



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
DIVISION DE EDUCACION CONTINUA Y VINCULACION

¿EL REPORTERO PUEDE SER UN BUEN PERIODISTA?

TESINA:

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA

JUAN CARLOS OCAMPO HERNANDEZ

ASESORA:

PROFRA. ELINA SONIA HERNANDEZ CARBALLIDO



MEXICO D.F., 2007



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A quienes confiaron que llevaría a buen término este anhelo, y principalmente a aquellos que dudaron su concreción porque ése fue un acicate para que más tarde que temprano concluyera esto que para mis padres (q.e.p.d.), era un sueño, y para mí un reto de los muchos que espero concretar.

**A mi esposa María de Lourdes,
a mis hijos José Carlos, César Mauricio,
Daniela y demás familia, se las debía.**

El tiempo pasa, no perdona, no se detiene. Está en nosotros hacer que esta maravilla de la vida nos rinda y tengamos cada vez menos pendientes por realizar y objetivos que cumplir.

INDICE

PRÓLOGO	1
INTRODUCCION	3
<u>CAPITULO 1</u>	
Evolución de la Carrera de Periodismo.....	16
1.1 El mercado Laboral para los Egresados de la Carrera de Periodismo.....	23
1.2 El reportero en nuestros días y sus formas de trabajo.....	28
<u>CAPITULO 2</u>	
Circulación de la Prensa Escrita.....	39
2.1 Intereses de las empresas periodísticas y el manejo de información.....	47
2.2 Testimonios de los Intereses de las Empresas Periodísticas.....	54
<u>CAPITULO 3</u>	
¿Cómo Trabaja un Reportero su Fuente?.....	61
3.1 Condiciones Salariales y de Trabajo.....	74
3.2 Opiniones de encargados de Prensa Acerca del Trabajo de los Reporteros.....	84

3.3 Material que el Sector Público y Privado proporcionan a los reporteros.....	98
Conclusiones.....	106
Bibliografía general.....	120

PROLOGO

Al momento de redactar este trabajo diversos sectores de la sociedad analizan, discuten y opinan acerca del papel de los medios de comunicación y la labor que desempeñan o deben desarrollar los periodistas.

El tema no es nuevo. Continuamente legisladores, funcionarios públicos, empresarios o políticos plantean este debate pero no con un objetivo de mejorar la situación de los mismos medios o el nivel de vida de sus trabajadores. No, su interés se centra en cómo creen ellos que la prensa debe funcionar, qué es lo que, a su juicio, tienen que hacer los periodistas en aras de la pluralidad, parcialidad y transparencia.

Creo que la prensa nacional ha evolucionado muy favorablemente y ahora contamos con diarios especializados en economía, en temas políticos, sociales, deportivos, incluso policiacos. Los noticieros radiofónicos, por igual, y no se diga los televisivos. Por eso, insisto, las empresas periodísticas o las televisoras y radiodifusoras que cuentan con espacios noticiosos han mejorado ¿Pero la situación de los periodistas también? No ha sido así.

Mi interés, como parte activa del medio, no es denunciar lo que hace mucho tiempo se sabe: las malas, por no decir pésimas condiciones en que trabajan los reporteros, o periodistas. Deseo, más bien, poner mi granito de arena para insistir que aunque se ha dicho y escrito mucho al respecto se ha hecho muy poco para remediar tan deplorable situación y que paulatinamente los profesionales de la comunicación busquemos la o las formas de revertir esto.

El periodista mexicano está expuesto, entre otros peligros, al desempleo por la falta de fuentes de trabajo, a ganar salarios de miseria, está expuesto a una inseguridad laboral, el deterioro de su salud física y mental así como el de su familia por el estrés al que se está expuesto. En algunos lugares de la República pelagra su propia vida porque a alguien no le gusta lo que se dijo o escribió. Pruebas hay por cientos.

Me congratulo, estoy orgulloso y satisfecho de ser, como muchos de mis colegas, egresado de una Universidad (la UNAM en mi caso), de una carrera que en sus inicios no se le consideraba una profesión en toda la extensión de la palabra, pero también advierto el peligro de que las escuelas de educación superior continúen egresando comunicólogos o periodistas cuando no hay las suficientes fuentes de trabajo que les dé cabida a todos.

