - 1.6. Política informativa de Notimex
- 2. La estructura interna de Notimex
 - 2.1 Recursos de la agencia
 - 2.1.1 Recursos humanos
 - 2.1.2 Recursos técnicos y materiales
 - 2.2 Productos informativos
 - 2.3 Servicios a medios
 - 2.4 Servicios publicitarios
 - 2.5 Reestructuración técnica e informativa
 - 2.5.1 Transmisión vía satélite
 - 2.5.2 Transmisión vía internet
 - 2.5.3 Hilos
 - 2.5.4 Fotografía digital
 - 2.5.5 Noticias de voz

- 2.5.6 Servicios audiovisuales
- 2.5.7 Notitel
- 2.5.8 Diseño y publicidad
- 2.5.9 Personal
- 3. La cobertura informativa de Notimex
 - 3.1 Enlace informativo de Notimex
 - 3.2 Cobertura nacional
 - 3.3 Cobertura internacional
 - 3.4 Relación con los medios
- 4. El papel político de Notimex
 - 4.1 La política informativa de la agencia
 - 4.2 La independencia informativa
 - 4.3 Relaciones con el grupo gobernante
 - 4.3.1 Enrique Herrera Bruquetas
 - 4.3.2 Rolando Ortega Calderón
 - 4.3.3 Horacio Estavillo Laguna
 - 4.3.4 Pedro Ferriz Santacruz
 - 4.3.5 Miguel López Azuara
 - 4.3.6 Héctor Manuel Ezeta
 - 4.3.7 Raymundo Riva Palacio
 - 4.3.8 Pablo Hiriart LeBert
 - 4.3.9 Rubén Alvarez Mendiola
 - 4.3.10 Jorge Medina Viedas
 - 4.4. Control de la información
- 5. Notimex y los cambios políticos
 - 5.1 El papel de la prensa
 - 5.2 La prensa electrónica

5.3 El medio de los medios

5.4 El derecho a la información y el papel de las agencias de noticias

Conclusiones

Bibliografía

Hemerografía

Videografía

Introducción

Las agencias informativas cumplen una función sustantiva que es la de obtener, procesar y transmitir noticias. En esta tarea pueden o no establecer compromisos poco transparentes con los sectores público y privado, lo cual no determina necesariamente su comportamiento periodístico, pero sí en ocasiones se llega a considerar que seleccionan la información partiendo de criterios comerciales y políticos que satisfacen los intereses particulares de sus suscriptores.

Una agencia elige y decide qué noticias distribuye, de acuerdo a sus políticas informativas, y favoreciendo las demandas de sus abonados, llámense instituciones públicas o privadas, con los que se ha establecido un previo compromiso informativo, por lo cual no puede omitir datos que sus suscriptores están esperando, pues entonces pierde credibilidad.

Por ello, se puede decir que la información proveniente de una agencia informativa supone recibir la versión propia de la misma. En este sentido no es extraño que entre el hecho y la versión del mismo que el receptor obtiene exista una considerable diferencia que marca una línea ideológica, si no muy nítida o evidente, sí digna de considerarse como parte del análisis de una agencia.

Estas productoras de la información poseen, en principio, un carácter empresarial dado que el producto que generan, es demandado tanto por las instituciones, como por los diversos públicos quienes lo perciben como una necesidad.

Sin embargo, la generación y distribución informativa no se reducen al mero intercambio comercial, pues con el tiempo van adquiriendo un papel político de primer orden si consideramos que distribuir y seleccionar el tipo de

información, a quiénes habrá de llegar, a través de quiénes se va a difundir, en qué cantidad y por cuáles canales se han de diseminar las noticias, conforman una *política informativa* cuyo papel político cada vez adquiere mayor importancia.

Una agencia informativa es, por tanto, una organización que proporciona noticias, tanto en el nivel textual como gráfico o visual a los medios impresos, la radio y la televisión, además de atender con los mismos productos a las agencias gubernamentales, secretarías, gobiernos estatales o federales y empresas de la más diversa índole.

Generan información a partir del contacto de primera mano que tienen con el hecho, el cual se habrá de convertir en noticia; la noticia entonces es un producto informativo demandado por los diversos actores económicos, políticos o sociales.

Cabe señalar que una noticia no es algo que por sí mismo sea importante, sino que la relevancia del hecho está determinada por el demandante en función de sus necesidades o prioridades informativas. La noticia debe reunir tres condiciones: ser útil para el receptor, novedosa y transmitida por un tercero, según lo señala Dovifat¹.

El demandante de la información da relevancia o prioridad a la misma de acuerdo a sus necesidades específicas o intereses particulares, independientemente de que sea de carácter económico, político, internacional, o sobre espectáculos, deportes o información de tipo irrelevante o trivial. Con relación a esto último lo que impera en algunos casos es el criterio comercial, ya que al margen de considerar que cierta información resulta ser insustancial,

¹ Dovifat, cit. Pos Vázquez Montalbán. Las noticias y la información. P.19

existen públicos que habrán de consumirla en función de sus niveles informativos, culturales, socioeconómicos, o su grado de politización, entre otros.

Las agencias informativas recaban la información que ha de ser requerida por los diversos grupos o sectores sociales, aunque si bien es cierto, podemos percibir un proceso de “trivialización de las noticias”, ello no les compete necesariamente a ellas, sino a los medios quienes habrán de darle un giro adicional a la información, además de que éstos también tienen contacto con hechos a los cuales les asignan determinada importancia.

Es necesario, entonces, hacer una precisión respecto a la diferencia entre hecho y noticia; Alsina señala que “lo que es noticia para un sistema puede ser acontecimiento para otro”², en referencia a los sistemas comunicacionales. Por un lado el hecho u acontecimiento es un mensaje recibido en tanto que la noticia es un mensaje emitido; el primero es un fenómeno de percepción del sistema y el segundo es un fenómeno de generación del sistema.

Es evidente que el papel de las agencias informativas es determinante en la generación de noticias por el tratamiento de la información y la posibilidad de ejercer un determinado grado de control, tanto por mediar entre hechos y receptores, como por la versión que del hecho se proporcione al público.

En el presente estudio, además de analizar el papel de las agencias informativas en general, particularizo en el caso de Notimex, cuyo papel como “medio de los medios” es de gran importancia en términos informativos y de control político dada su posición en la estructura de los medios masivos en el país y su cercanía y compromisos adquiridos con el poder público, ya sea de manera directa en algunas ocasiones y en otras de manera sutil, pero efectiva.

² Alsina, R. La construcción de la noticia

Asimismo explico el papel de Notimex, tanto en el contexto internacional como en el marco del poder político, señalando los cambios que la agencia ha experimentado a partir de su fundación, las fluctuaciones a las que se ha visto sujeta con relación a las políticas sexenales y las posibilidades de cambio en las actuales condiciones de competencia económica y política.

Considerando que Notimex constituye un mediador en tanto que es el enlace o puente entre el hecho y los receptores; su papel como intermediario implica selección, filtración y distribución informativa acorde con sus políticas informativas y las del Estado, porque como medio público de información debe trabajar con apego al Plan Nacional de Desarrollo en materia de comunicación social y derecho a la información.

De la misma forma hago énfasis en la importancia que la actualización tecnológica representa para las agencias informativas como el único medio para permanecer en los mercados y mantener la competitividad, además de extender, en la medida de lo posible, su papel como mediadores, generadores de información, y al mismo tiempo de legitimidad al sistema político en el marco de la actual crisis de credibilidad de las instituciones gubernamentales.

1. Notimex en el contexto informativo internacional

1.1. Generalidades acerca de las agencias informativas

Notimex es una agencia informativa de gran importancia dada su cobertura nacional, sus relaciones a nivel internacional y la multiplicidad de servicios que presta a gobiernos estatales y empresas; además de fungir como puente entre el hecho y los receptores, lo que implica selección, filtración y distribución informativa, es un medio público con un accionista muy fuerte que es el Estado.

El gobierno proporciona los recursos financieros para que la agencia se sostenga y ésta, en correspondencia, le ofrece un servicio informativo que no sólo sirve al gobierno sino al conjunto de la sociedad a través de los distintos medios de comunicación, escritos y electrónicos.

En el caso de Notimex alrededor del 80 % de su presupuesto proviene de transferencias fiscales y el resto de la venta de otros productos o servicios (información especializada, fotos, audio y video) que le ayudan a mantener sus costos de operación. Esto no la convierte necesariamente en una agencia 'oficial' o 'gubernamental' en el sentido de que guarda compromisos con el gobierno o con el partido en el poder para ocultar noticias que afecten o no convengan a éstos. Aunque sí es real que da mucha relevancia a las informaciones oficiales destacadas, como informes presidenciales, actividades de funcionarios públicos que son de interés general.

Si bien Notimex surgió como empresa informativa privada, sus relaciones con el gobierno desde un principio se mostraron cercanas, hasta que fue incorporada al aparato gubernamental al convertirse en empresa de participación estatal mayoritaria.

Antes de explicar el surgimiento de Notimex esbozaré las condiciones en las cuales se produce la distribución informativa a partir de la existencia de agencias informativas, que surgen como una derivación de los servicios periodísticos y su expansión a nivel mundial, resultado de los crecientes mercados de lectores.

Una agencia informativa es, como señalé más arriba, una organización de tipo empresarial cuya producción está “al servicio de los medios de comunicación, que a su vez son demandados por una amplia gama de consumidores o público”³.

Las agencias informativas constituyen sistemas de recolección de noticias que se distribuyen regularmente como parte del servicio que ofrecen a los medios de comunicación suscritos al mismo. La recolección de dicha información, así como su distribución se lleva a cabo en determinadas áreas geográficas en función de la naturaleza de la agencia, esto es, si la agencia es local, nacional o internacional, como explicaré más adelante. Es importante señalar, para efectos de este análisis del papel político de una agencia informativa, que ésta hace llegar la información con un estilo propio que se ha de multiplicar al ser divulgado por sus abonados⁴.

Estos complejos de información son los principales intermediarios entre las fuentes de la noticia y los medios masivos; surgen a partir de la necesidad de solucionar el problema de la variedad de fuentes de noticias y los problemas derivados de las distancias y la transmisión de la información.

Las agencias surgieron en el siglo pasado en Europa y poco tiempo después en los Estados Unidos. La primera agencia surgió en Francia con el nombre de *Havas*, fundada en 1835, que más tarde se convertiría en la *Agence*

³ Salazar Palacio, H. Las agencias de noticias en América Latina. P. 19

⁴ *Ibid.*

France Presse; ésta fue seguida de la británica *Reuters*, en 1846, y dos años después apareció la norteamericana *Associated Press*, fundada en 1848; en 1925 la soviética *TASS*, y en 1958 surgiría la *United Press International*, al fusionarse dos servicios estadounidenses de noticias: *International News Service* y *United Press Association*.

1.2 Tipos de agencias

El surgimiento de nuevas agencias informativas se entiende como una necesidad de los países, sobre todo las potencias económicas, por tener un control cada vez mayor sobre el flujo informativo, como resultado del carácter estratégico de la información, su recolección, distribución y usos. Más adelante señalaré cuáles son las agencias de noticias más importantes a nivel mundial. Las agencias de noticias se pueden dividir en cuatro tipos⁵ :

- Mundiales. Atienden el mercado mundial informativo por cuenta de clientes fijos situados en todo el mundo, como es el caso de *France Presse*, *United Press International*, *Associated Press*, *Reuters* e *ITAR- TASS*.

- Regionales. Recaban información y la proporcionan a clientes del propio país, se distinguen de las agencias nacionales dado que mantienen canales de difusión hacia el exterior, sobre todo hacia zonas especialmente vinculadas a la economía, la política o la cultura del país de origen, como es el caso de las agencias *Efe*, *Kyodo News Service*, *Deutsche Press Agentur* y *Hsin-Hua*.

⁵ Vázquez Montalbán, M. Las noticias y la información. PP. 35-38

- Nacionales. Son las que sólo obtienen noticias de la propia realidad nacional y las transmiten a clientes exclusivamente nacionales, aunque las agencias regionales también pueden adjudicarse este papel.

- Especializadas. Abastecen de información específica deportes, cuestiones económicas, tecnología, o alguna modalidad auxiliar informativa como pueden ser la fotografía, reportajes o material gráfico.

Salazar Palacio difiere de la anterior clasificación pues hace la distinción entre agencias mundiales, internacionales, nacionales y regionales. De acuerdo a este criterio una agencia internacional es en principio una agencia nacional que posee una vasta red de corresponsales en el extranjero y clientes fuera del país, pero no alcanza la categoría de agencia mundial, pues según Salazar Palacio⁶ sólo puede hablarse de agencia mundial en función del desarrollo de las agencias que irrumpen en el mercado externo de las noticias, con el objetivo de constituirse, en el futuro, en sistemas verdaderamente universales. Acorde a este criterio, Notimex se encuentra en esta situación.

Principales Agencias de Noticias a Nivel Mundial

AP	Associated Press	E.E.U.U.
UPI	United Press International	E.E.U.U.
AFP	Agence France Presse	Francia
R.U.	Reuters	Inglaterra
TASS	Telegrafnoie Agentstvo Sovietskovo Soluza	URSS
DPA	Deutsche Press Agentur	RFA
ANSA	Agenzia Nazionale Stampa Associata	Italia
Efe	Agencia de Información Internacional ⁷	España

⁶ Ibid. P. 25

⁷ Esta agencia es resultado de la fusión de las agencias españolas Faros, Febos, Cifra y Alfíl; sus siglas derivan del común denominador, la letra F

KYODO	Kyodo News Service	Japón
TANJUNG	Telegrafaska Agencija Nova Juhoslavjia	Yugoslavia
HSIN-HUA	New China New Agency	China

Las agencias informativas cumplen un papel importante en la recolección de la información, su selección y distribución, tanto a nivel nacional como internacional; una agencia informativa es un complejo técnico-industrial dado que cuenta con recursos tecnológicos que le permiten tener acceso al hecho noticioso y transformarlo en datos de los cuales dependen los medios impresos, las radiodifusoras y las estaciones de televisión para difundir la información.

Las agencias informativas son, por tanto, complejos técnico - industriales que recolectan la información en función de un criterio comercial, en principio, dado que las noticias son un producto de gran demanda por la necesidad de información que tienen los diversos actores sociales: las empresas, las instituciones políticas y las organizaciones de la más diversa índole, además del público en general, pues la información es fundamental para la toma de decisiones, el conocimiento actualizado o el mero entretenimiento.

Ahora señalaré algunos de los aspectos más significativos del desarrollo de las agencias en nuestro país para ubicar el papel del Notimex como agencia de carácter nacional, que incluye algunos de los aspectos de las agencias regionales, como lo he señalado en la clasificación anterior.

Principales agencias de noticias que operan en México

Agencia	Nacionalidad
Notimex	Mexicana
SUN	Mexicana
Excélsior	Mexicana
AMI	Mexicana
La Jornada	Mexicana
Lemus	Mexicana
Agencia Central de Información	Mexicana
CISA	Mexicana
ANPE	Mexicana
UPI	Norteamericana
AFP	Norteamericana
REUTERS	Inglesa
Efe	Española
ANSA	Italiana
DPA	Alemana
PL	Cubana
IPS	Varios países ⁸

1.3 Las agencias informativas en México

Las agencias de información son relativamente recientes en México; apenas en los años sesenta encontramos las primeras agencias que surgen como empresas con el objetivo de prestar un servicio informativo y, evidentemente con un carácter comercial. De hecho más que agencias informativas lo que se percibe en estos años son servicios improvisados de distribución informativa; para Raúl Trejo Delarbre las primeras agencias

⁸ Esta agencia está organizada a manera de cooperativa y sin fines lucrativos, su sede se encuentra en Roma con subedes en México, Jamaica y Costa Rica

informativas mexicanas tenían escasa cobertura, marcadas deficiencias y recursos escasos para incursionar en el difícil mercado de las noticias⁹.

1.3.1 Informex

En los años sesenta surgen dos de las principales agencias informativas en México: Informex y Notimex. La primera es una agencia que ha sufrido múltiples fluctuaciones, según las administraciones que ha tenido y acorde a la ubicación que el Gobierno Federal le confiere en su política de comunicación social.

Informex surgió en 1961, aunque años atrás ya se había buscado coordinar los servicios informativos de varios noticieros de radio y televisión privadas; Alvaro Gálvez y Fuentes, ligado a Telesistema Mexicano había sugerido a la empresa la creación de una agencia de noticias que permitiera unificar los esfuerzos de distintos noticieros con un interés marcadamente comercial, ya que se pretendía vender publicidad más que información. En esos años la agencia disponía de espacios en los noticieros y se dedicaba a conseguir anuncios en programas como el *Noticiero Carta Blanca* o el *Radio Relámpago del Aire*¹⁰.

Desde sus inicios Informex ha funcionado con la misma estructura sin cambios sustanciales, aunque en la década pasada comenzó a expandirse y trató de lograr cierta independencia tanto de la iniciativa privada como del gobierno, pero inevitablemente se encuentra sujeta a los designios de la política oficial, aunque en menor medida que Notimex¹¹.