Es ya una realidad que no solamente en esta disciplina, también en muchas carreras universitarias o politécnicas el desempleo o en el mejor de los casos el subempleo es una constante. Así vemos economistas, psicólogos, ingenieros, médicos, agrónomos, etcétera haciendo labores distintas a su campo de acción pero como decimos comúnmente “de algo se tiene que vivir”.

Ya casi no hay reporteros empíricos, ahora son más profesionales tanto por su trayectoria académica como por la forma como hacen su labor; sin embargo, estoy cierto que son más los obstáculos que tienen ante sí para poder demostrar en todo lo que vale este profesionalismo. Hasta donde tengo conocimiento son contadas las empresas periodísticas que procuran a su “gente”, que les pagan un salario adecuado, les brindan oportunidades de superación y menos los estimulan para hacer bien su tarea y superarse.

No se invierte en el capital humano. En tecnología sí, pero los empresarios del ramo saben que un equipo puede manejarlo otra persona que no necesariamente sea un profesional de la comunicación y esto desafortunadamente es otro elemento en contra del reportero y se puede prescindir fácilmente de él, y así sucede frecuentemente.

El interés está por el lado comercial. Lo que se venda y deje buenas ganancias o tener algunos beneficios ante los distintos niveles de gobierno e incluso ciertas canonjías que indistintamente los obliga a “no patear el pesebre” porque lo peor es caer de la gracia de la administración en turno, sobre todo Federal.

Describo las distintas formas como los periodistas mexicanos han querido agruparse para poder, en lo posible, defenderse y procurar mejoras en todos sentidos, en su nivel de vida, su preparación, etcétera, pero a pesar de los intentos hasta el momento de terminar este trabajo no hay un organismo que sea representativo del gremio. Intentos, ideas, proyectos, y un sinnúmero de agrupaciones sí existen pero no se ha tenido el éxito requerido.

Finalmente, considero que las áreas de comunicación social, o de relaciones públicas y prensa, en el caso del sector privado, así como sus representantes, juegan un papel determinante en el trabajo diario del reportero pero ya no es como antaño que ahí se determinaba la forma como tenía que salir la información. Hay más responsabilidad y conciencia del periodista de hacer valer su ética --que claro, hay salvedades que aunque sean las menos todavía denigran esta profesión--, ello a pesar de que no se le dé un reconocimiento no sólo material sino también respetando y reconociendo su labor.

* * *

INTRODUCCIÓN

“Todos aquellos que están ahí parados con su libreta en la mano o con una grabadora esperando que termine la conferencia, son los reporteros; todos aquellos que mantienen sus ojos fijos en el escenario con el temor de que algo se les vaya a ir, son los reporteros; todos aquellos que le hacen rueda al personaje y le ponen el micrófono como paleta en la boca, son los reporteros; todos aquellos que conocen la verdad a fondo aunque a veces no pueden publicarla, son reporteros; todos aquellos que ríen con un insuperable sentido del humor; todos los desvelados, los desmañados, los desfachatados, desinhibidos pero jamás desarmados porque siempre llevan como rifle de palo su grabadora y su libreta, son los reporteros; todos aquellos que insisten, que agudizan el oído para que no se les vaya a ir una sola palabra, son los reporteros”...los reporteros echan mucho relajo, son muy dados a la risa, a la beberecua y al sano desmadre”¹.

La actividad reporteril requiere de una habilidad especial, tal vez innata, que no se aprende, en la mayoría de ocasiones, en un aula escolar aunque las bases teóricas son herramientas importantes e indispensables para el desempeño de esta labor por los conocimientos y la cultura general adquiridos.

Si bien es cierto que ser reportero no es una de las prioridades de todo estudiante de comunicación y periodismo, muchos de los que abrazamos esta motivante área en la Universidad o en cualquier escuela del país donde se estudie la carrera tenemos la tentación --¿o curiosidad?-- de conocer de cerca o desempeñarnos en este campo de trabajo ya sea en un periódico, en la radio, televisión o en una revista, e incluso por cuenta propia.

Precisamente en el **Capítulo 1** de este trabajo me refiero a la evolución que ha tenido la carrera de Periodismo, básicamente en las escuelas de educación superior. Cómo poco a poco esta disciplina se ha extendido y ocupa un lugar cada vez más importante no nada más en México sino en muchas naciones y con ello el número de estudiantes también aumenta año con año.

Destaco en esta primera parte las opiniones de periodistas destacados como Federico Campbell y Gabriel García Márquez en torno a las características que debe reunir un periodista y cómo llevar a la práctica la preparación académica que tengamos.

En la escuela la imagen que muchos tenemos de un reportero se circunscribe exclusivamente a un diario, un noticiero de televisión o de radio, pero para aquellos compañeros de carrera que no conocen a profundidad el campo de acción, hay reporteros que realizan otro tipo de trabajo como aquellos que

¹ Elena Poniatowska durante la presentación del libro *El Poeta en su tierra* Braulio Peralta, editorial Grijalbo

laboran en dependencias gubernamentales, ya sea federales o estatales, principalmente, o en el sector privado.

Estos, a diferencia de quienes trabajan en algún medio, se dedican a cubrir las actividades de sus funcionarios, dirigentes, etcétera, y para ello actúan como cualquier reportero: utilizan su grabadora, toman nota de lo que se dice, y hay ocasiones en que se va acompañado de un fotógrafo de la misma oficina de comunicación social y si lo amerita el evento lleva también a un camarógrafo o fotógrafo.

La diferencia con el actuar de un reportero de medio es que su información no es transmitida o publicada, sólo se guarda en los archivos de la dependencia y si es necesario puede ser proporcionada a cualquier reportero que la requiera por no haber estado presente en el evento, o tal vez sea material para elaborar algún comunicado de prensa.

Existen en México reporteros que se dedican a realizar documentales y, aunque son pocos los casos, hay quienes trabajan “por su cuenta” vendiendo el producto de su tarea a alguna empresa periodística o un medio electrónico, incluso a particulares que “pagan” por esa información.

Esta última labor aún no es muy frecuente en el medio nacional y se presenta más en naciones desarrolladas como Estados Unidos, Inglaterra o Canadá, pero creo que en breve dicha figura del reportero independiente puede tener un mayor auge aunque, claro, todo dependerá del valor de la información que se ofrezca a cualquier medio o particular.

Hay ya operando fotógrafos que trabajan de esa manera --lo que en el medio se da en llamar “free lance”--, y no es otra cosa que hacer trabajos periodísticos a determinadas empresas sin ser parte de la nómina de la misma, cobrándole con base en lo hecho.

Esto es, sin lugar a dudas, una forma de periodismo independiente pero que todavía no se hace extensible en forma regular entre los reporteros mexicanos. Si se quiere analizar desde otra óptica, quienes trabajan bajo este esquema son aquellos que hacen la tarea de corresponsales ya sea desde México al interior de la República, a otro país y viceversa.

Pero en el caso de los corresponsales nacionales casi en su generalidad trabajan en otro medio local porque, como lo describiré a lo largo de este trabajo, los salarios que se pagan no son suficientes; es más, se dan casos como el de **Unomásuno** que no les pagaba nada, sin embargo, sus notas servían como currículum para el periodista porque así puede tener un mejor prestigio en su estado o localidad.

No obstante que el abanico de empresas de medios en México ha aumentado en años recientes, no son suficientes para albergar a los miles de egresados que desean incorporarse al mercado de trabajo. Es este precisamente el tema del **Apartado 1.1**, en el cual cito algunos casos de empresas de comunicación

que han despedido personal, y cómo se ha afectado principalmente a los reporteros.

De igual forma la investigación realizada confirma que los sueldos que se pagan no son nada atractivos y alcanzan solamente para medio vivir y por eso muchos periodistas deben buscar otras alternativas para obtener ingresos adicionales que complementen su gasto, como es conseguir publicidad, tener otros empleos, cuando se puede, o el llamado “chayo”; este último casi ha desaparecido.