Uno de los aspectos que marcan los inicios de las agencias informativas en nuestro país es su gran dependencia al poder, ya que se encuentran, en no

⁹ Trejo Delarbre, R. *Las agencias de información en México*. P. 31

¹⁰ Ibid. P. 40

¹¹ Ibid. P. 31

pocos casos, supeditadas a criterios muy rígidos o a la supervisión directa de funcionarios gubernamentales que fungen como orientadores de las funciones de las agencias.

1.3.2 Otras agencias

En el medio de la distribución informativa las agencias se han erigido como negocios más que servicios noticiosos y su existencia ha sido azarosa y fluctuante. Además de Informex y Notimex destaca la agencia informativa Lemus fundada en 1978. Dicha agencia se dedica fundamentalmente a tramitar publicidad para diarios del interior del país. Tres años después de su fundación contaba con 42 suscriptores a los que proporcionaba un servicio de noticias, un promedio de 70 notas diarias de carácter predominantemente nacional. La agencia Lemus ha sido criticada por vender espacios de los diarios y tiempos de estaciones radiofónicas, lo que cuestiona su función como agencia de noticias, además “lo único que se hace es tomar las noticias de los vespertinos, copiarlas y meterlas al telex”, según refiere un periodista de Lemus¹². Tanto la información de corte periodístico como la recabada por esta agencia son muy precarias, y su trabajo se concentra en la transmisión de boletines oficiales con lo cual se evita el problema de la censura oficial. Por otro lado, sus alcances informativos son muy reducidos y su clientela se compone de periódicos del interior del país, que sólo buscan información de relleno para ocupar sus páginas.

Otra agencia importante es Servicios de Información de *Excélsior* que funciona desde hace casi tres décadas aunque su expansión se inició en los

¹² Ibid. PP. 44-45

años ochenta. Esta agencia cuenta con una red de corresponsales muy amplia y con los servicios internacionales del propio diario *Excélsior*, entre los que podemos destacar a *The New York Times*, *Le Monde Diplomatique*, *The Observer*, *La Stampa*, *Der Spiegel* y otras publicaciones de importancia internacional.

Este servicio internacional tiene suscriptores nacionales como *El Dictamen* de Veracruz, *El Porvenir* de Monterrey, *El Informador* de Guadalajara, y *El Siglo* de Torreón.

Excélsior posee un hilo de noticias que vende a varias radiodifusoras del interior y, si bien su cobertura es importante por la relevancia de su servicio, la calidad informativa es muy cuestionable dado que “este diario cuenta con la cadena más amplia de reporteros en el país, pero en ocasiones se trata de periodistas que atienden a motivaciones, intereses y presiones de muy diversa índole. Algunos son directores o funcionarios de diarios de provincia; otros trabajan directamente o con significativa cercanía con los gobiernos estatales; otros atienden más al interés del centro que a los asuntos de la localidad desde la cual envían sus informaciones”¹³.

Dos aspectos resultan significativos del servicio informativo de *Excélsior*. Por un lado aún cuando posee una red extensa de corresponsales y servicios internacionales no constituye un servicio de noticias auténticamente nacional; por otro lado, su carácter es básicamente centralista y autoritario, además de que no funciona como una agencia de noticias pues se limita a transmitir a otros el material que habrá de publicar el día siguiente.

CISA, fundada en 1976 conjuntamente con el semanario *Proceso* con el que estuvo estrechamente ligada, fue una agencia que pretendió desde sus

¹³ Ibid. P. 46

inicios complementar los servicios informativos de *Proceso*, además de proveer de recursos financieros al semanario y reforzar su imagen. Sin embargo, el crecimiento de éste fue mayor que el de la agencia y ésta entró en crisis y tuvo que suspender su trabajo, entre otros factores por la presión a la que se vio sujeto *Proceso* durante el sexenio de José López Portillo. En dicho periodo “había instrucciones de que ninguna dependencia gubernamental ordenara publicidad en *Proceso*”¹⁴.

Finalmente podemos señalar otras agencias que han buscado la independencia informativa como es el caso de ANPE, que en 1982 fue declarada en quiebra por su propietario, razón por la cual los trabajadores lograron convertirla en cooperativa, sin embargo tiempo después cayó bajo el control del Congreso del Trabajo en virtud de que los dirigentes de dicha central obrera se interesaron en participar en el medio informativo, cuyo acceso había estado muy restringido. Para 1984 ANPE prestaba servicios noticiosos diversos, aunque reducidos a distintos diarios del interior, soportaba las presiones de las cúpulas sindicales que consideraban poco útil el servicio periodístico.

Algunas agencias más han hecho esfuerzos por innovar el medio informativo, por un lado la agencia BIDA, dirigida por Fernando Pineda, periodista, y que ha recibido financiamiento indirecto por parte de organizaciones de izquierda. Por otro lado podemos señalar a Notisistema, empresa que ha funcionado virtualmente como agencia a través de un noticiero radiofónico producido en la ciudad de Guadalajara y que además difunde en otros lugares del país con muchas limitantes por la preferencia que hay sobre los medios del centro del país.

¹⁴ Ibid P. 47

1.4. Orígenes de Notimex

He mencionado que las agencias informativas son de creación reciente en nuestro país, aunque Bohmann¹⁵ señala que, de acuerdo a datos de la UNESCO, en México existió entre 1935 y 1943 la Agencia Noticiosa Telegráfica Americana (ANTA). Hasta 1960 los medios masivos dependieron de los servicios informativos internacionales, pues un año más tarde se fundó la agencia informativa INFORMEX S.A. a iniciativa de Alvaro Gálvez y Fuentes.

En la misma década, en 1968, se fundó AMEX con un gran presupuesto, pero su función era básicamente de orden político, su objetivo era apoyar las candidaturas de Alfonso Corona del Rosal y Emilio Martínez Manatou, quienes contenderían por la presidencia en 1970, año en que desapareció debido a la postulación de Luis Echeverría.

En ese mismo año, 1968, se funda Notimex impulsada por el entonces secretario de gobernación, Luis Echeverría, quien aprovechó la agencia para sus propósitos de campaña. Es por ello que a pesar de que Notimex surge como Sociedad Anónima, la participación de Echeverría marca desde sus inicios su papel dentro de la estrategia de comunicación gubernamental.

A partir de ese momento Notimex se convirtió en la más importante agencia noticiosa a nivel nacional, y resaltó su papel como vocera gubernamental encargada de informar a la nación y a la comunidad internacional sobre la postura del gobierno frente a los trágicos sucesos de 1968 en relación al movimiento estudiantil.

Durante sus primeros años de vida Notimex tuvo un precario desarrollo,

¹⁵ Bohmann, K. Medios de comunicación y sistemas informativos en México p. 79 n.

pues carecía de un perfil definido, además de ser considerada en el medio periodístico como una dependencia de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

El 20 de agosto de 1968 surgía Notimex como una empresa de Sociedad Anónima, teniendo como director a Enrique Herrera Bruquetas, quien dejó la dirección tres años después, promedio de duración de las siguientes direcciones¹⁶.

A continuación señalaré las distintas direcciones que ha tenido la agencia y más adelante haré un breve análisis de cada una de ellas en relación con los cambios operados en la estructura de Notimex, sus alcances y relaciones con el poder político.

Direcciones de Notimex

Años	Director
1968-1971	Enrique Herrera Bruquetas
1971-1972	Rolando Ortega Calderón
1972-1976	Horacio Estavillo Laguna
1976-1982	Pedro Ferriz Santacruz
1982-1983	Miguel López Azuara
1983-1988	Héctor Manuel Ezeta
1988-1990	Raymundo Riva Palacio
1990-1992	Pablo Hiriart LeBert
1992-1994	Rubén Alvarez Mendiola
1994-	Jorge Medina Viedas

¹⁶ Notimex *En la trayectoria periodística*. Boletín interno NTX, 2a. Época, No. 9. Sep. 1992

1.5 Funciones y objetivos de Notimex

Notimex surgió en medio del fuerte escenario informativo prevaleciente en los años sesenta; se fundó en 1968 durante el régimen de Díaz Ordaz con el objeto de informar de manera sistemática y centralizada sobre los juegos olímpicos que habrían de realizarse en México ese mismo año. De la misma forma, la fundación de Notimex respondía a la necesidad de proporcionar noticias de procedencia extranjera buscando eliminar, en la medida de lo posible, la dependencia de los grandes monopolios informativos transnacionales que controlan la distribución de información noticiosa a nivel mundial.

Una primera etapa de Notimex se dirigía a la televisión con el objetivo de ocupar espacios en dicho medio, sobre todo en las televisoras privadas en el área editorial, cuando los noticieros todavía eran sólo una propuesta de empresas particulares, ya que para esa fecha no existían los noticieros institucionales.

1.5.1 Objetivos comerciales de Notimex

Desde sus inicios los propósitos de la agencia señalaban¹⁷ la necesidad de proyectar la imagen de México en el mundo a través de un programa de expansión informativa basado en corresponsalías y oficinas de negocios dentro y fuera del país, además de establecer contratos multilaterales y bilaterales con otras agencias mundiales.

Los servicios proporcionados por Notimex incluían venta de informa -

¹⁷ Aspiros, Antonio. *Datos para un informe extraoficial acerca de la agencia Notimex*, 1979

ción a periódicos, canales de televisión, organizaciones radiofónicas, gobiernos estatales y oficinas gubernamentales. Muchos de estos servicios se distribuían fuera del país a través de las oficinas con las que ya contaba Notimex en Washington, Los Angeles y Madrid.

De igual forma Notimex comenzó a distribuir sus productos informativos de manera indirecta a través de las agencias Interpress Service (IPS) de Roma, Tanjung en Belgrado, y Prensa Latina de la Habana, como resultado de un acuerdo gubernamental durante el sexenio de Luis Echeverría. Según dicho acuerdo Notimex se constituyó como la agencia informativa representante del gobierno *como observadora ante el Pool¹⁸ de Agencias de los Países No Alineados¹⁹*.

Durante el sexenio echeverrista, Notimex como parte del *Pool*, que era la red de distribución de noticias a 48 países de Asia, Africa, Europa y América Latina, transmitía su información con un enfoque nacionalista en contraste con los enfoques de los despachos de prensa de las agencias transnacionales.

En sus primeros años Notimex tenía la concesión para operar Radio México, una estación de onda corta y a partir de 1972, con la formación del Canal 13, canal gubernamental, Notimex se hizo cargo de los noticieros del mismo.

1.5.2. Objetivos informativos de Notimex

El crecimiento de Notimex fue lento y difícil; desde su fundación hasta 1976, apenas contaba con seis suscriptores. En 1983 sólo tenía un

¹⁸ El Pool es una agrupación de varias agencias de carácter nacional de países de América, Asia y Africa

¹⁹ Aspirós, A. Loc. cit.

corresponsal en Managua, fue hasta 1985 cuando comenzó a crecer con corresponsales en Río de Janeiro, Buenos Aires, Santiago de Chile, Nueva York, París, Moscú, Roma, Ginebra y Bonn.

Para 1987 Notimex logró consolidar un acuerdo con la UNESCO para actualizar y automatizar sus sistemas de procesamiento de la información en el transcurso de los siguientes años.

También empezó a ser fuente de información de las agencias *DPA* de Alemania, *Efe* de España y *AP* de los Estados Unidos, debido a que el material informativo era de especial interés para estos países en función de las necesidades de cobertura en sus áreas de influencia.

Las noticias de carácter nacional e internacional que manejaba la agencia en estas primeras décadas comprendían notas sobre el sector público y privado, reportajes especializados sobre cultura, ciencia, negocios, entre otros aspectos, además de información general y crónicas de corresponsales y enviados especiales.

La cobertura de los hechos nacionales se realizaba en principio, a través de reporteros destacados en la Ciudad de México que llegaban a desplazarse a otras localidades cuando era necesario ir tras la noticia, y también a través de una pequeña red de corresponsales en las principales entidades del interior de la república.

Con respecto a la información internacional distribuida por Notimex ésta llegaba a través de diferentes canales: teletipos de las agencias *AFP*, *DPA*, *EFE*, *PL*, *IPS*, *INA* y *AP*, y de las corresponsalías directas desde Madrid, Washington y Los Angeles.

1.6. Política informativa de Notimex

Las agencias informativas como empresas periodísticas cumplen funciones sustantivas, como son la venta y distribución de información, sin embargo, cuando son de naturaleza gubernamental, tal es el caso de Notimex, llegan a jugar un papel político estratégico en tanto que pueden verse sometidas a presiones políticas, no sólo por parte de los gobiernos, sino también por los grupos de oposición que cuestionan el enfoque dado a las noticias.

Una agencia informativa selecciona la información y decide qué es lo que distribuye de acuerdo a una línea político ideológica determinada por la dirección de la empresa o bien por acuerdos establecidos con instituciones gubernamentales de manera directa o indirecta.

Desde esta perspectiva llegará a omitir aquello que pudiese afectar sus intereses propios y los de sus abonados o bien, resaltaré y magnificaré aquello que considere digno de mencionarse, favoreciendo la imagen de la agencia o de las instituciones o grupos políticos con lo que se haya establecido un compromiso previo.

En función de ello podemos hablar de una política informativa, esto es, una línea directiva de selección, distribución y tratamiento de la noticia en relación directa con intereses de grupo y como parte sustancial de una estrategia global de comunicación.

Es indudable que el manejo de la información así como su distribución funcionan como elementos de control sociopolítico, pero también poseen un función comercial, pues no debemos dejar de lado el carácter mercantil de la información y las necesidades de los públicos que no sólo se centran en el ámbito político o social, sino también en el entretenimiento y la diversión.

Con respecto a esto último, una agencia informativa llega a ser importante en tanto que es una empresa de la información, ello significa que producir y distribuir la noticia no sólo son su actividad fundamental, sino también comercializarla tratando de abarcar el mayor número de públicos o segmentos del mismo, en relación con las características de cada subgrupo y de las necesidades propias de cada uno.

Por tal razón podemos encontrar en una agencia informativa tanto material de información general, como de carácter “menos serio”, pero no menos importante, como sería la información de espectáculos o de deportes, que aún cuando en algunas ocasiones tal información no logre cierto interés en la opinión pública, resulta un producto informativo de gran relevancia al margen de su contenido, pues es la información la materia prima de la agencia y la que permite su sostenimiento. En este sentido una agencia informativa no deshecha información si ésta resulta rentable.

Parte de la política informativa de Notimex se manifiesta en la cobertura informativa. A partir de la década de los noventa se ha ampliado significativamente la cobertura informativa nacional e internacional, así como la difusión e impacto de los servicios noticiosos que proporciona en México y en el exterior, ello como resultado de la instauración de cinco oficinas regionales nacionales en Monterrey, Hermosillo, Guadalajara, Oaxaca y Mérida, además de las oficinas internacionales en Washington, San José de Costa Rica, Santiago de Chile y Madrid.

Las cinco oficinas regionales de México (Hilos regionales) y la de Costa Rica (Hilolat) distribuyen directamente a sus regiones. Sólo se manda a la ciudad de México la información local de interés nacional o internacional para ser incluida en los hilos correspondientes. Cuando se considera pertinente la información es redireccionada, esto es, se envía a todo el país de acuerdo al

interés de los suscriptores o las características de la región. Más adelante explicaré con detalle cada uno de estos servicios informativos de Notimex.

Es importante señalar que una agencia informativa no sólo funciona como empresa generadora de un servicio noticioso, sino que al mismo tiempo cumple un papel político de gran importancia para las instituciones políticas, sobre todo para las gubernamentales. Ello representa un problema relacionado con la credibilidad tanto de las instituciones políticas, como de la propia agencia informativa.

Los usos de la información son los que llegan a otorgarle a las agencias el papel estratégico en determinadas condiciones políticas dado el poder de la información sobre los grupos sociales, los grupos de poder, partidos políticos, asociaciones y elites políticas.

Señalaba al principio que Notimex surgió a la sombra del gobierno, pero se buscó, hasta donde fue posible mantener una distancia significativa con él dado que la agencia se había constituido como Sociedad Anónima. Sin embargo, para 1982 los socios de Notimex, Miguel López Azuara, Carlos Ferreyra, Armando López Becerra, Roberto Galindo y José Carreño Figueras decidieron cederla al gobierno y Notimex se transforma en empresa de participación estatal mayoritaria.

Este cambio es importante porque representó para Notimex una modificación sustancial de su infraestructura y su expansión en los años siguientes, pero al mismo tiempo una mayor injerencia del Estado y por tanto un control mayor sobre la información. Es a partir de entonces que Notimex fue incorporada a la normatividad del gobierno con todas las implicaciones que ello tiene. Más adelante ampliaré la información a través del análisis sobre la política informativa de Notimex y sus efectos sobre el universo de la política nacional.

2. La estructura interna de Notimex

2.1 Recursos de Notimex

Notimex, como toda organización empresarial posee una estructura interna que supone la presencia de recursos técnicos y materiales para lograr sus múltiples funciones. Trataré de señalar cada uno de los elementos que participan en la conformación y funcionamiento interno de la agencia informativa. En principio mencionaré los recursos con los cuales Notimex comenzó a desarrollarse y que paulatinamente fueron sustituyéndose en función de las necesidades de optimización y competencia.

Entendemos por recursos todos los medios humanos, como el personal en los distintos niveles jerárquicos, y los materiales que incluyen la tecnología y los insumos que la agencia requiere para su funcionamiento y el logro de sus objetivos.