LOS REPORTEROS DE LA LENTE

Cuando la fotografía empezó a ser parte importante de un diario, a quienes se dedicaban a esta actividad simplemente se les decía “fotógrafos”. Como todo, esta actividad ha ido evolucionando y ahora a los compañeros se les llama, en mi opinión acertadamente, “reporteros gráficos”. Así pues, éste es otro tipo de reportero y, sobra decirlo, es gente en su mayoría especializada que apoya en forma importante la labor del reportero escrito o de televisión, aunque en este último caso los compañeros de tarea son los camarógrafos. El reporteros de radio trabaja solo, o cuando es necesario en pareja, o en grupos pequeños.

Aun quedan trabajadores de la lente –como también se les conoce — que realizan su labor con cámaras mecánicas, pero los avances tecnológicos nos han llevado hasta las cámaras digitales; de esta forma, quedó atrás el revelado en el cuarto oscuro y el uso de químicos para este fin. Ahora se hacen las impresiones con disquetes y, obviamente, utilizando la computadora. Se garantizan tomas de mucha mayor fidelidad y calidad con resultados en tiempos muy cortos; además, también se pueden “truquear” las fotografías o hacer fotomontajes que sirven para distintos fines.

Ahora las unidades móviles de muchas compañías periodísticas cuentan con equipos que permiten el envío, vía satélite, de imágenes; mismo caso es para los noticieros televisivos por lo que es posible pasar en vivo escenas que se viven o acaban de suceder en cualquier parte del mundo o del planeta, ya sea en un desierto, en mar abierto, en el espacio, etcétera. Ejemplos concretos los tuvimos en las transmisiones que la televisión hizo de los dos conflictos armados del Golfo Pérsico y la invasión estadounidense a Irak.

EL AVANCE TECNOLÓGICO IMPARABLE

En el **Apartado 1.2** abordo las formas como actualmente un reportero desarrolla sus tareas cotidianas desde que toma su orden de trabajo, las diversas formas de cumplir ésta y las herramientas con que se auxilia, como son la computadora, el fax, reportes vía telefónica, el material físico y el trabajo en la misma redacción. Esto es para todos los medios, prensa escrita, radio, televisión semanarios y revistas.

Asimismo, retomo algunas apreciaciones en torno a cuál es el papel que juegan los periodistas dentro de la sociedad mexicana, y destaco que no siempre es bien vista esta labor, por el contrario, constantemente es sujeta a fuertes críticas, menosprecios e inclusive evasivas.

Aquí también describo cómo las cargas de trabajo a los reporteros se han incrementado sustancialmente por lo que casi en general hay un exceso en las órdenes, con lo que las empresas del ramo dan prioridad a la cantidad que a la calidad.

Los reporteros están inmersos en la modernidad. La otrora tarea de escribir en máquinas añejas como las Rémyngton o las Olivetti que le daban un toque especial a las salas de redacción, sobre todo de los periódicos por su peculiar sonido, quedó atrás.

De igual forma, el correr de las hojas bajo los rodillos, hacer bolas una cuartilla, aventarla al cesto de basura porque no salía bien y los gritos de los mismos reporteros pidiendo la presencia del “hueso” (que era aquel muchacho aprendiz que auxiliaba en todo, iba por el refresco o la torta, los cigarros, los dulces, la botana, o llevarle la nota al jefe de redacción, al director, al jefe de información o al mismo director), cada vez es menor, aunque no se ha perdido del todo.

La modernidad actualiza pero también ha propiciado, en algunas circunstancias, que esa relación humana de las redacciones ya no sea como se acostumbraba. Como ahora ya no es tan necesario que el reportero esté en su redacción porque puede mandar toda su información por diferentes medios, las redacciones ya no están tan saturadas como antaño, menos las cabinas de radio o los estudios de televisión; salvo en casos en que desde las redacciones se requiera la presencia del reportero para grabar o hacer un trabajo especial, editar, o seleccionar el material que ilustrará el trabajo o la nota.