Si bien es cierto que tales recursos son determinantes para lograr los objetivos, la calidad, condiciones y actualización constante de ellos son factores básicos para los alcances de una agencia informativa. En relación con este aspecto señalaré a grosso modo los medios con los que ha ido estructurándose Notimex en sus dos primeras décadas y, al final de esta parte, veremos de la misma forma los cambios operados en la agencia para responder a la competencia y sus necesidades de expansión y rediseño de sus servicios.

2.1.1 Recursos humanos

El área de redacción de Notimex ha contado con personal cuyas funciones deben cubrir las 24 horas del día por las necesidades de captación informativa de la agencia. Recordemos que una agencia informativa es el nexo entre el hecho y el público; su papel como “vigilante del ambiente” implica una actividad constante que no puede interrumpirse.

En sus inicios el personal de Notimex estuvo conformado por:

- Jefe de redacción, jerarquiza la información para determinar las órdenes del día y organiza los "trabajos especiales" que solicite la dirección de la agencia en el transcurso del día o de la semana.

- Editor en Jefe, cuyas funciones incluyen la jerarquización de las noticias nacionales, internacionales, de deportes y espectáculos; determina cuáles notas de Notimex deben ir en el Pool.

- Editores de turno, desempeñan funciones diversas que incluyen corrección de estilo, la jerarquización del material de su respectiva mesa de redacción, atención telefónica a reporteros y voceros que deben tratar asuntos con la redacción.

- Redactores, se encargan de elaborar boletines de prensa a la vez que buscan información vía telefónica como pronósticos del tiempo, encabezados de los diarios, apertura y cierre de las cotizaciones bursátiles, resultados de lotería, notas policíacas, notas del interior. Además, toman el dictado telefónico de los reporteros, reelaboran cables internacionales, escriben columnas y hacen análisis noticiosos de los sucesos más importantes ocurridos durante la semana.

- Secretarías, sus funciones son de apoyo al Subdirector Técnico, a la redacción y a la recepción de notas de reporteros en la mesa nacional.

- Archivistas, su actividad se dirige al control de la documentación interna.

- Técnicos, apoyan en las cuestiones propias del uso y mantenimiento de la tecnología de la agencia.

- Teletipistas²⁰, constituyen el personal calificado que perfora cinta en turnos de seis horas y la transmite al carrier.

- Operadores de notifono, manejan el equipo de notifono, llevan la contabilidad de las llamadas y elaboran una bitácora de las noticias transmitidas a los abonados de la agencia.

- Cablistas, su responsabilidad consiste en proporcionar papel, cinta perforable y cinta morada a los telex, transmisores y teleimpresores; cortan cables, engrapan agregados, distribuyen ese material en las diversas mesas, ordenan y transmiten a clientes por telex la cinta perforada, atienden clientes que requieren copias del envío y auxilian a los teletipistas.

- Ayudantes de redacción, su función es de apoyo a redactores en cuestiones generales (Office boy).

2.1.2 Recursos técnicos y materiales

Como parte de la necesidad de incorporar nuevas tecnologías para responder a las necesidades del mercado y la competencia en el mismo, Notimex reestructuró su infraestructura tecnológica en los años ochenta, integrada por sistemas de enlaces y conexiones a centros de cómputo y bancos de datos de gran capacidad como son el sistema INFONET y la Red Telepac.

²⁰ Los teletipos son sistemas de composición a distancia de líneas de impresión actualmente en desuso

Igualmente se instalaron rutas directas hacia la RED Notimex creando una Red Teleinformática privada e integrando microprocesadores, conmutadores digitales y tecnología necesaria para lograr una velocidad de transmisión de 1200 a 2400 Baudios²¹.

Los avances tecnológicos en la década de los noventa se produjeron de manera acelerada y ello implicó la desaparición de algunos de los medios técnicos que tradicionalmente utilizaban las agencias. Aquí mencionaré los medios tecnológicos con los que contaba Notimex y que paulatinamente han desaparecido al incorporarse nuevos sistemas de captación, control y distribución informativa que se requieren para responder a las necesidades del mercado informativo como es la tecnología en computación, la extensión de la comunicación vía satélite, el fax e internet.

Los medios con los que trabajaba Notimex son los siguientes:

Sistema telefotográfico. Consistía en servicios de telefotografía que se proporcionaban vía telefónica o por Red especial de microondas. Este servicio podía transmitir desde cualquier parte del mundo todo tipo de información impresa con una frecuencia de 7 minutos.

Este sistema ofrecía:

- Fotografías en blanco y negro y en color
- Gráficas y estadísticas
- Textos
- Servicios por satélite sobre estados del tiempo, recursos naturales, minerales, pesqueros y similares.

²¹ Baudio es una medida del número máximo de señales electrónicas que se pueden transmitir a través de un canal de comunicación; también se entiende como el número de bits por segundo.

Notifono. Este servicio del cual Notimex fue pionera en al área de noticias vía telefónica y que actualmente se conoce como **Notitel**, transmitía las notas y los avances informativos más importantes a través de síntesis informativas de 55 segundos que se actualizaban cada hora. La información que se proporcionaba las 24 horas del día era la siguiente:

- Cabezas de los diarios
- Economía y finanzas
- Deportes y espectáculos
- Información sobre el interior del país
- Actividades presidenciales

Departamento técnico y de ingeniería. Este departamento se ha encargado de supervisar y proyectar las diversas instalaciones al interior y exterior de la agencia con la intención de que la información que se genera llegue en forma clara y efectiva a todos los suscriptores.

Microondas y satélite. La distribución de la información por microondas fue más rápida a través de estos medios, ya que se canalizaba y enviaba por distribuidores de señal telegráfica, teleimpresores Siemens T 100 cuya velocidad es de 50 a 100 baudios y a través de líneas telefónicas privadas.

Comunicación telegráfica por vía telefónica. Notimex ha podido ofrecer a sus suscriptores información por medios muy rápidos sobre eventos especiales transmitiendo desde el lugar de los acontecimientos a través del teléfono que se conecta directamente a un acoplador acústico, lo que permite un ahorro sustancial al eliminarse la contratación de líneas privadas, teleimpresores y espacio en salas de prensa.

Sistemas de radiocomunicación. Estos recursos han permitido que los reporteros de Notimex envíen la información desde el lugar en que ésta se origina.

Equipo. Notimex contaba anteriormente con equipo de cine, hoy en día sólo cuenta con sistemas de edición para video, edición de cine de 16 mm, estudio de televisión con switcher, generador de caracteres y reductor de imágenes, y cabinas de grabación de audio para doblajes; igualmente cuenta con estudios de radio, para grabación y producción, además del equipo propio de producción.

2.2 Productos informativos

Considerando las múltiples funciones de una agencia informativa tanto al interior como al exterior es evidente que su existencia se debe a los productos que genera, en Notimex se distinguen los siguientes:

Televisión y cine. Notimex ha incluido en este espacio a profesionales del periodismo televisivo y cinematográfico con la intención de lograr que sus productos tengan un alto nivel de calidad profesional. Derivados de estos recursos tenemos los siguientes subproductos:

a) Reportajes especiales. Este servicio se ofrece para eventos que ameritan un tratamiento informativo contextualizado, o bien, cuando las necesidades de la política general del país requiera de analizar algún aspecto de la problemática nacional o mundial. Sobre este aspecto se analizará más adelante el papel de las posturas oficiales con relación a la política informativa de Notimex.

b) Paquetes informativos y cápsulas. Los paquetes que elabora Notimex se integran con noticias relevantes del país y del exterior, su tratamiento

editorial permite que el auditorio logre comprender los hechos desde la óptica propia de la agencia.

c) Servicios informativos internacionales. Proporcionan información de lo más relevante que se produce en el país incluyendo la divulgación prioritaria de los comunicados del gobierno mexicano.

d) Servicios a los gobiernos estatales. Divulga acontecimientos locales y hechos trascendentes a través de televisión y cine.

e) Documentales turísticos que se realizan en las diferentes entidades federativas cuyo objetivo es promover el conocimiento de los atractivos naturales, las actividades culturales, tradiciones y lugares de interés nacional.

f) Entrevistas exclusivas a personalidades nacionales y del extranjero.

g) Programas de televisión y cine.

Radio. Se ofrecen servicios informativos radiofónicos con relación a los acontecimientos más relevantes a nivel nacional e internacional mediante:

a) Cápsulas informativas. A lo largo del día se producen 17 cápsulas de tres minutos cada una con información nacional, internacional, deportiva, recreativa, cultural, editoriales, información especializada en el área financiera, bursátil, agropecuaria, energética, así como reportajes y entrevistas exclusivas.

b) Síntesis informativas. Se elaboran 3 síntesis informativas de 15 minutos todos los días con información del mismo tipo que en el inciso anterior.

c) Notas informativas en vivo. A través de una extensa red de corresponsales nacionales e internacionales se han ofrecido notas informativas que se producen en todo el mundo con sonido directo de los protagonistas.

d) Programas especiales. Notimex llegó a producir programas para públicos específicos como “Las Finanzas”, “Usted y la Noticia”, “Cuento

Corto”, “Juventud 2000” entre otros más. Igualmente ha producido y patrocinado actividades relacionadas con el deporte y espectáculos.

e) Servicios de producción. La agencia ha organizado y producido controles remotos, transmisiones especiales, servicios de grabación para los medios masivos en general, así como conferencias y programas de corte didáctico.

f) Equipo radiofónico. Notimex cuenta con estudios de grabación, además de un equipo técnico actualizado que requiere cualquier tipo de producción radiofónica.

2.3 Servicios a medios

Notimex ha proporcionado múltiples servicios a través de un sistema nacional de comunicación que da una visión *nacional* de las noticias, de ahí que en sus orígenes Notimex fue la “imagen de México en mundo”.

Ahora con el crecimiento que ha experimentado ofrece un enfoque *latinoamericano* de toda la información que difunde, ya sean cápsulas informativas contextualizadas y balanceadas que comprenden artículos de opinión y de fondo, de los cuales son responsables sus autores, reportajes especializados, avances informativos y noticiarios para estaciones de radio y televisión.

De la misma forma los servicios de la agencia han atendido a un grupo de suscriptores entre los que se cuentan organismos e instituciones públicas y privadas, periódicos, radiodifusoras, televisoras, universidades y agencias noticiosas nacionales e internacionales.

Estos servicios a medios y a otras instituciones compendian la información de las ocho columnas, las notas de primera plana, los principales comentarios editoriales y las cinco columnas políticas más leídas.

Otro servicio de gran importancia que la agencia ha prestado a los medios e instituciones es la *previsión informativa* que consiste en señalar las notas que por su importancia nacional o internacional ocuparán la atención de los diarios matutinos, meridianos y vespertinos del país y del extranjero.

Igualmente merece atención la actividad especializada de la agencia en las áreas temáticas integradas por trece departamentos :

- 1) Política
- 2) Finanzas
- 3) Comercio e iniciativa privada
- 4) Energéticos e industria paraestatal
- 5) Educación y cultura
- 6) Deportes y espectáculos
- 7) Judiciales y policía
- 8) Medicina, salud y asistencia pública
- 9) Agricultura, ganadería y pesca
- 10) Asuntos diplomáticos e internacionales
- 11) Desarrollo urbano, ecología y turismo
- 12) Asuntos laborales y sindicatos
- 13) Ciencia y tecnología

2.4 Servicios publicitarios

Finalmente, para ampliar las actividades de la agencia y tener un mayor grado de cobertura, se ofrecen servicios publicitarios dirigidos a los

departamentos de comunicación social del sector público, las secretarías de estado, así como servicios publicitarios en medios de difusión consistentes en estrategias y métodos de campaña, selección y contratación de medios, control de inserciones en medios impresos, plataformas de acción, redacción de textos, diseño de material, investigación y evaluación y asesoría de clientes.

2.5 Reestructuración técnica e informativa

Señalé al principio de esta parte que Notimex ha tenido que adaptarse a las nuevas condiciones del mercado informativo reestructurando sus recursos tecnológicos a mediados de la presente década para enfrentar la competencia y optimizar al máximo sus posibilidades. En función de ello vayamos a una breve relación de las nuevas condiciones de la agencia.

Actualmente cuenta con poco más de 200 reporteros y corresponsales en ciudades de México, Canadá, Estados Unidos, América Latina, el Caribe, Europa y Asia; la información se transmite en español e inglés a diarios, revistas, radiodifusoras, televisoras, embajadas y organismos públicos y privados.

También ofrece servicios de fotografía, publicidad y diseño, audio, video, noticias por voz y telecomunicaciones para la atención de necesidades básicamente informativas, publicitarias y de tipo editorial.

En la actualidad la agencia ocupa tecnología de punta para la generación de sus variados productos informativos, utiliza equipo escalable para la transmisión a 1200 baudios con la posibilidad de orientar la señal en tiempo y lugares precisos, incluyendo el servicio de Internet.

2.5.1 Transmisión vía satélite

Notimex tiene una red de difusión de información digital unidireccional denominada *Notisat* que emplea los satélites geostacionarios de telecomunicaciones *Solidaridad* mexicanos para transmitir la información generada a 135 ciudades de México y América, y a través de un convenio con la agencia AP distribuye en Estados Unidos y Europa.

La información se transmite a través de una parabólica de 4.5 metros de diámetro instalada en la sede de la agencia al satélite *Solidaridad* que la envía al sur de los Estados Unidos, América Latina y el Caribe.

La tecnología actualizada de Notimex incluye antenas de plato de 1.9 metros y el hardware necesario para que los suscriptores reciban inmediatamente y con la mejor calidad los servicios contratados.

Uno de los servicios de gran importancia que la agencia ofrece a los suscriptores es la renta de los canales de su red satelital para la transmisión de documentos, gráficos, diseños publicitarios, entre otros; los clientes pueden bajar la señal de Notimex o de sus propias antenas, lo cual implica un significativo ahorro, velocidad y fidelidad en la reproducción de originales.

2.5.2 Transmisión vía Internet

Notimex posee una página en Internet con capacidad de 200 consultas simultáneas y ofrece servicios de texto (Notinet), servicios de voz (Audionet) y fotografía, además de varios buzones de correo electrónico para la recepción de comentarios, sugerencias, requerimientos comerciales y correspondencia general.

Dirección de Notimex Internet: [http:// www.notimex.com.mx](http://www.notimex.com.mx)

e-mail: nacional@notimex.com.mx	Operaciones Nacionales
internacional@notimex.com.mx	Operaciones Internacionales
radiotv@notimex.com.mx	Radio y Televisión
fotograf@notimex.com.mx	Fotografía Digital
dircomercial@notimex.com.mx	Comercialización
dirtec@notimex.com.mx	Dirección Técnica
computo@notimex.com.mx	Centro de Cómputo
siu@notimex.com.mx	Servicio Inf. Universitario
especiales@notimex.com.mx	Asuntos Especiales

El servicio Notinet opera en tiempos reales y no por bloques, de tal suerte que el usuario recibe la información al momento y jerarquizada acorde con su sugerencia.

Por otro lado, Notimex transmite por Internet *hilos*, o paquetes, informativos en inglés y español, sistema inmediato de comunicados, el paquete financiero semanal, así como fotografía digitalizada en color de alta resolución y el servicio Audionet de noticias por voz.

2.5.3 Hilos

Notimex sigue otorgando servicios las 24 horas del día los 365 días del año; cada servicio posee características específicas en función de las necesidades de los medios a los que atiende en las diversas regiones del continente americano. Los servicios que proporciona Notimex se denominan *Hilos* y son los siguientes:

- Hilonal que atiende a los suscriptores en el territorio nacional
- Hilonor para los Estados Unidos
- Hilolat para América Central y el Caribe
- Hilosur para América del Sur
- Hilo Internacional para Europa
- Hilonet en español para Internet
- Hilo en Inglés que se difunde por satélite e Internet

Estos hilos comprenden notas informativas y servicios especiales en los cuales los corresponsales y reporteros trabajan diversos tópicos sobre política, economía, sociedad, finanzas, cultura, espectáculos y deportes. Asimismo se elabora un paquete dominical sobre economía y asuntos financieros.

Por otro lado, se elabora un conjunto de artículos de opinión que se distribuye a los suscriptores en México, quienes al mismo tiempo reciben el Sistema Inmediato de Comunicados (SIC) compuesto por documentos y boletines de prensa emitidos por diversas fuentes informativas de los sectores público y privado, lo que permite a los suscriptores manejar información directa y completa.

Los anteriores servicios se proporcionan en español pero Notimex produce un hilo en inglés con un enfoque latinoamericano que incluye noticias de carácter general sobre economía y finanzas de México y América Latina.

2.5.4 Fotografía digital

Este servicio ofrece a publicaciones periódicas imágenes de la más alta calidad tratando de reflejar el hecho noticioso en los más diversas temas,

desde reuniones de mandatarios, cumbres mundiales, hasta deportes y espectáculos, tanto del interior como del exterior.

Diariamente son distribuidas más de 80 fotografías por vía satélite a una velocidad de 19.200 bps²²; las fotografías son de alta resolución y ello permite su ampliación hasta el equivalente de tres cuartos de plana tabloide sin que pierdan su nitidez y calidad.