Ahora todas las redacciones están computarizadas. Aunque algunos medios tienen equipos viejos, cuentan con computadoras y pese a que el tecleo es el mismo, se escribe con mayor velocidad porque anteriormente había que batallar con lo duro de las máquinas mecánicas; es más, podría decir que ahora el sonido es “silencioso”.

Aunque en menor grado, los gritos, las bromas, el relajo en las redacciones no ha cambiado, Incluso la costumbre de ir a “tomar la copa” al bar más cercano después de terminar el trabajo diario, pues como lo manifiesta Elena Poniatowska, los reporteros somos dados a la beberecua y al buen humor.

Cada medio informativo sea del género que sea tiene sus propias características y cualidades, sean de nuestro agrado o no. Hay algunos periodistas consagrados que tienen ciertas simpatías o afinidades con determinado medio, pero critican a otros y con ello no sólo los hacen menos pues también desconocen el trabajo que los reporteros de esas empresas realizan.

Por ejemplo a Abraham Zabudovsky en algún momento se le cuestionó qué diarios no leería nunca y respondió: “**Cine Mundial, El Día** o periódicos aborrecibles –así los calificó--, como **Novedades y El Sol de México**.”

Mi experiencia laboral y el aprecio que le tengo a esta carrera me hacen reconocer que todos y cada uno de los medios tienen algo que enseñar y aportar dentro de sus limitantes o deficiencias, algo al periodismo, de tal manera que no podemos dejarnos deslumbrar por nombres o pensar que solamente las “estrellitas” son merecedores del reconocimiento del medio y dignos de toda credibilidad.

Para hablar acerca de cuál es la situación, principalmente de la prensa escrita, en el **Capítulo 2** hago un recuento de la circulación, algunos datos estadísticos relativos a lo engañoso que son las cifras que cada empresa manejan al respecto. Lo cierto es que cada quien da sus propios datos y que una gran parte de los tirajes se regresan, no se venden.

Salvo algunas excepciones como **La Jornada** o **Reforma** los demás rotativos tienen mucha devolución, y es que la cultura de lectura de diarios entre los mexicanos dista mucho de lo ideal. Y creo que escuchar noticieros de radio o ver los televisivos tampoco tienen un lugar preponderante en el público.

No todo es bueno ni tampoco todo es malo en la vida, el periodismo incluido. Viéndolo desde este punto de vista, los reporteros sabemos que algunos de los hombres que destacan en el campo periodístico no tienen antecedentes muy limpios; son conocidos en el medio los casos de personalidades como Joaquín López Dóriga, Fidel Samaniego, Oscar Mario Beteta, Pedro Ferríz de Con, quienes en su momento tuvieron una gran relación con presidentes en turno y fueron favorecidos por el poder a cambio de mantener una línea editorial parcial.

Hay casos específicos que Julio Scherer García cita puntualmente en su libro “*El Poder, Historias de Familia*” donde narra algunas relaciones perversas entre directores, dueños de medios, reporteros, columnistas, incluso caricaturistas con altas esferas gubernamentales y que aunque, ya no tan evidente, sigue dándose en la actualidad.

Pero también tenemos los casos de excelentes trabajadores de los medios que siempre se han caracterizado por su responsabilidad y profesionalismo, lo que les ha valido el reconocimiento nacional e internacional. Ejemplos tenemos varios: Julio Scherer; Miguel Angel Granados Chapa; Fernando Benítez; Cristina Pacheco; la también escritora Elena Poniatowska, por citar algunos.

El gremio es uno y aunque no se ha logrado unificar todos tenemos algo en común: buscamos la nota, tratamos de conseguir la exclusiva y procuramos que el espacio que se le dé a nuestra información esté entre los principales, independientemente en qué medio estemos.

Todo va evolucionando, también las circunstancias en que el reportero desarrolla su trabajo. Antes se transmitían las notas por télex o teléfono, ahora se cuenta con el fax como mínimo; más aún, tenemos el correo electrónico y el Internet.