Los equipos receptores del servicio fotográfico pueden almacenar hasta 100 imágenes con la posibilidad de que el usuario forme su propia fototeca de respaldo. Además, Notimex tiene a disposición un banco de imagen que acumula anualmente 18.000 fotografías.

2.5.5 Noticias de voz

Este servicio consiste en la transmisión diaria de notas grabadas, bloques, resúmenes y cápsulas informativas, a través de corresponsales y reporteros a solicitud de las radiodifusoras; la distribución se hace vía satélite, por Internet y por vía telefónica, además de incluir información sobre deportes y espectáculos los sábados y domingos.

2.5.6 Servicios audiovisuales

Tales servicios se ofrecen a empresas radiofónicas y televisivas, instituciones y organismos públicos y privados, incluyen realización de campañas, anuncios, musicalización y producción radiofónica, registro en video de eventos nacionales e internacionales, levantamiento de imagen,

²² Las imágenes recibidas por los usuarios se comprimen a 250 dpi y requieren de 16 Mb en memoria RAM para su despliegue

producción y postproducción de programas de televisión, cortes de prensa, grabación y edición de notas informativas. Si bien estos servicios se proporcionan desde hace mucho tiempo, se van incorporando nuevas técnicas y recursos para su mejoramiento, según el avance tecnológico.

2.5.7 Notitel

Notimex ha sido pionera en la producción de este servicio que consiste en la elaboración de noticiarios telefónicos con duración de 60 segundos, en los que se escuchan resúmenes informativos generales o especializados, resultados de sorteos públicos y carteras de espectáculos, entre otros. Este servicio pone a disposición de los anunciantes espacios para la promoción de sus productos.

2.5.8 Diseño y publicidad

Notimex ofrece a sus clientes, pequeñas empresas, dependencias gubernamentales y entidades paraestatales, servicios publicitarios en las áreas de diseño de originales, contratación de medios, preparación de estrategias integrales de publicidad que van desde la idea inicial, el concepto creativo, hasta la distribución vía satélite de los materiales seleccionados para su publicación.

2.5.9 Personal

Como parte de su reestructuración y modernización, el número de empleados de la agencia hoy día es de 714, incluidos los que tienen contratos

3. La cobertura informativa de Notimex

En el capítulo anterior señalaba que los servicios que proporciona Notimex son de la más diversa índole, desde la simple captación y distribución informativa, pasando por la producción televisiva y radiofónica, hasta los servicios publicitarios.

Ello no sería posible si la agencia no contase con los recursos técnicos y de personal calificado necesario para lograrlo, pero además de ello, si no tuviese contactos y relaciones de intercambio con agencias informativas a nivel mundial.

3.1 Enlace informativo de Notimex

A lo largo de su historia Notimex ha tenido un amplio enlace informativo con agencias de gran importancia nacional e internacional, entre éstas han figurado las siguientes:

- DPA (Alemania Federal)
- SIFE (Servicio económico mexicano)
- REUTERS (Gran Bretaña)
- Prensa Latina (Cuba)
- ANSA (Italia)
- Tanyung (Yugoslavia)
- ASIN (Agrupación de 16 agencias nacionales de América Latina)
- Pool de los no alineados (Agrupación de agencias nacionales de 60 países de América, Asia y Africa)
- Dependencias del Sector Público

- Representaciones de Estados
- Representaciones de México en el Extranjero
- Embajadas

Por otro lado es importante considerar que Notimex ha establecido intercambios con agencias internacionales para ampliar su cobertura informativa. Las agencias con las cuales ha establecido convenios de intercambio informativo son las siguientes:

Agencia	País
IPS Inter Press Service	Italia
POOL	Países No Alineados
TELAM Telenoticiosa Americana	Argentina
VENPRESS Agencia Noticiosa Nacional	Venezuela
PL Prensa Latina	Cuba
SALPRESS Agencia Noticiosa Nacional	El Salvador
ANN Agencia Nueva Nicaragua	Nicaragua
TASS	Soviética
APN Novosti	Soviética
XINHUA (Nueva China)	China
MTI Maygar Tavirati Iroda	Hungría
AGERPRESS Agentia Rumana de Prensa	Rumania
TAP Tunis-Afrique Presse	Túnez
MAP Maghreb Arabe Presse	Marruecos
EFE	España
DPA	Alemania

3.2 Cobertura nacional

Notimex es la única agencia informativa que tiene oficinas en el interior del país, además de redes de corresponsales; posee oficinas en Tijuana, Monterrey, Hermosillo, Guadalajara, Mérida, Veracruz, Oaxaca y las oficinas centrales en la ciudad de México.

Un aspecto significativo de Notimex es el hecho de proporcionar información a radiodifusoras del interior de la república que elaboran sus noticieros con base en dicha información y en lenguas indígenas; esto fue posible al ponerse en marcha el Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas (SRCI), integrado por estaciones receptoras de los servicios informativos de Notimex.

Lo anterior fue resultado de un convenio establecido con el Instituto Nacional Indigenista (INI) que, según argumenta la agencia, tiene una función eminentemente social, aunque no puede descartarse la importancia que en los últimos cuatro años ha tenido, como parte de la seguridad nacional, el control del conflicto chiapaneco, lo cual ha implicado la reorientación de la política informativa gubernamental.

Dicho servicio comenzó a desarrollarse en 1979, y a la fecha tiene en operación 14 radiodifusoras de amplitud modulada; las transmisiones se hacen en 27 lenguas indígenas para el mismo número de grupos étnicos. La señal opera un promedio de 13 horas diarias continuas y llega a alrededor de 700 municipios donde se concentran, acorde a criterios oficiales, "los porcentajes significativos de la población india nacional"²³.

²³ Torres Flotte, Gabriela. "Llega a las comunidades indígenas el servicio de Notimex" el hilo de Notimex, México D.F. No. 4 Diciembre 1995. P. 8

La población a la que llega la información radiofónica está compuesta por más de cuatro millones de hablantes de lenguas indígenas, a lo que puede agregarse poco más de tres millones de población potencial mestiza.

Las radiodifusoras se ubican en localidades autóctonas de Baja California, Chihuahua, Nayarit, Michoacán, San Luis Potosí, Puebla, Guerrero, Veracruz, Oaxaca, Tabasco, Chiapas y Yucatán.

Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas

Estación	Población
XEZV La Voz de la Montaña	Guerrero
XENAC La Voz de los Chontales	Tabasco
XETLA La Voz de la Mixteca	Oaxaca
XETAR La Voz de la Siera Taramara	Chihuahua
XEPET La Voz de los Mayas	Yucatán
XEPUR La Voz de los Purépechas	Michoacán
XEVFS La Voz de la Frontera Sur	Chiapas
XEGLO La Voz de la Sierra Oaxaca	Oaxaca
XEANT La Voz de las Huastecas	San Luis Potosí
XEOJN La Voz de la Chinatla	Oaxaca
XEZON La Voz de la Sierra Zongolica	Veracruz
XEJMN La Voz de los Cuatro Pueblos	Nayarit
XEQUIN La Voz del Valle	Baja California
XECTZ La Voz de la Sierra Norte	Veracruz
XEJAM La Voz de la Costa	Oaxaca

Las lenguas en las que se transmite son, entre otras, chatino, amuzgo y mixteco de la costa en Oaxaca; tojolabal, tzotzil, tzeltal y mam en Las Margaritas, Chiapas; en la sierra tarahumara en Guachochi, Chihuahua, en rarámuri, guarijío y o'dhame.

La prestación de estos servicios por parte de Notimex ha permitido romper, en parte, el aislamiento en el que se encuentran numerosas comunidades indígenas; en algunos casos la radiodifusora es el único enlace que existe con el exterior que en determinados casos permite prestar ayuda en situaciones de desastres como es el caso de algunas poblaciones a las que se les ha alertado sobre contingencias ambientales o meteorológicas.

3.3 Cobertura internacional

Notimex es la única agencia de noticias a nivel nacional que tiene oficinas en el extranjero. En Estados Unidos la sede de la regional está en Washington, D.C. y cuenta con oficinas en ciudades como Los Angeles, San Antonio, Chicago y Nueva York; la regional de Europa está en Madrid, España; la de Centroamérica y el Caribe en San José de Costa Rica; y, finalmente, la oficina regional en América del Sur, en Santiago de Chile.

En 1998 Notimex tenía 13 corresponsales en Estados Unidos y Canadá, 17 en América del Sur, 16 en América Central y el Caribe, 8 en Europa y 1 en Asia.

Para ese mismo año Notimex llegó a proporcionar servicios informativos a más de 457 suscriptores: 369 nacionales y 88 en el extranjero, 214 periódicos, 97 radiodifusoras, 23 cadenas de televisión, 20 agencias informativas, 10 universidades públicas, 1 universidad privada, 7 embajadas, 18 gobiernos, 9 organismos privados y 52 públicos. Como cada suscriptor

recibe en ocasiones más de un servicio, la cartera de clientes en 1998 se integró por 902 servicios-cliente.

Notimex ha incrementado sus servicios informativos en el mercado sudamericano con la intención de atender las necesidades de los países latinoamericanos, tratando de ofrecer una alternativa verosímil y propia ante aquellos servicios transregionales que, de acuerdo a Fernando Reyes Mata: “nos informan de una América Latina que no corresponde a nuestras vivencias pero que terminamos creyendo por su fuerza comunicativa”²⁴.

A treinta y dos años de su nacimiento, Notimex ha avanzado en inmediatez y oportunidad en la noticia, “la apertura del nuevo servicio de transmisión directa a Centroamérica y el Caribe durante la actual dirección, otorga a la agencia un perfil genuinamente regional, autóctono, que pondrá por encima de todo los intereses culturales, económicos y políticos de cada país del istmo”²⁵.

Esta transformación va de la mano con la superación en la calidad de los contenidos informativos y en la expansión de la cobertura. Notimex posee una extensa red de corresponsales en Sudamérica y su presencia en la zona es reconocida y prestigiada, lo que permitirá comercializar sus productos informativos.

En Sudamérica se esperan “productos singulares, con denominación de origen y ubicados en áreas (...) de interés”²⁶, dado que los estudios que se han llevado a cabo muestran que los medios están muy interesados en información relacionada con la realidad que les rodea, por lo que demandan a las agencias

²⁴ Aspirós, J. A. “Penetrar en el mercado informativo sudamericano: la meta y el reto” El Hilo Marzo 1996. P.2

²⁵ Medina Viedas, Jorge. Discurso de inauguración del servicio de transmisión directa a Centroamérica y el Caribe, San José, C.R. Enero 1998.

²⁶ *Ibid.*

informativas notas relacionadas directamente con la realidad del país donde se ubica el medio²⁷.

La coyuntura es propicia para la creación de una empresa continental sobre todo si consideramos que la historia, la cultura, los acontecimientos políticos y económicos tienen elementos comunes en los países latinoamericanos y, en especial, por el interés que la realidad de México representa para Sudamérica. La formación y afianzamiento de “vínculos informativos” generaría, desde la óptica de Notimex, una visión latinoamericana de su propia realidad, y ello representaría un incremento de la independencia informativa con respecto a las agencias internacionales, objetivo básico que Notimex se ha planteado desde sus orígenes.

3.4 Relación con los medios

Notimex ha experimentado cambios sustanciales tanto en el aspecto técnico como en el de sus contenidos. Por necesidades propias ha diversificado la temática de su información y, gracias a ello, la cobertura es cada vez mayor, igual que la rapidez y oportunidad de la información resultantes de la extensa red de corresponsales con que cuenta en la actualidad.

Como “medio de los medios” Notimex juega un papel importante como distribuidor informativo, nacional e internacional, por los servicios que ofrece a sus suscriptores, entre los que se encuentran desde diarios, hasta estaciones de radio, televisión y agencias internacionales, para quienes la información proporcionada por la agencia representa un alto grado de confiabilidad, como en el caso de Televisa que consulta a la agencia para confirmar la información

²⁷ Ibid.

que habrá de proporcionar, esto refleja la importancia que Notimex ha adquirido en el contexto de las comunicaciones en el ámbito nacional.

Dicha importancia estriba no sólo en el número de suscriptores que, finalmente, son los que permiten la permanencia de la agencia en función de los ingresos que proporcionan por el pago de los múltiples servicios; sino también en los clientes nacionales y extranjeros que permiten proyectar la imagen de la agencia en términos de pertinencia, rapidez y confiabilidad de la información, sobre todo cuando los suscriptores dependen de los despachos de ésta para mantener informado a su público.

Notimex proporciona servicios informativos a diversos medios; su clientela, como es el caso de cualquier institución que proporciona algún servicio, es variable.

La composición, distribución y número de sus abonados pueden revelar por un lado eficacia en el servicio, o bien, la única fuente disponible. En el primer caso podemos hablar de un alto grado de capacidad en el manejo y distribución informativa; en el segundo, se puede percibir cierta dificultad para evaluar la calidad del servicio si no existe otro punto de comparación.

Llama la atención el hecho de que Notimex ha tenido suscriptores fieles durante una y dos décadas, como se observa en la siguiente tabla de suscriptores veteranos de la agencia.

Suscriptores veteranos de Notimex

Medio	Años
La Opinión (Minatitlán, Veracruz)	19
Diario del Sureste (Mérida, Yucatán)	18
Núcleo Radio Mil (México, D.F.)	18
Televisión Azteca ²⁸ (México, D.F.)	18
El Nacional (México D.F.) ²⁹	17
El Heraldo de Toluca (Edo. De México)	17
El Diario de Monterrey (Nuevo León, Monterrey)	17
XHPR (Veracruz, Ver.)	17
XHHB Radio Sonora (Hermosillo, Sonora)	17
Organización Radio Oro (Puebla, Pue.)	17
Notisistemas (Guadalajara, Jal.)	17
Televisa (México, D.F.)	17
Agencia Alemana DPA	16
Agencia Cubana Prensa Latina	14
Radio Educación (México, D.F.)	13
XHIPN Canal 11 (México, D.F.)	13
El Diario del Yaqui (Sonora, Son.)	12
Agencia Española EFE	11
X'Press Information Services (Denver E.E.U.U.)	11
Ocho Columnas (Toluca, México)	10
La Opinión (Los Angeles, California)	10

²⁸ En este caso se hace referencia a las anteriores direcciones de la televisora. Originalmente fue Canal 13, posteriormente IMEVISION y, actualmente, TV Azteca de propiedad particular

²⁹ El Nacional hasta antes de su desaparición fue suscriptor de Notimex.

4. El papel político de Notimex

4.1 La política informativa de la agencia

La importancia de la distribución de noticias reside en la posibilidad de transmitir información a grandes núcleos de población con la intención de cubrir sus necesidades informativas de la más diversa índole, pero igualmente cubre las necesidades del poder político en función de los alcances que el manejo y control de la información representan para los centros de poder.

Una agencia informativa al recabar información, seleccionarla y, finalmente distribuirla, parte de un criterio comercial, pero al mismo tiempo ideológico-político en función de su clientela. Este último aspecto es importante ya que la actividad periodística está, evidentemente, vinculada a la política.

El control de la información no sólo reside en la propia agencia sino en función de la relación que ésta establezca directa o indirectamente con el poder.

La política informativa se entiende como el criterio o la óptica que determina decidir qué se recolecta, cómo se procesa y de qué manera se distribuye la información que genera la agencia a partir del contacto de primera mano con el hecho que constituye la noticia y que, por tanto, va a ser demandado por los diversos actores sociales, ya sean particulares, empresas, organismos públicos o fuentes de poder político.

En este sentido una noticia no es algo que por sí mismo sea importante, sino que la relevancia del hecho está determinada por el demandante en función de sus necesidades o prioridades informativas.

Es importante señalar que la política informativa supone no sólo seleccionar la información a partir de su pertinencia, relevancia o actualidad,

sino también en función de la seguridad nacional, y las propias necesidades del régimen en función de la imagen que éste pretende proyectar o reforzar en los públicos.

4.2 La independencia informativa

Decíamos en un principio que Notimex se creó en parte para lograr una independencia informativa en función de la hegemonía de las empresas transnacionales de la información. Esta independencia radica ciertamente en el hecho de que no depende de los despachos de estas agencias, sino de sus propios corresponsales, emplazados estratégicamente en las ciudades del mundo donde ocurren los principales sucesos de importancia para los suscriptores de la agencia, que en su mayoría se encuentran en Estados Unidos, América Latina y el Caribe.

En este sentido se pretendía generar productos informativos como equivalente de la “sustitución de importaciones” que implica no sólo la autonomía, sino la reducción de los costos que supone la compra de la información a las grandes agencias internacionales.

La independencia informativa es de gran importancia no solamente por la reducción de los costos y el evidente aumento de los ingresos, sino sobre todo por lo que representa en términos de credibilidad.

Evidentemente ninguna agencia informativa o medio de difusión es o puede ser neutral, pero si puede aspirarse a una mayor objetividad o, en última instancia, a la pluralidad.

4.3 Relaciones con el grupo gobernante

La existencia de medios de difusión informativa implica la necesidad de negociar en ciertos casos posturas político-ideológicas con el aparato de poder dado que la independencia informativa de un medio o de una agencia es relativa, dependiendo en todo caso del clima político prevaleciente o bien de las características propias de los regímenes políticos.

La relación de Notimex con el grupo gobernante se ha visto sujeta a negociaciones que tienen que ver con los recursos para su operación. Al menos en los últimos 10 años, la agencia ha tratado de ganarse a pulso su credibilidad y, prueba de ello es que a estas fechas entre sus suscriptores figuran publicaciones que antes fueron muy reacias y hasta críticas de la agencia. La gama de ellas incluye a *Excélsior*, *El Universal*, *El Sol*, *El Herald*, *La Prensa*, *Novedades*, *Crónica*, *Unomásuno*, *La Jornada*, *Reforma*, etc.

En ciertas circunstancias el control que se ejerza sobre los medios y las agencias puede ser directo, y en otras puede darse una mayor posibilidad de crítica al poder. Esta es una situación inevitable pues al margen de las posibilidades políticas que supone el ejercicio de la información, la independencia informativa es una cuestión de primer orden, sobre todo en términos de credibilidad.

Evidentemente no se puede hablar de una independencia absoluta, como de objetividad absoluta, pues cada medio o agencia responde a intereses de grupo, clase o sector.

Desde sus inicios Notimex ha jugado un papel destacado en función de las necesidades políticas de los distintos regímenes. Hagamos una revisión general a cada una de las direcciones de Notimex.

4.3.1 Enrique Herrera Bruquetas

El 20 de agosto de 1968, durante el periodo de Díaz Ordaz surgía Notimex como una empresa de Sociedad Anónima, teniendo como director a Enrique Herrera Bruquetas quién se había desempeñado como titular de Información de la Secretaría de Gobernación.

El nacimiento de Notimex respondía a la necesidad del gobierno de ofrecer una información organizada y centralizada sobre los juegos olímpicos, en primera instancia, aunque su fundación igualmente pretendía proporcionar noticias sobre acontecimientos nacionales y de procedencia extranjera para reducir, en la medida de lo posible, la dependencia hacia los grandes monopolios informativos transnacionales.

Es importante señalar esto por la relevancia que implica la búsqueda de la independencia informativa en condiciones como las prevalecientes durante el periodo en cuestión, sobre todo por las dificultades que para el grupo gobernante representó, entre otros acontecimientos, el movimiento estudiantil.

La independencia informativa significaría para el régimen la posibilidad de dar su propia versión no sólo sobre tales acontecimientos, sino sobre la propia realidad del país tratando de “ver el mundo con ojos distintos”, como el propio director fundador ha señalado³⁰.

Enrique Herrera fungió como director desde los inicios de Notimex hasta 1970, ya que al crearse la Subsecretaría de Radiodifusión de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, el 2 de diciembre de 1970, fue nombrado subsecretario de dicha subdirección al inicio del sexenio echeverrista.

³⁰ 30 años de Notimex RTC video, 1998

Desde sus primeros años Notimex tuvo un desempeño muy precario ya que si bien la agencia pretendía lograr un determinado margen de independencia informativa frente a las grandes agencias internacionales de noticias, su dependencia del poder se manifestaba a través de la sujeción a la Secretaría de Gobernación, a pesar de ser una agencia privada.

4.3.2 Rolando Ortega Calderón

La dirección de Rolando Ortega, una de las más cortas, 1971-1972, inició en un periodo en el que el país trataba de recobrase de la crisis de credibilidad sufrida en el sexenio anterior. El nuevo presidente, Luis Echeverría, habrá de buscar el incremento de la credibilidad gubernamental a partir de una de sus premisas de campaña, la famosa “apertura democrática”, cuya función era la de permitir la manifestación de opciones distintas a la oficial, dados los conflictos entre sociedad y Estado manifestados a través del movimiento estudiantil y la respuesta gubernamental. Sin embargo los trágicos sucesos del 10 de junio de 1971 trajeron de vuelta la desconfianza y las promesas de apertura democrática quedaron en tela de juicio; las consecuencias de la actitud gubernamental fueron desastrosas para el ambiente político del sexenio echeverrista.

Durante los primeros años del sexenio echeverrista, Notimex sufrió una cierta indefinición institucional, ya que era considerada en el medio periodístico como una dependencia de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Para 1972, con la salida de Rolando Ortega, el secretario de gobernación, Mario Moya Palencia, nombró a Horacio Estavillo director de la agencia.

4.3.3 Horacio Estavillo Laguna

La siguiente dirección de Notimex, 1972-1976, a cargo de Horacio Estavillo concluyó el sexenio ccheverrista. Durante este periodo la agencia continuó su situación de indefinición, con las implicaciones políticas que ello ocasionaba.

En esta etapa Notimex mantuvo su presencia a través de los noticieros de Telesistema Mexicano, que poco después se transformaría en Televisa, además de Televisión Independiente de México, el canal 8 que posteriormente fue adquirido por Televisa, y la estatal Corporación Mexicana de Televisión, Canal 13.

Con la incursión del Estado en la televisión a través del Canal 13 en 1972, Notimex fue responsable de la elaboración de sus noticieros; en el mismo año estableció un convenio con Televisa para tener acceso a sus noticieros, exceptuando *24 Horas*. El convenio con Televisa garantizaría a Notimex el 70% de las utilidades resultantes de la venta de espacios comerciales en dichos noticieros, a cambio del uso de una línea de microondas Reynosa-Distrito Federal contratada, a su vez, por Notimex, además de material filmico y textos necesarios para sus programas. Sin embargo dicho convenio no llegó a cumplirse dado que el equipo de la agencia necesario para la conducción de la información tenía serias deficiencias.

Uno de los avances significativos durante esta dirección fue el establecimiento de intercambios con agencias extranjera, la italiana IPS y la yugoslava Tanyung, quienes se encargaron de difundir información noticiosa de Notimex en el exterior.

Por otro lado en este periodo se comenzó a modernizar el equipo de la agencia a través de lo que se conocía en esas fechas como “acopio electrónico

de noticias” orientado a la difusión televisiva. Notimex se encargaría entonces de la elaboración de los noticieros de Canal 13 recién adquirido por el Estado, perfilándose como una agencia de vanguardia gracias al uso de unidades móviles que se conectaban con el satélite para hacer llegar la información de manera rápida y oportuna; por estas fechas Notimex se encargaba de elaborar el 60% de las noticias en el país.

En 1974 Notimex recibió un premio por la elaboración de un programa televisivo de contenido social llamado “¿Qué pasa en México?”, incrementando el prestigio de la agencia

En 1975 Notimex integra el Departamento de Servicios Fílmicos, además de otros servicios como la elaboración de audiovisuales para diversas dependencias públicas e instituciones y empresas privadas, ampliando con ello la cobertura y diversificando las actividades de la agencia.

4.3.4 Pedro Ferriz Santacruz

En 1976, al inicio del sexenio de López Portillo fue nombrado director Pedro Ferriz Santacruz, abogado e historiador con una trayectoria importante en el medio periodístico como pionero de la televisión y comentarista en la misma.

Ferriz Santacruz quedó al frente de la agencia hasta el siguiente sexenio en que fue sustituido por López Azuara. La agencia que recibió para esa fecha se encontraba en condiciones de gran precariedad y nulo desarrollo³¹.

Durante la dirección de Pedro Ferriz la relación entre la agencia y el gobierno se modificó, ya que dejó de ser mediada por la Secretaría de

³¹ Trejo Delalbre, op. Cit P. 34

Gobernación; a partir de este periodo la relación se estableció directamente con el presidente de la república, a través del director de comunicación social, Luis Javier Solana.

En dicha dirección se sostuvieron, e incluso se incrementaron, los vínculos con las agencias de los Países No Alineados y fueron suscritos diversos convenios bilaterales con algunas de ellas, lo que suponía el envío de representantes de Notimex hacia los países sede y los correspondientes de las agencias extranjeras a México.

Sin embargo, la agencia había entrado en un periodo crítico dado que sus finanzas se vieron seriamente afectadas y surgieron dificultades económicas que plantearon la posibilidad del cierre.

Notimex cambió entonces su estrategia informativa y planteó la regionalización informativa, a través de la división en zonas estratégicas para responder a las necesidades de información que cada región específica requería, sobre todo a nivel nacional y hacia los Estados Unidos.

4.3.5 Miguel López Azuara

Procedente del grupo de Julio Scherer en *Excélsior* y *Proceso*, López Azuara propuso al inicio de su periodo, el 14 de enero de 1982, realizar un proyecto de expansión y desarrollo de la actividad informativa de Notimex para lograr mejoras sustanciales al “hilo”, crear una planta ideológica plural de articulistas y depurar, además de fortalecer, las finanzas de la empresa.

López Azuara encontró problemas de carácter financiero dado que la agencia carecía de ingresos seguros; uno de los ingresos que habían sido importantes para Notimex, los provenientes de *Lotería Nacional*, se perdieron por la reacción inmediata de Televisa de cancelar el noticiero producido por la

agencia al enterarse del nombramiento de López Azuara, por sus antecedentes políticos en *Excélsior* y *Proceso*.

Una de las medidas tomadas por López Azuara para sanear las finanzas fue el cierre de las corresponsalías en el extranjero, debido a que eran económicamente insostenibles por su escasa labor periodística; los recursos con los que contaba la empresa se dirigieron al desarrollo de las instalaciones, los servicios de radio y televisión.

Durante este periodo se introdujo en la agencia el sistema computarizado y digital que permitió ampliar la cobertura de sus suscriptores a 200.

Notimex también produjo un noticiario radiofónico nocturno de 30 minutos difundido por 108 emisoras a nivel nacional y por Radio México a 140 países.

Se integró el servicio de artículos editoriales producidos en su mayoría por colaboradores externos, en coordinación con los *features* del departamento de servicios especiales, elaborados por personal planta de Notimex. Esto representaba un incremento de la pluralidad de enfoques y contribuyó al aumento de los ingresos, ya que muchos suscriptores solicitaron la exclusividad en sus zonas de influencia a cambio de tarifas extras.

Además de la creación de una escuela de voces para radio y televisión, también en esta época Notimex experimentó los primeros intentos para la formación de un sindicato.

Sin embargo, en ese mismo año los cinco accionistas titulares de Notimex, Miguel López Azuara, Carlos Ferreyra, Armando López Becerra, Roberto Galindo y José Carreño Figueras, cedieron sus derechos al gobierno y la agencia pasó a ser empresa de participación estatal mayoritaria con las consecuencias políticas que ello implicó, como la reducción de la

independencia ideológica y de la pluralidad, así como un mayor control gubernamental de la dirección y de la propia política informativa.

4.3.6 Héctor Manuel Ezeta

La breve dirección de López Azuara concluyó con el nombramiento de Héctor Manuel Ezeta el 21 de enero de 1983, durante el sexenio delamadridista. A partir de entonces Notimex se incorporó a la normatividad estatal en todos los sentidos.

Se creó el sindicato de trabajadores de Notimex al que se incorporaron una parte de los trabajadores, pues algunos reporteros se afiliaron al Sindicato Nacional de Redactores de Prensa como una sección; se crearon también el Centro de Documentación y la Dirección de Análisis.

Fue en este periodo en el que se comenzó a modificar la infraestructura técnica de la agencia, dado el atraso que se tenía con respecto a las agencias internacionales, y se integró la tecnología en computación para responder a las nuevas condiciones de la competencia mundial en este terreno.

El cambio operado en la agencia implicó el traslado a nuevas oficinas, modificaciones en la estructura informativa, la sustitución de la tecnología tradicional y el desarrollo de una estrategia informativa acorde a las condiciones políticas de Centroamérica, debido a que el país requería en ese momento de establecer alianzas con países de la región para lograr la paz en El Salvador. Esta dirección concluyó en 1988, coincidiendo con el cambio de sexenio.

4.3.7 Raymundo Riva Palacio

Al comienzo del sexenio de Carlos Salinas se produjo un nuevo nombramiento: Raymundo Riva Palacio, periodista, asumió la dirección de Notimex en 1988.

En las nuevas condiciones económicas y políticas del país, el proceso de globalización que se iniciaba implicaba la inminente apertura de México al comercio internacional y la modificación de su estructura económica que suponía el abandono de la política social, la reducción del aparato de Estado y nuevas formas de integración económica.

Notimex modificó nuevamente su estrategia informativa y la dividió en dos: por un lado la orientada hacia la cobertura internacional, a través del establecimiento de oficinas en varios estados de la Unión Americana para incrementar la presencia de México en la zona y, por otro lado, la estrategia a nivel nacional, que consistió en dividir el país en zonas socioeconómicas con la intención de elaborar y distribuir en cada una información acorde a sus necesidades específicas, tanto en el ámbito político, como en el de la cultura propia de cada lugar.

A partir de Riva Palacio las siguientes direcciones tendrían una duración de dos años en promedio, tal vez en la medida en que se hizo necesario reforzar la legitimidad del poder, dado que la sucesión presidencial de 1988 se dio en un marco inusitado de competencia sin precedentes en varias décadas. La necesidad de legitimar el proceso electoral cuestionado ampliamente por su falta de transparencia requirió amplios esfuerzos en los medios para reposicionar, en la medida de lo posible, la imagen de las instituciones gubernamentales.

4.3.8 Pablo Hiriart LeBert

Con Pablo Hiriart, actual director del diario La Crónica, quién inició su periodo en 1990, se incrementó sustancialmente la regionalización del trabajo de Notimex, lo que significó una descentralización informativa muy importante de lo que el país requería en las nuevas condiciones de la globalización. Se crearon oficinas regionales con la intención de captar más información y mejor calidad en la misma, para lograr una mayor penetración en cada zona y, a la larga, una mayor presencia y penetración en los mercados internacionales, como parte de la nueva línea política del país en el sexenio salinista.

Un aspecto importante que llama la atención de este periodo es la cobertura que logró Notimex de la Guerra del Golfo, el conflicto bélico de Estados Unidos con Irak a principios de 1991. Notimex fue el primer medio informativo latinoamericano en entrar a Irak y proporcionar información desde una perspectiva latinoamericana, acorde a la política informativa que desde sus inicios lo había señalado como uno de los principales objetivos.

4.3.9 Rubén Álvarez Mendiola

A la llegada de Rubén Álvarez, 1992-94, la capacidad de la agencia se incrementó y duplicó sus vías de transmisión; a partir de estas fechas, según Álvarez, Notimex comenzó a perfilarse como una agencia del Estado, más que

como agencia gubernamental³², considerando como prioritario no presentar una visión de los hechos de corte oficial o gubernamental, sino estatal, partiendo del papel que el Estado debe cumplir en cuanto al compromiso que establece con la sociedad. En este sentido, según Alvarez, la política informativa de Notimex se orientó hacia la sociedad civil, más que a las necesidades propias del aparato de poder.

El mismo exdirector señaló que la objetividad de la agencia se manifestó a través de la amplia cobertura sobre el conflicto en Chiapas y el seguimiento informativo del “Caso Colosio” en el que no sólo se emitieron datos, sino también puntos de vista que alimentaran la opinión pública.

4.3.10 Jorge Medina Viedas

En 1994 Jorge Medina Viedas es nombrado director de Notimex. Su trayectoria incluye cargos administrativos en el gobierno federal y estatal como director de RTC, director de comunicación social y director del IMER, además de ser miembro del PRI desde 1986.

En la actual dirección Notimex inició una serie de cambios sustanciales en el área tecnológica, en el personal y en los productos informativos proporcionados por la agencia como parte de la necesidad de enfrentar nuevas condiciones del mercado y cambios significativos en la situación política, en un contexto social que reclama mayor pluralidad.

El cambio operado en Notimex a partir de su más reciente dirección es resultado de la participación del gobierno, dado que el apoyo del presidente Zedillo ha sido determinante³³.

³² Ibid.

³³ Ibid.

La inversión gubernamental en Notimex ha dado como resultado inmediato la ampliación de la cobertura en audio y video; además se ha ampliado la cobertura latinoamericana y se ha desarrollado el hilo en inglés y algunas producciones en portugués.

Para Medina Viedas el cambio en Notimex ha traído un 50% más de clientes, 543 que constituyen una cantidad aproximada de mil suscriptores, gracias a la política de expansión que se adapta a las condiciones actuales de cambio.

En esta administración la agencia ha establecido un compromiso con el país, pues su obligación como agencia estatal es apoyar la soberanía nacional, además de expresar los valores, las tradiciones y la cultura nacional como un deber.

Ello requiere de la elaboración de un modelo informativo propio que responda a las necesidades propias del país, representando además a las diversas fuerzas políticas que existen para darles a cada una de ellas voz³⁴.

Fue a partir de 1998 cuando se restableció el Consejo Editorial conformado por los propios suscriptores, y que ya existía desde la época de Pablo Hiriart, como parte de la política de la agencia para fortalecer su imagen.

Esta nueva imagen de la agencia consiste, de acuerdo a los planteamientos de su director, en rechazar "aquellos modelos informativos que privilegian el sensacionalismo, la práctica sistemática del olvido y (...) la persistente obsesión por la frivolidad y la trivialización de la vida pública, como un deprimente espectáculo"³⁵.

³⁴ Ibid.

³⁵ Medina Viedas, J. Ceremonia conmemorativa del 30 aniversario de Notimex. Versión extraoficial, Agosto 20, 1988

La dirección actual está más preocupada por las nuevas condiciones de la competencia informativa en función de los cambios que se han producido a nivel nacional e internacional, los cuales se manifiestan tanto en el terreno de la innovación tecnológica, como en la vida política nacional y el nuevo contexto internacional de la globalización económica y sus secuelas.