Sin embargo, antes no había tantos sectores a cubrir. Hace 15 ó 20 años, para no ir más lejos, quien tenía a su cargo la fuente de policía se remitía a lo que eran los reportes del área y sus diversas agrupaciones. Actualmente, quien cubre esta “fuente” le toca PGR; Seguridad Pública; juzgados; Tribunal Superior de Justicia, reclusorios, la Suprema Corte de Justicia y las Comisiones de Derechos Humanos, tanto la Nacional como la del Distrito Federal. El universo se ha ampliado.

Por lo que hace al sector financiero quienes cubrían las actividades de la Secretaría de Hacienda o la desaparecida Secretaría de Programación y Presupuesto también trabajaban la información de la ex Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, ahora Secretaría de Economía, y la Bolsa Mexicana de Valores. Aunque esta última como era un área demasiado especializada no se cubría como ahora.

Hoy a quien se le asigna el sector económico-financiero tiene bajo su responsabilidad, además de Hacienda, la Secretaría de Economía, todo el sector de la banca comercial –aunque esto no se generaliza a todos los medios ya que cada uno acomoda a sus reporteros en forma similar pero no idéntica--, y la llamada banca de desarrollo, o sea, la gubernamental.

El ramo financiero también abarca la Comisión Nacional del SAR, las llamadas Afores, las Comisiones de Seguros y Valores, la de Fianzas, empresas aseguradoras y algunos institutos como el de Contadores Públicos o el Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, entre otros.

Por lo que se refiere al sector comercial, éste comprende a la Secretaría de Economía, la Procuraduría Federal del Consumidor, instituciones de comercio interior y exterior y organismos privados como es el caso de la Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de México (ANIERM).

Además se debe estar atento a las actividades de lo que se ha dado en llamar la “cúpula” empresarial donde convergen el Consejo Coordinador Empresarial (CCE); la Confederación Nacional de Cámaras de Comercio (Concanaco); la Confederación de Cámaras Industriales (Concamín); el Consejo Agrario Permanente (CNA); el Consejo Mexicano de Hombres de Negocios (CMHN), y la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio (ANTAD), entre otras.

La actividad política no es muy diferente. Hace algunos años se cubrían solamente las cámaras de diputados y senadores y los partidos políticos “fuertes” que eran, desde luego el PRI y el PAN y algunos pequeños como el Partido Comunista o el Partido del Trabajo, y esporádicamente el PARM, PPS, PMT y el PDM. De hace unos años acá también la Asamblea de Representantes del DF, ahora Asamblea Legislativa, se agregó a la lista.

Se dedica un reportero a la Cámara de Diputados pero a él le toca la cobertura de todas las sesiones ordinarias y extraordinarias, cuando se dan; aparte tiene que estar pendiente de los eventos que cada fracción parlamentaria tiene dentro y fuera de San Lázaro. Asimismo debe agregar los trabajos especiales que le son requeridos en su medio o las entrevistas que va concertando.

Aunado a ello, se hace cargo de las comparecencias o invitaciones que hay a funcionarios de diversas dependencias, además de asistencia de gobernadores. El caso de la Cámara de Senadores no es distinto, si acaso es que los diputados en la legislatura LVIII son 500, y los senadores 128. Un desperdicio de recursos por la excesiva carga burocrática, a mi parecer, pero así está integrado el Poder Legislativo.

En el sector político no se cubre ya únicamente al PRI o el PAN, que si bien no es un partido nuevo sí se estrenó como gobierno; tenemos al PRD, al PT, al PVEM, el de Alianza Social, el Partido de Convergencia por la Democracia y paulatinamente han quedado relegados, e incluso desaparecidos, agrupaciones como el PPS, el PFCRN, PARM y PDM. La cobertura es tanto a los comités ejecutivos nacionales como los locales.

Es éste uno de los problemas fundamentales que diario enfrenta un reportero ya que hay ocasiones en que al día debe cubrir entre tres y cuatro actos, más los boletines del día que se difunden en sus sectores.