Por ello ha ido adquiriendo una personalidad institucional que la acerca a convertirse, según su actual director, en un instrumento muy importante del Estado mexicano de cara a sus relaciones con el mundo, Notimex puede convertirse en el corto plazo en la agencia que proporcione al resto del mundo la visión de los ciudadanos latinoamericanos, y de los gobiernos legítimos de cada uno de los países de la región³⁶.

4.4. Control de la información

Habíamos señalado que las agencias informativas funcionan no sólo como receptores de la información que se genera día con día y que habrá de distribuir como parte de un servicio que la sociedad requiere para dar satisfacción a múltiples necesidades, sino también como emisores de una visión particular que se proyecta en función de la defensa de sus intereses, tanto económicos como de carácter político-ideológico.

Esta defensa de intereses se entiende como un medio de supervivencia, pues las propias condiciones de la competencia generan situaciones que en determinados casos obstaculizan la labor informativa o rebasan, como sucede en el caso de los cambios que se han operado en la tecnología, las posibilidades competitivas de las agencias en tanto empresas.

³⁶ Medina Viedas, Jorge. El Nacional, Suplemento *Medios*, Año 1, N° 22, 23 de agosto de 1998.

En este sentido la actualización tecnológica es la condición indispensable para la permanencia de una agencia en el mercado de la información o bien sus posibilidades de abarcar otros mercados o conservar los que se tienen.

Lo anterior hace referencia a las cuestiones propias de la actividad empresarial, pero nuestro interés se dirige más a las implicaciones políticas de ello en función del papel político que una agencia informativa logra tener, dadas sus posibilidades de distribución informativa, y lo que ello representa en la medida en que la información, su obtención, distribución y manejo suponen en relación con los recursos de control político.

Una agencia informativa es un mediador entre los públicos y los hechos; debemos señalar que la información no sólo cumple una función cognoscitiva, sino que al mismo tiempo genera inquietudes o permite la reflexión sobre los hechos en la medida en que los públicos tienen acceso a distintas fuentes, o bien, en razón directa con sus niveles socioculturales o también por sus propias necesidades informativas acordes a sus actividades.

La información representa una posibilidad de conocer, sobre todo cuando los datos son accesibles gracias a la cobertura que los medios logran. Lo que se conoce a través de los medios de mayor difusión no sólo representa información accesible, sino al mismo tiempo prestigiada por proceder de instituciones serias, legalmente constituidas o con una determinada trayectoria que avalan la información, partiendo de la premisa según la cual distribuir o publicar de ciertos datos constituye una actitud responsable que ha sido proporcionada por medios que no habrían de arriesgar su prestigio o imagen dando información falsa o poco confiable.

Es precisamente por esta visión de los medios informativos que ha sido posible que éstos se hayan convertido en medios de control político indirecto,

sobre todo cuando éstos sirven a las necesidades del poder político. Si la prensa, la radio la televisión no ejercen la crítica de la información de alguna manera contribuyen a estabilidad del sistema político y estaríamos hablando entonces de un compromiso tácito entre ambas partes al margen de las necesidades del cuerpo social.

Consideremos que los periódicos en sus orígenes fueron espacios de discusión político-ideológica y, por tanto, elementos del poder, el “cuarto poder” han sido llamados en función tanto de sus posibilidades informativas como persuasivas.

La actividad informativa de los medios no es sólo de tipo empresarial, como hemos señalado, sino de carácter político por su papel ante la “opinión pública” y la posibilidad de privilegiar información o de dar prestigio.

En un editorial el periodismo impreso, televisivo o radiofónico manifiesta posiciones específicas con respecto a una situación, a las actividades políticas o de la más diversa índole, o bien, hacia la política oficial, misma que puede avalar, rechazar o ignorar, ello como un recurso para reforzar los puntos de vista de sus públicos cautivos o los potenciales que pudieran tener acceso a la información.

Por lo anterior podemos señalar que la actividad informativa posee un determinado prestigio resultante de su trayectoria o de sus relaciones con el poder.

Si consideramos que la prensa surge como una manifestación concreta de la “libertad de pensamiento” y la “libertad de expresión”, ambas consagradas en el texto constitucional y parte sustancial de las garantías individuales y la democracia, la actividad periodística está indudablemente vinculada a la actividad política, no sólo por representar un fundamento de la

vida democrática, sino por el propio papel que la prensa ha desempeñado en situaciones de cambio político o de revolución social.

Esto podemos corroborarlo a través de la propia historia del país, en periodos en los que la prensa crítica fue un apoyo sustancial para el cambio político y, por lo tanto, perseguida por regímenes autoritarios o dictatoriales.

El prestigio de la prensa, entonces, ha sido resultado del tiempo y de su propia trayectoria que avala la calidad de la información distribuida y que, al mismo tiempo, somete a su propio criterio ya que los medios informativos no sólo muestran el hecho, sino lo someten a una visión particular proveniente de la toma de partido o el compromiso ideológico.

La discusión sobre la neutralidad informativa está rebasada por los hechos y, en última instancia, lo que sí es posible lograr es una mayor objetividad, que es, en todo caso, el reclamo de la sociedad civil en las condiciones actuales de pluralidad. Y es justamente la pluralidad lo que no refuerza la idea de la mayor participación y la expresión de las múltiples voces, desechando la idea de neutralidad, dogmatismo o imposición de una sola vertiente de pensamiento o de una visión oficial que se impone a la sociedad ante la imposibilidad de tener otras.

5. Los cambios políticos en México

En la última década hemos presenciado cambios sustanciales en las estructuras políticas; la crisis que enfrenta el aparato de poder ha generado modificaciones importantes a los medios tradicionales de su ejercicio que se fueron perfilando a lo largo de los últimos treinta años.

Los años de la estabilidad política, el periodo que comprende la institucionalización, el surgimiento del partido de Estado, el corporativismo y el populismo formaron parte de un modelo de control político que, finalmente, agotó sus posibilidades. El movimiento ferrocarrilero del año 58 fue tal vez el primer indicador de esta inminente crisis, ya que evidenció la incapacidad del Estado para negociar y reintegrar el movimiento al control oficial de las centrales obreras, como tradicionalmente se había hecho. Por desgracia la respuesta gubernamental se tradujo en represión y encarcelamiento a los dirigentes, sobre todo a aquellos de filiación comunista, como en el caso específico de Valentín Campa.

A este importante hecho político, la movilización ferrocarrilera, le siguieron otras de menor magnitud, pero no de menor importancia, como fue el caso del movimiento magisterial y la huelga de los telegrafistas entre fines de los años cincuenta y principios de los sesenta.

En los años sesenta surgieron movilizaciones importantes de las cuales la más significativa fue la estudiantil, cuyas demandas constituyeron un desafío a la política tradicional que percibía en los reclamos democráticos una amenaza a la "unidad nacional". La represión y el desprestigio generado desde el poder, con la contribución de los medios de comunicación, la prensa y sobre todo los medios electrónicos, agudizó las fricciones entre el aparato

gubernamental y el movimiento estudiantil que culminó en los trágicos sucesos del 2 de octubre en la Plaza de las Tres Culturas en Tlatelolco.

La respuesta gubernamental al movimiento estudiantil- la represión policiaco-militar- marcó el inicio de la crisis en el sistema político mexicano. Sin ánimo de exagerar los hechos, 1968 fue el parteaguas de la política nacional cuyos resultados han comenzado a notarse en la vida política y cultural del país.

Los años setenta han de presenciar una serie de hechos altamente significativos, tales como la represión del 10 de junio que redujo la credibilidad de la “apertura” propuesta por Echeverría e inició una serie de fricciones entre el Estado y algunos grupos opositores que optaron por la clandestinidad y dieron vida a la guerrilla, tanto en algunos estados, como el caso de Guerrero y de la Ciudad de México.

Igualmente la crisis política de 1976, año en el que las elecciones presentaron un panorama enrarecido, dado que tanto el partido oficial, PRI, y los partidos que constituyeran en ese entonces la oposición oficial, PARM y PPS, postularon al mismo candidato, José López Portillo.

En este proceso electoral el PAN no participó en la postulación de candidato presidencial, lo que significó una negativa a avalar unas elecciones altamente cuestionadas. Dicho proceso electoral, a todas luces dudoso, requirió de la instrumentación de una reforma político electoral que posibilitara la participación de otras fuerzas políticas, incluyendo partidos de izquierda que, aunque incipientes, contribuyeran en la medida de lo posible a restituir la credibilidad gubernamental.

Esto dio origen a lo que podría considerarse un sistema de partidos que culminaría con la inusitada respuesta en las elecciones de 1988, en las cuales se presumió el triunfo de la oposición reestructurada en coalición de partidos

de la más variada ideología y cuya derrota se atribuyó a la cuestionada “caída del sistema” que deterioró sensiblemente la credibilidad del sistema político. Para estas fechas la crisis del poder político era ya innegable.

Décadas de fraude electoral pasaban, relativamente, a la historia, dada la afluencia inusitada de la sociedad civil a las urnas, si consideramos la gran indiferencia que la ciudadanía había manifestado a través del abstencionismo en los últimos procesos electorales.

Dicha participación sin precedentes fue lo que de alguna manera determinó la caída del sistema electoral en 1988, que significó un triunfo muy cuestionado del partido de Estado que, al parecer, no esperaba esos niveles de participación electoral. Los tiempos del “carro completo” en los que la participación de los electores parecía absoluta comenzaron a pasar a la historia, manifestando la reducción de la capacidad de convocatoria del Estado; ahora los ciudadanos parecían volcarse, al margen del partido oficial, por opciones reales y acordes a necesidades de renovación política que emergían de la propia sociedad y que contrastaban con la despolitización que el propio aparato de poder había fomentado por décadas.

Dicha participación no se esperaba y tal vez por ello la reacción del aparato gobernante se tradujo en acciones de carácter ilegal. En los medios no oficiales se manejó la hipótesis del “maquillaje” de las cifras para evitar el triunfo de la oposición; de manera inmediata el Congreso, con mayoría priísta, se preparó para una reforma electoral que redujera, desde el propio ámbito de la legalidad, las posibilidades de triunfo de la oposición.

Indudablemente estos hechos resultaron contraproducentes porque redujeron la credibilidad no sólo del sistema electoral, sino de las propias instituciones gubernamentales y generaron indirectamente nuevas formas de organización dando como resultado triunfos de la oposición y movilizaciones

que culminaron con la renuncia de varios gobernadores del PRI, hechos sin precedentes en la historia política del país.

La década pasada presenció múltiples y significativos cambios: triunfos electorales tanto del PAN a nivel de gubernaturas, diputaciones y presidencias municipales; la reducción drástica de la mayoría priista en el Congreso, y un triunfo importante del PRD en las elecciones para la Jefatura del Gobierno del Distrito Federal, con la postulación de Cuauhtémoc Cárdenas como jefe de gobierno en el corazón político del país.

Otros hechos de gran relevancia política son el resurgimiento de la guerrilla, tanto en Chiapas como en Guerrero, los vínculos de los narcotraficantes con funcionarios públicos, las ejecuciones sumarias que involucran a grupos paramilitares, los crímenes políticos más cercanos a los “ajustes de cuentas entre mafias” que a la competencia política legal e institucional, la emergencia de la sociedad civil, entre otros.

Todos estos sucesos han generado un nuevo clima político confuso, por un lado, y esperanzador, por otro, sobre todo en términos de modernización política más próxima a la democratización de la vida nacional, que no sólo implica un cambio en las estructuras de poder y su ejercicio, sino también nuevas condiciones de participación de la ciudadanía en las que los medios de difusión tienen nuevos papeles que jugar.

En tales condiciones las agencias informativas han de funcionar en consonancia a los cambios que la sociedad está experimentando a condición de sobrevivir y cumplir con sus funciones no ajenas a la toma de partido.

5.1 El papel de la prensa

Al principio de este trabajo se señaló que Notimex surge en 1968 como parte de la necesidad de dar una cierta coherencia a la información generada en el país con relación a los acontecimientos de ese momento.

Ese año, particularmente, se cuestiona la estabilidad del sistema político y el papel de la prensa en función de su falta de objetividad. No se pone en tela de juicio la ideología de la prensa, sino la incapacidad de darle cabida a otras opciones o posturas ideológicas.

Se argumenta que la prensa, lejos de cumplir con su papel de informar objetivamente y orientar al ciudadano lector, contribuye al control político al informar únicamente sobre acontecimientos que responden a los intereses del poder político, o bien, se “analiza” la información con una óptica que coincide con la visión oficial y se descartan las posturas divergentes que generalmente se identifican con la oposición.

Uno de los fundamentos esgrimidos por el movimiento estudiantil de los años sesenta fue el contubernio entre la prensa y el aparato gubernamental, dado que en la información distribuida por los periódicos, las noticias y los editoriales se distorsionaban los hechos y presentaban un panorama distinto al que se vivía en las aulas y en las calles. Los compromisos entre el gobierno y la prensa a los que aludían los estudiantes revelaban la capacidad de cooptación del poder para tener una prensa “fiel” a las instituciones y contraria a los reclamos democráticos de la sociedad civil.

En esos años la categoría “prensa vendida” es aplicada prácticamente a toda la prensa a la que se le atribuye, al menos en los medios o círculos políticos ajenos al aparato gubernamental, una abierta complicidad con la

“familia revolucionaria”, con las centrales obreras y las diversas formas de cacicazgo.

El año de 1968 fue especialmente significativo con relación a lo anterior dado que la prensa no dio cabida a las versiones de los propios estudiantes que recurrieron a formas marginales de difusión informativa: carteles, volantes, pintas en bardas e información directa en marchas y mítines, aunque en algunas ocasiones fue posible difundir información en la prensa pero a través de inserciones pagadas.

Las movilizaciones estudiantiles eran catalogadas por la prensa de ese año como formas de “alteración del orden público”; la represión policiaca se interpretaba como “enfrentamiento entre grupos estudiantiles rivales” y generalmente se presumía en los editoriales “conjuras contra México por parte de grupos ajenos al sentir nacional” o “participación de fuerzas oscuras contrarias a la idiosincrasia nacional”.

Tales argumentaciones se identificaban, fuera del ámbito oficialista, como propias de los ideólogos del régimen, de periodistas afectos a la corrupción o miembros del séquito de algún político con gran influencia o en vías de incorporarse a puestos de gran relevancia política.

La imagen de la prensa, por tanto, se deterioró sensiblemente y la credibilidad se redujo, sobre todo si consideramos que el control sobre la prensa se intensificó cuando ésta buscó independizarse de las directrices oficiales, como fue el caso específico de *Excélsior*, periódico que cubrió con cierta objetividad el movimiento estudiantil y que interpretó literalmente la apertura democrática de Echeverría, incorporando la crítica al régimen como parte de su postura independiente.

Fue dicha independencia ideológica de *Excélsior* lo que provocó serios problemas a la relación Estado-medios pues se hizo evidente que la crítica al

régimen político no formaba parte sustancial del sistema, sobre todo por la tradición de la apologética a las instituciones y a la figura presidencial a la que se podía criticar, si ello era posible, una vez terminado su periodo.

Dichas fricciones entre la prensa y el gobierno culminaron en la reestructuración de *Excélsior* con la salida de Julio Scherer en 1976, lo cual se interpretó como una maniobra gubernamental, atribuida directamente a Echeverría, tendiente a establecer posiciones y delimitar funciones, excluyendo la crítica y cualquier intento de independencia. La nueva dirección de *Excélsior* reprodujo el viejo esquema de la prensa que establece relaciones cordiales con el poder a condición de permanecer con los beneficios que representa formar parte del presupuesto, aunque no de manera oficial, lo que acentuó paulatinamente la desconfianza en la actividad periodística deteriorando sensiblemente su imagen.

En las condiciones actuales los medios periodísticos hacen grandes esfuerzos por recuperar la credibilidad perdida. La existencia de nuevos periódicos y sus posturas divergentes son una muestra del nuevo papel de la prensa y su relación al poder político.

5.2 La prensa electrónica

Dos de los aspectos más significativos de toda información son su cobertura y su penetración; la información adquiere importancia en función de las posibilidades de acceso de los receptores, por un lado, y por el otro, de acuerdo a las posibilidades de generar al menos ciertos grados de credibilidad que favorezcan la influencia sobre los receptores.

Una de las ventajas de la prensa escrita es la posibilidad de entregarle al receptor-lector información textual y visual de la más variada procedencia, cantidad y connotación político-ideológica.

Tal vez sea necesario señalar que si bien el periódico proporciona material fundamentalmente textual, la imagen, gracias a la mayor definición resultante de las innovaciones tecnológicas, ha adquirido en la última década una mayor importancia, dada la calidad a la que aludimos, la pertinencia, oportunidad o atractivo que pueda tener una imagen, además de la censura o apertura que se tenga a la publicación de ciertas imágenes. Resulta interesante observar la divergencia que se produce entre el periodismo impreso y el electrónico pues el segundo llega a suprimir ciertas imágenes que sólo la prensa publica³⁷.

Esto, indudablemente, favorece la discusión y la profundización en tanto que el lector se enfrenta a diversas posturas que puede aceptar o rechazar, además de estimular la pluralidad que cada vez más se convierte en una necesidad social.

Sin embargo, la desventaja de la prensa es su carácter selectivo en función de las características que exige al receptor: cierto nivel socioeconómico para la adquisición de revistas especializadas o periódicos diarios, cierta cultura y disposición al análisis de la información. Al menos esto es válido en lo referente a los medios impresos en los que la calidad informativa es mayor, como el caso de periódicos de cierta trayectoria, como *Excélsior*, *El Universal*, *Reforma*, *El Financiero* o *La Jornada*, además de semanarios como *Punto*, *Proceso* o *Milenio*, entre otros. Sin embargo, también

³⁷ Un caso significativo que puede ejemplificar esto lo percibimos en el último informe de Salinas de Gortari; mientras que la televisión presentó la imagen del presidente leyendo el informe, imagen en plano medio o en close up, nunca pudo observarse que, a escasos dos o tres metros, debajo del *podium*, un diputado de la oposición levantó durante la sesión un cartel que rezaba: "mientes Salinas". Dicha imagen sólo fue publicada por *Proceso*

podemos encontrar en el mercado de la información impresa múltiples publicaciones que son generalmente visuales y no pretenden tener lectores analíticos o exigentes, como es el caso de ciertas ediciones frívolas e insulsas cuya información se centra en rumores o datos poco relevantes; nos referimos a las publicaciones sensacionalistas, de tipo esotérico o las revistas juveniles cuya función se centra en el entretenimiento y la evasión.

En contraste con la prensa escrita, los medios electrónicos y los audiovisuales, les superan en penetración e influencia en función de que no exigen al receptor mayor capacidad que la de ver un programa sin mayores requisitos.

Las noticias por televisión son, más que información, un espectáculo que, apoyado en los recursos de la imagen, dan una versión muy particular de los hechos que son reforzados por imágenes espectaculares, sugerentes y atractivas que reducen la capacidad analítica del receptor medio, sobre todo si nos atenemos a la máxima popular que reza “una imagen dice más que mil palabras”.

A diferencia del periodismo que ha sido un espacio para la discusión política e igualmente un elemento del poder, el “cuarto poder”, el periodismo televisivo se ha orientado principalmente, en tanto empresa lucrativa, a darle mayor énfasis a la información poco sustancial, escandalosa o con mayores posibilidades comerciales, aunque no por ello sus intereses se reducen a lo meramente lucrativo, ya que, aún cuando ello no se pretendiera, sus intereses se transforman en políticos por su papel ante la opinión pública y las posibilidades para privilegiar cierta información, prestigiar o anular determinadas expectativas sociales.

El periodismo televisivo es entonces, de la misma forma, una arma político-ideológica, dado que manifiesta su postura con respecto a una

situación específica, a las políticas oficiales que, abierta o veladamente, avala, rechaza o no toma en consideración.

Lo anterior no es más que un recurso para reforzar los puntos de vista de sus públicos cautivos o los potenciales que pudieran tener acceso a la información que se distribuye.

De la misma forma que el periodismo impreso, el televisivo posee prestigio que es resultado de su trayectoria o bien de sus relaciones con el poder, lo cual es determinante en términos políticos y, al mismo tiempo, le confiere una imagen ante los lectores.

Si partimos de esta premisa podemos argumentar entonces que la distribución informativa no es únicamente un recurso para la supervivencia de un medio impreso o televisivo, incluso radiofónico, en términos de noticias y opinión, sino que, al mismo tiempo, sirve a las necesidades del poder político en términos de control ideológico.

Por otro lado, cabe destacar que durante mucho tiempo el periodismo televisivo sirvió fielmente a los intereses del aparato gubernamental y la imagen de este tipo de distribución informativa se vio significativamente deteriorada por el evidente compromiso de la televisión con el poder, sobre todo cuando las críticas enfatizaban el carácter uniforme de la información televisiva que presentaba una realidad ajena al país, y ello contribuía a la despolitización de amplios sectores que sólo tenían en la televisión el único medio disponible para obtener información dadas sus carencias educativas.

En las condiciones actuales hemos visto surgir la competencia televisiva; el monopolio que representó la empresa Televisa durante tanto tiempo parece haber llegado a su fin con la presencia de la competencia que TV Azteca representa para la mayor empresa televisiva del país.

La nueva compañía, Televisión Azteca, es resultado del proceso de desincorporación iniciado en el sexenio de De la Madrid dado que las antecesoras de dicha empresa fueron las estatales Canal 13 e Imevisión, cuya política informativa se desprendía de la visión oficial con relativa independencia, pero sin cuestionar al aparato gobernante, evidentemente.

Televisión Azteca representa una posibilidad ante la competencia monopólica en el aspecto comercial, pero no difiere mucho en sus contenidos con Televisa; los noticieros se reproducen bajo el mismo esquema apologético al poder, la cobertura de las actividades presidenciales y, lo que sí resulta novedoso es la crítica constante al gobierno de la ciudad de México, de filiación perredista. Ahora se habla en los medios televisivos del “gobierno perredista” y nunca se aludió antes a los “gobiernos priístas”, lo cual es significativo de la postura de esta compañía.

Llama la atención este hecho por su carácter inusitado, pues nunca habíamos presenciado en los medios oficiales una crítica tan severa y frecuente a un gobierno como en últimas fechas, lo que supone una lucha política abierta en la que los medios electrónicos cumplen un papel importante. Ello no significa necesariamente una imposición gubernamental pues en todo caso lo que podemos percibir es la posibilidad de una alianza en la que las compañías busquen un beneficio político a mediano o corto plazo, sobre todo ante la proximidad de las elecciones. Aquí, consideramos, se hace visible el carácter político del manejo informativo y la toma de partido de las instituciones, que evidentemente se niega argumentando neutralidad y disfrazando de información lo que es propaganda.

Finalmente debemos señalar que en los medios electrónicos parece emerger una nueva situación pues la presencia de Canal 22, CNI Canal 40 y

Canal Once con una nueva imagen, contribuyen a fortalecer la pluralidad informativa, aún cuando su cobertura sea reducida.

Canal Once, a pesar de su carácter oficial, llega a ofrecer una mejor calidad informativa, aún cuando no renuncia, sobra decirlo, a sus compromisos con el Estado. Canal 22 representa una opción más lejana a la participación y promoción de la política, pero no la excluye, si consideramos la ampliación de la difusión cultural al ofrecer opciones que antes estaban fuera del alcance del público medio, con las implicaciones políticas que ello puede tener en términos de pluralidad. Y por lo que respecta a CNI Canal 40 percibimos un cambio sustancial en lo político a través de programas de opinión que, indirectamente desacralizan a las instituciones políticas al dar cabida a opiniones que antes habrían sido descartadas. La relevancia de CNI reside, desde mi óptica, en abrir un espacio para la discusión no sólo de los temas de actualidad, sino la revisión de la historia retomando hechos que parecían olvidados, hechos enterrados mediante el “carpetazo” oficial³⁸.

La presencia de opciones televisivas es un factor que contribuye no sólo al impulso necesario de la crítica informativa sino que puede restituir la credibilidad en los medios, sobre todo si encontramos un gran contraste informativo que al mismo tiempo habrá de modificar la relación Estado-medios.

³⁸ En 1996 se transmitió en Canal 40 un video, “El Señor Gobernador”, producido por la televisión francesa que era un retrato del poder a través de una figura representativa del cacicazgo político mexicano: el gobernador Rubén Figueroa. Dicho video revelaba pasajes oscuros, inusitados y difíciles de creer que manifestaban la naturaleza autoritaria, veleidosa y cínica del poder político. Dicho video se transmitió muchos años después de elaborado por razones, creemos, de censura

5.3 El medio de los medios

El control político ideológico no sólo se da en los medios, tanto impresos como electrónicos, sino que se manifiesta en las propias agencias informativas en la medida en que son las que les proporcionan la información.

Las condiciones de generación de información y su distribución son muy especiales, sobre todo si consideramos el ámbito latinoamericano:

“En una región altamente politizada y no menos convulsionada, como lo es Latinoamérica, uno de los grandes desafíos que deben afrontar las agencias es la credibilidad que asegure la aceptación de sus servicios ante sus clientes potenciales. Generalmente, en esta zona los medios de comunicación se hallan matriculados con grupos o tendencias políticas determinadas. Los diarios o las estaciones de radio son de izquierda o de derecha, gobiernistas o de oposición, liberales o conservadores. De igual manera se pretende que las agencias sigan este lineamiento”³⁹.

Lo anterior supone que las agencias se encuentran en una situación difícil por el amplio espectro político en el cual se desenvuelven; una agencia puede ver reducida su credibilidad no tanto por distribuir información a partir de un criterio ideológico propio, sino por el manejo que los medios han de hacer de esa información. La responsabilidad en este caso no puede ser atribuida a la agencia, sino al medio que la distribuye.

³⁹ Salazar Palacio, op. cit. P.34

“La desconfianza hacia las agencias surge en un ambiente altamente politizado, donde todo se ciñe con una postura determinada. Ello puede impulsar el rechazo de ciertos medios hacia los servicios que prestan las agencias, al considerar que “sus ideologías son contrarias”⁴⁰.

Una agencia informativa no es neutral desde el punto de vista político e ideológico aunque se dan casos de extrema dependencia hacia el poder como puede ser el caso de la agencia cubana Prensa Latina que depende completamente del aparato gobernante; o puede ser controlada por algún sector político como es el caso de la agencia argentina Saporiti, manejada por sectores promilitares⁴¹. El control político puede darse de distintas formas, unas directas y otras más sutiles, pero de ninguna manera las agencias escapan a esta situación.

Notimex en este sentido, se ha constituido en una agencia de Estado en el sentido en que debe ofrecer a sus suscriptores una información plural, equilibrada, creíble, oportuna e incluyente, para así cumplir con su marco normativo en el que destaca el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, que en materia de comunicación social recoge los postulados constitucionales de libertad de expresión y derecho a la información.

Con relación a lo anterior resultan significativas las declaraciones de Rubén Álvarez⁴², ex director de la agencia, cuando afirma que Notimex experimentó un cambio importante en su estructura dado que se convirtió en una agencia estatal y dejó de ser una agencia gubernamental, ello no alteró en lo sustancial el papel de la agencia de informar, pero sí implicó un avance

⁴⁰ Ibid. p. 35

⁴¹ Ibid.

⁴² 30 años de Notimex, video

como medio público en su responsabilidad de servir a los intereses de la sociedad.

Aún cuando en el nivel del Estado podemos contemplar una lucha por la pluralidad o la apertura de nuevos espacios de participación, siguen siendo los partidos políticos los representantes de la sociedad civil, que no necesariamente ve reflejadas sus diversas posturas en las instituciones formales, sobre todo cuando, por ejemplo, las ONG, organizaciones no gubernamentales, pueden opinar, pero sus puntos de vista no se traducen en modificaciones a las leyes o en acciones que se traduzcan en resultados.

Consideremos por ejemplo que los recientes⁴³ intentos en México de modificar la relación Estado-sociedad a través del referéndum o el plebiscito han fracasado en tanto que no se contemplan desde el punto de vista jurídico; es posible opinar o demandar al Estado un juicio político a determinada autoridad, pero ello no tiene efectos legales.

Lo que podemos percibir en las declaraciones de Rubén Alvarez es la necesidad de cambiar la imagen de la agencia en función de las necesidades de legitimidad del régimen actual en momentos de gran efervescencia política, en los cuales se hace necesaria una nueva estrategia de imagen y de difusión informativa que permita la sobrevivencia de Notimex.

Ello no significa, necesariamente, que Notimex siga siendo la misma instancia gubernamental, pues los cambios operados al interior reflejan también la necesidad de pluralidad ante el agotamiento de las estructuras autoritarias y monolíticas de las instituciones oficiales. En todo caso Notimex requiere un cambio de imagen, una reestructuración de su política informativa

⁴³ En 1996 se realizó a través de organizaciones no gubernamentales una consulta popular sobre un posible juicio al expresidente Salinas; la respuesta ciudadana difícil de evaluar no produjo eco, evidentemente, en la opinión pública "oficial"

y un mayor grado de independencia con relación al aparato gobernante de que depende de manera sustancial.

Tal vez parezca ingenuo plantear dicha independencia, pero ello no sólo es cuestión de credibilidad sino de necesidades sociales con relación al derecho a la información.

La necesidad de controlar la información obedece no sólo a cuestiones de seguridad nacional, sino también a la importancia que para el aparato estatal reviste la imagen pública. Independientemente de las condiciones prevalecientes, la versión oficial no sólo emana de las propias fuentes gubernamentales, secretarías de Estado, oficinas de comunicación social, sino de fuentes externas o ajenas al gobierno, esto es, la prensa o una parte de ella que apoya la ideología oficial, unas veces de manera directa y otras a través de articulistas e, incluso, intelectuales que se manifiestan como independientes, pero que de alguna manera reciben beneficios políticos por el apoyo que otorgan al aparato de poder a través de artículos, comentarios y opiniones en los medios tanto impresos como electrónicos.

Con respecto a esto debemos considerar las dificultades a las que se han enfrentado los medios informativos nacionales a partir de la presencia de la prensa extranjera en nuestro país, que ha generado divergencias ante los contrastes entre ambas, hecho que ha motivado una especie de censura ante la participación de los observadores nacionales y que se ha entendido, desde los medios oficiales, como “un atentado a la soberanía nacional”⁴⁴, y en los casos extremos ha generado una actitud xenofóbica que resulta fuera de lugar si consideramos la apertura propuesta por el régimen ante el fenómeno de la

⁴⁴ Recientemente se produjo un escándalo por la expulsión de observadores italianos y las restricciones que gobernación aplicó a nuevos observadores; tales actitudes oficiales generaron desconfianza y no tuvieron eco en la sociedad mexicana a pesar de las opiniones de voceros oficiales y editorialistas comprometidos con la línea gubernamental

globalización o la propia política exterior de gran condescendencia con Norteamérica.

Notimex tiene una imagen en los medios, aunque sean éstos los que generalmente aparecen como los distribuidores de la información. El ejercicio periodístico no se reduce, evidentemente al periodismo radiofónico, televisivo o impreso, sino también a la actividad de las agencias informativas dado su quehacer periodístico caracterizado por la capacidad de penetración, “aunque con el inconveniente del anonimato”⁴⁵.

Una agencia informativa proporciona servicios de valor incalculable a los medios impresos, que benefician a los grandes diarios, complementando el papel de sus corresponsales, aunque a su vez, las agencias también se enfrenten al difícil acceso a ciertas fuentes de información importantes, ya que en algunos países éstas se reservan a medios con gran tradición⁴⁶.

5.4 El derecho a la información y el papel de las agencias de noticias

El llamado derecho a la información que desde hace décadas se ha perfilado sólo en las discusiones entre políticos, representantes de la opinión pública o círculos académicos, ha venido adquiriendo una mayor relevancia en el sentido en que se pretende sacarlo de la mera discusión y convertirlo en un derecho que se ejerza en la práctica.

Tal derecho no sólo involucra a las instituciones encargadas de revisar la ley y aplicarla, sino a los propios actores, los generadores de información cuya responsabilidad va más allá de la simple difusión, sino de la orientación al público cuyos niveles informativos son reducidos en función de la carga

⁴⁵ Martínez, Omar Raúl “Notimex en la prensa nacional” *NTX*, No.1, 2a. Época, Enero 1992 P. 11

⁴⁶ Salazar Palacio, op.cit. P. 35

informativa que reciben y que, al margen de las discusiones posibles sobre la objetividad, requieren de un amplio margen de pluralidad de la cual se ha carecido por espacio de varias décadas.

La actividad periodística no es neutral, como lo hemos señalado, ello implica la manifestación de una postura que no puede ni debe suprimirse, y supone, al mismo tiempo, la posibilidad de apertura a otras opciones político-ideológicas.

Estas posturas deben permitir al gran público el acceso a otras fuentes informativas al margen de los intereses particulares que se han venido imponiendo en la prensa a lo largo de más de 60 años, en los cuales los medios de difusión, en general, han estado controlados o bien, coludidos con las necesidades de los distintos regímenes emanados de la revolución, del partido oficial, de las centrales obreras, de los cacicazgos regionales y de la cultura política oficial, reduciendo la credibilidad de las instituciones políticas oficiales que han requerido de nuevas formas de control.

En las condiciones actuales de crisis política, la credibilidad de las instituciones gubernamentales sólo puede apoyarse en una nueva política hacia los medios, una política de apertura, tolerancia y pluralidad.

El ejercicio del poder requiere entonces de la competencia real en diversos frentes, tanto en el nivel electoral con procesos más transparentes, y en los medios con mayor tolerancia a las posturas divergentes, pues cualquier intento de obstaculizar la labor informativa, como la corrupción a los medios, cada vez tiene menos probabilidades de contribuir al fortalecimiento de la imagen del poder. Ello no significa que no pueda recurrirse a tal mecanismo pues la historia política nos da muestras de esta capacidad de cooptación ya que “no hay general que aguante un cañonazo de cincuenta mil pesos”, frase elocuente atribuida al general Obregón, que muestra los medios de los que se

ha valido el poder para controlar a la prensa como parte de lo que podríamos llamar *subcultura politica*.

Si esto fue un recurso ampliamente utilizado por el poder para controlar a la prensa, en el ambiente político actual ello parece cada vez más inviable en términos de credibilidad dado que las consecuencias son devastadoras para el sistema político.

Una de las cuestiones que más influyen en los usos de los medios y que tienen implicaciones en el derecho a la información es, indudablemente, la función de los medios masivos. Por un lado no se puede soslayar el carácter empresarial de los medios masivos, pues estos dependen de la venta de espacios publicitarios y propagandísticos; sin embargo, el lucro no debiera ser el objetivo prevaleciente en la producción informativa, más específicamente debe mantenerse un equilibrio entre la información de carácter social y la información dirigida al entretenimiento que es la que garantiza los ingresos de las empresas de comunicación.

Granados Chapa señala⁴⁷, con justa precisión que “el camino para garantizar la pluralidad de los emisores y los contenidos es atenuar las exigencias que el mercado impone a los medios alternativos”, y propone que la legislación distinga entre medios lucrativos y no lucrativos.

No se trata de la imposición de contenidos o directrices estatales a los medios, pero en las condiciones actuales la sociedad reclama una mayor apertura a los contenidos alternativos, esto es, aquella información de la más diversa índole, tanto de entretenimiento, como noticiosa y de carácter cultural, que abra las posibilidades de acceso a otros puntos de vista novedosos, distintos a los que estamos habituados, o bien, contrastantes con las versiones

⁴⁷ Granados Chapa. M.A. Comunicación y política p. 10

oficialistas o tradicionales; lo que se está planteando es una mayor pluralidad en los medios para que estos recuperen la credibilidad perdida o, en otros casos, significativamente devaluada.

Lo anterior representaría un medio para el incremento de la democratización de la vida nacional que al mismo tiempo es un reclamo de la sociedad civil.

En el contexto del derecho a la información durante muchos años Notimex no tuvo la suficiente credibilidad como agencia de noticias por su carácter gubernamental. Desde principios de la última década la agencia se ha ido gestando el propósito de ganar credibilidad de los medios por la vía de una mayor apertura y pluralidad informativas.

Sin embargo, la dependencia de Notimex hacia el poder no sólo pone en tela de juicio su función informativa independiente, sino que ha reducido la confianza y credibilidad a su labor periodística obstaculizando, indirectamente, el ejercicio del derecho a la información.

La necesidad de garantizar a través de la legislación el derecho a la información es una necesidad política, en la medida en que las viejas formas de ejercicio del poder han sido rebasadas por los acontecimientos recientes.

La única posibilidad de mantener la credibilidad en el aparato de poder es la apertura, no sólo en el nivel de la comunicación institucional oficial, es decir, los medios que dependen directa o sutilmente del gobierno, sino en los medios privados, pues la sociedad actual requiere de información más objetiva y en función de expectativas sociales y políticas que cada vez más se identifican con la idea de democracia, por muy vaga que pueda resultar.

Woldenberg señala que la democracia “supone la existencia de un tramado institucional y normativo que ofrezca cauces para la expresión y contienda de la pluralidad política (dado que ésta) busca el respaldo ciudadano

e intenta que sus diagnósticos y programas reciban el apoyo mayoritario de la población”⁴⁸.

⁴⁸ Woldenberg, J. *De la pluralidad en los medios. Medios, Democracia y Fines* P.15

Conclusiones

La importancia de la distribución de noticias reside no únicamente en la posibilidad de transmitir información a grandes núcleos de población con la intención de cubrir sus necesidades informativas de la más diversa índole, sino paralelamente a las necesidades del poder político en función de los alcances que el manejo y control de la información representan para los centros de poder.

El flujo informativo, su supervisión o monitoreo, y las decisiones respecto a lo que debe o no transmitirse, esto es, la política informativa, constituyen parte sustancial del poder del Estado en materia de comunicaciones.

En el caso de las agencias informativas, en tanto empresas, buscan colocar sus productos informativos acorde a objetivos lucrativos estableciendo relaciones específicas con los mercados y, al mismo tiempo, con los centros de poder en función de las restricciones que la ley establece.

Sin embargo, la situación es distinta en el caso de una agencia informativa gubernamental por su papel como elemento de apoyo ideológico y como recurso de legitimidad política, lo cual implica una sujeción, evidentemente, al poder del Estado, a diferencia de la independencia de las agencias privadas, aunque dicha dependencia sea más formal que real.

Notimex se ha enfrentado a una serie de problemas derivados de su propia estructura y su pertenencia al Estado. Su escasa o nula autonomía con respecto al gobierno determina sus alcances y limitaciones, pues siendo percibida como agencia oficial su credibilidad es altamente cuestionable, incluso en el caso de que fuese realmente objetiva.

Es cierto que se presta a sospechas que una agencia sostenida por el gobierno distribuya noticias, pero hay que tomar en cuenta que una empresa privada responde a intereses particulares, mientras que una empresa pública, como es el caso de Notimex, tiene la obligación de llenar los vacíos informativos que dejan aquéllas y dar en consecuencia un servicio público sin distinción de filiación política por mucho que -es innegable- destaque en sus despachos la información generada por el sector público, que no es otro que el gobierno.

Trejo Delarbre observa que no existe una política definida y realista del Estado con respecto a los medios y, a su vez, con respecto a Notimex, pues ésta pocas veces es contemplada como parte de un “paquete” de medios del que puede disponer el Gobierno Federal.

En los últimos años se ha incrementado la inversión para actualizar la infraestructura de Notimex con la intención de ampliar su cobertura, esta nueva actitud gubernamental podría modificar la relación entre la agencia y el gobierno dejando de considerarla sólo como vocero del mismo para permitirle una mayor autonomía que resultara en el incremento de la calidad periodística, además de que se convirtiese en una auténtica agencia de noticias.

Hoy día vivimos un periodo que ha dado en llamarse la “era de la información” por el carácter expansivo de las comunicaciones, las crecientes necesidades informativas y, sobre todo, los múltiples usos de la información, usos de carácter instrumental o utilitario y político, sobre todo en años recientes al incorporarse las nuevas tecnologías de la informática, la ampliación de la comunicación vía satélite e internet, como parte sustancial de los procesos de generación y distribución informativa.

Esta última cuestión es la que reviste una especial importancia, ya que el manejo de la información es un arma política dadas las posibilidades de

manipulación que han caracterizado a los centros de poder en relación al control informativo, la censura, la omisión deliberada o velada de información, y la línea que los medios masivos marcan en función de los compromisos políticos adquiridos con el poder.

Hemos señalado que Notimex no es la única agencia informativa puesto que existen en el país oficinas de las principales agencias informativas internacionales, además de otras agencias de menor dimensión pero igualmente importantes.

Sin embargo, Notimex tiene una cobertura en todo el país y por ello su papel es de gran relevancia como agencia nacional.

Es en función de tal cobertura que Notimex juega un papel estratégico en la distribución informativa acorde a las necesidades de legitimidad del grupo gobernante, sobre todo en el contexto actual de la competencia política, de crisis del sistema político y de justificación de las propias condiciones en las que se ha visto envuelto el aparato gobernante, si consideramos los escándalos políticos en los que se han visto involucrados miembros destacados de la elite del poder y que los medios han resaltado y magnificado, no sólo con un interés comercial, sino marcadamente político.

Con relación a esto último cabe destacar, a modo de ejemplo, el triunfo histórico de la oposición en las elecciones que por primera vez se realizan en el Distrito Federal para nombrar al jefe de gobierno en la capital del país. El triunfo de Cuauhtémoc Cárdenas marca el inicio de una nueva etapa de relaciones políticas y de apertura de opciones que el país requiere para renovarse en el aspecto político y social.

El triunfo de Cárdenas no sólo inicia un nuevo periodo en la vida política del país, sino la necesidad de renovar, igualmente las condiciones de la comunicación, debido a que hemos presenciado a lo largo de este año un

ejercicio insólito de la “crítica” a las acciones del nuevo jefe de gobierno, la evaluación casi diaria de sus logros y el señalamiento de los errores de todo su equipo de trabajo.

Esta actitud no se había dado en las administraciones anteriores, al menos no con la frecuencia o la visceralidad que actualmente podemos observar en las opiniones de los analistas, comentaristas o simples reporteros que constantemente transmiten información sobre los resultados del nuevo gobierno.

Esta incidencia de los medios, esta insistencia y esta crítica nos permiten intuir, al menos, una campaña de desprestigio vía medios masivos, sobre todo de la televisión hacia el nuevo gobierno, aunque ello no puede ser responsabilidad exclusiva de los medios, sino de una directriz ideológica proveniente del aparato gubernamental.

En México las críticas hacia los gobernantes, funcionarios o al propio presidente, se hacían cuando éstos habían concluido sus periodos, y las observaciones siempre eran ligeras o se referían a aspectos poco relevantes.

En última instancia las críticas al poder son necesarias en la medida en que ello garantiza la legitimidad, pues de acuerdo a lo que Reyes Heróles alguna vez señalaba “lo que resiste apoya”⁴⁹.

Cada sexenio el aparato en el poder requiere no sólo de los medios propagandísticos tradicionales para mantener las condiciones que propicien o fortalezcan los cambios que el sistema requiere, sino al mismo tiempo, y una vez que la transición se produzca, el cambio sexenal, generar las condiciones ideológicas requeridas por el poder y apoyadas en el aparato informativo oficial y privado que contribuyan al mantenimiento de la imagen de las

⁴⁹ Riding, Alan Vecinos Distantes. P. 119

instituciones gubernamentales, en función de las necesidades de legitimidad que favorezcan la credibilidad del poder.

Notimex ha buscado a largo de sus poco más de treinta años de existencia ser autofinanciable e independiente a pesar de ser una agencia gubernamental pues, evidentemente, no puede atentar contra las directrices oficiales, pero sí debe buscar la objetividad que las nuevas condiciones políticas y sociales reclaman.

La actual dirección de Notimex ha reconocido esas condiciones que dificultan la labor informativa en el contexto de la globalización y que requieren de la agencia “talento e imaginación ante los desafíos propios de un mundo sin fronteras y dominado por intereses transnacionales, cuyos medios de comunicación han buscado legitimar las asimetrías de la nueva era global”⁵⁰.

Igualmente se reconoce en Notimex la necesidad de reformular su política informativa que requiere de un periodismo crítico, de relevancia, inteligente y eficaz, dado que la sociedad actual está cada vez más ávida de información, y además los reclamos democráticos son cada vez mayores, con la pluralidad que les acompaña. Este reconocimiento por parte de la dirección de Notimex revela no sólo sus necesidades de permanencia sino de credibilidad que son las que requiere el propio sistema político cuya devaluación es cada vez más acusada.

Al cumplirse los treinta y dos años de labor informativa de Notimex se ha restablecido el Consejo Editorial en el que participan los suscriptores y cuyo fin es el logro de la objetividad que el trabajo periodístico requiere y que debe caracterizarse por una mayor sensibilidad a las necesidades de la

⁵⁰ Medina Viedas, J. Ceremonia conmemorativa del 30 aniversario de Notimex. Versión extraoficial. Agosto 20, 1998. P. 2

población y un tratamiento serio de los problemas que aquejan a la nación, evitando un tratamiento sensacionalista o espectacular. Para Notimex ello no supone ocultar la situación actual, pero exige que el tratamiento del hecho se aleje de la simplificación o descontextualización.

Finalmente pienso que los cambios requeridos por Notimex deben orientarse en sus prácticas informativas para evitar, o al menos reducir, la supervisión estatal, ya que ésta es siempre de carácter político. Eliminar o disminuir la supervisión gubernamental permitiría una mayor fluidez informativa, además de incrementar la rapidez de su distribución.

Puede argumentarse que lo anteriormente propuesto es poco viable dado que el gobierno necesita una agencia informativa en función de la utilidad que representa el control de la información y la difusión de la ideología oficial disfrazada de noticias. Sin embargo, todo parece indicar que en las nuevas condiciones del país es casi imposible regresar a las viejas prácticas de control político, ya que éstas no permitirían la supervivencia de una agencia que no logre adaptarse a la nueva realidad.

Los cambios que en Notimex se han dado en la última década la colocan en la vanguardia tecnológica, pero es necesario que su actualización también contemple el amplio espectro político que requiere de nuevas formas de distribución de noticias, así como de su tratamiento y elaboración.

Considero que este trabajo aporta una breve historia de la agencia y una explicación muy precisa de lo que ha sido el desarrollo de este medio informativo, sus fluctuaciones dentro del proceso de transición de los distintos gobiernos que la han llevado a lograr una imagen y un posicionamiento hoy en día adecuado a las necesidades de apertura ideológica de la sociedad.

El objetivo de entender su papel político como agencia de noticias, requirió de ahondar en toda esta descripción y análisis para concluir que

efectivamente, en sus inicios Notimex tuvo etapas de intenso compromiso con el poder, y así lo ha reconocido públicamente, o que haya pregonado pluralidad informativa y practicado en cambio la discriminación en beneficio de intereses estatistas.

Sin embargo, también considero que en la actual administración la agencia realiza un esfuerzo muy honesto de pluralidad y autonomía que no siempre se logra, y que si hay fallas es por una mala aplicación de criterios periodísticos a la hora de determinar qué notas van más amplias que otras de acuerdo a su importancia.

Creo en lo personal que para Notimex el gobierno y los poderes políticos, económicos y sociales, son actores de la información ciertamente muy importantes, pero no los únicos ni necesariamente los más importantes en un momento dado. Parte de la credibilidad de sus despachos se pretende lograr a través de la diversidad de materiales, del apoyo en fuentes responsables y de la preferencia por el periodismo factual sobre la declaracionitis y el sensacionalismo.

Bibliografía

Bagdikian, Ben. H.

El monopolio de los medios de difusión

F.C.E. México, 1986

Blanquel, Eduardo; Pacheco, José Emilio

Tiempo de México

Segunda época

1911-1964

SEP. México, 1984

Bohmann, Karin

Medios de comunicación y sistemas informativos en México

Alianza/Conaculta. México, 1990

Calvimontes, Jorge

El periódico,

ANUIES/TRILLAS. México, 1985

Cremoux, Raúl

Comunicación en cautiverio

Usos y abusos de la publicidad gubernamental

Planeta. México, 1991

Flores Olea, Víctor

La espiral sin fin Ensayo político del México actual

Joaquín Mortiz. México, 1994

Granados Chapa, Miguel Angel

Comunicación y política

Océano. México, 1984

Klapp, Orrin E.

Información y moral

F.C.E. México, 1985

Mier, Luis Javier; Carbonell, Dolores

Periodismo interpretativo

Trillas. México, 1981

Pantoja Morán; Cordera, Rolando

Democracia, Medios y fines

UNAM. México, 1990

Riding, Alan

Vecinos distantes

Planeta. México, 1988

Rodrigo Alsina, M.

La construcción de la noticia

Gustavo Gili. Barcelona, 1989

Salazar Palacio, Hernando

Las agencias de noticias en América Latina

Trillas. México, 1990

Scherer, Julio

Los presidentes

Grijalbo. México, 1993

Smith, Anthony

La geopolítica de la información

F.C.E. México, 1984

Trejo Delarbre, Raúl, et. al.

Televisa, el quinto poder

Claves Latinoamericanas. México, 1990

Trejo Delarbre, Raúl

Las agencias de información en México

Trillas. México, 1989

Tuchman, G.

La producción de la noticia.

Estudio sobre la construcción de la realidad

Gustavo Gili. Barcelona, 1983

Hemerografía General

Rabasa Guevara, Luis
Boletín interno NTX
México D.F.
1991

Martínez, Omar Raúl
Boletín Interno NTX
Segunda Epoca
México D.F.
1992

Alvarez Mendiola, Rubén
El Hilo de Notimex
Tercera Epoca
México D.F.
1994

Medina Viedas, Jorge
El Hilo de Notimex
Cuarta Epoca
México D.F.
1995

Hemerografía Particular

Alvarez Mendiola, Rubén
“En la trayectoria periodística”
NTX Boletín interno
México D.F.
Septiembre 1992
p. 3

Aspiros, Antonio
“Avances Moderados”
El Hilo
México D.F.
Noviembre 1995

Aspiros, Antonio
“Los primeros años: radio y T.V.”
El Hilo de Notimex
México, D.F.
Diciembre 1994
pp. 6-7

Ezeta, Héctor Manuel
Notimex Agencia Mexicana de Noticias
México D.F. 1984
p. 5

Fallows, James
“Los retos del Periodismo”
Versión Estenográfica de la Conferencia
Hotel Nikko
México, D.F.
Agosto 20 1998

Martínez, Omar Raúl
“Notimex en la Prensa Nacional”

NTX Boletín Interno

México D.F.

Enero 1992

p.11

Medina Viedas, Jorge

“30 Aniversario de Notimex”

Versión Estenográfica de la Conferencia

Hotel Nikko

México, D.F.

Agosto 20 1998

Videografía

Secretaría de Gobernación

30 años de Notimex

video

México, RTC, 1998

30 min.

TV ONCE

México: Los años sesenta

La Isla

video

México, SEP/ TV Once, 1998

52 min.

TV ONCE

México: Los años sesenta

La grieta

video

México, SEP/ TV Once, 1998

52 min.