Ahora casi en todas las jefaturas de información se encarga a los reporteros trabajos adicionales y aunque generalmente van relacionados con el sector que cubren otras veces no es así, lo que dificulta hacer una tarea profesional porque no se cuenta con los elementos necesarios o la preparación que se tiene es muy general. Pero en periodismo no hay cabida para las palabras “no se puede hacer”, de una u otra manera hay que cumplir en tiempo con la orden.

Conocido es que la “talacha” diaria del reportero no tiene nada que ver con la postura o política de los dueños y accionistas aunque muchas ocasiones las órdenes que se reciben limitan o delimitan el trabajo, y aquí entramos al

Subíndice 2.1 con el tema de los “intereses” particulares de las empresas y su relación con el manejo de la información.

El maestro Fernando Benítez describía a la perfección las formas como los empresarios dueños de medios de cualquier género prefieren ser aliados del poder que enfrentarse a él sin importarles la opinión pública.

En el argot periodístico una orden muy frecuente es el “debe”, esto es, cubrir algún evento, una entrevista exclusiva o realizar determinado trabajo por instrucciones directas de la dirección general del medio a determinado personaje, empresa, etcétera, y que de antemano se sabe que va a tener un espacio destacado porque así le interesa o le conviene a los dueños del medio, y que de ninguna forma significa un ingreso adicional a quien lo lleva a cabo, se hace, como se dice comúnmente, “por el mismo boleto”, si acaso hay un pago de viáticos cuando es necesario trasladarse a otro punto del país o fuera de él.

Sin embargo, algunos periódicos como **El Universal** tienen una especie de compensación extra por “productividad”, pero los criterios que se siguen para conceder esta especie de bonificación no siempre son claros. A decir de algunos reporteros conocidos de este diario el “cuatismo” prevalece; entonces, las cosas tampoco son muy transparentes.

En este mismo capítulo cito los casos de pleitos entre empresas televisivas y radiofónicas no tanto en la búsqueda por contar con una mejor información sino porque se ven trastocados sus intereses comerciales.

Para abundar un poco más acerca de las disputas por el mercado de la “información”, en el **Apartado 2.2** retomo varias opiniones que al respecto han manifestado periodistas como Jorge Medina Viedas el cual asegura que esas peleas por el mercado terminan por “opacar y frustrar” el quehacer periodístico. Opinión semejante tiene el columnista Julio Hernández López. El periodista polaco Ryszard Kapuscinski ha llegado a asegurar que la objetividad informativa no existe, precisamente por la forma como las empresas buscan exclusivamente su beneficio particular.

Si bien los intereses no son exclusivamente por cuestiones mercantiles, también las decisiones políticas tienen mucho que ver. Prueba de este señalamiento fue la destitución de José Ortiz Pinchetti como director general de **Notimex** al inicio del sexenio del Presidente Vicente Fox, luego que este se quejó de que la Secretaría de Gobernación quería, como ha sido siempre, que la agencia se sujetara a las directrices de la dependencia que presidía Santiago Creel Miranda.

En el **Capítulo 3** abordo con más a detalle las formas como un reportero cubre su fuente, lo que hace prácticamente desde que se levanta por las mañanas y las peripecias que en ocasiones tiene que hacer para cumplir con sus órdenes de trabajo y los elementos que tiene a su alcance: documentos, entrevistas, asistencia a eventos, entrevistas exclusivas, etcétera.

Cito testimonios de compañeros reporteros y ex reporteros quienes hablan de su labor, cómo la consideran. Recogí sus opiniones en cuanto cómo se puede mejorar la profesión, el nivel de vida del gremio, etcétera.

Asimismo, toco el tema de la forma en que la relación entre políticos que buscan el poder con los medios informativos cambia sustancialmente cuando lo obtienen. En especial hablé con periodistas que cubrieron la campaña a la Presidencia de la República de Vicente Fox y el cambio sustancial que se dio con dicha relación luego de que tomó posesión, incluso culpando a la prensa de algunos de sus constantes errores, o acusar de magnificarlos, básicamente en materia de política exterior.

ABISMAL LA DIFERENCIA DE PAGOS A REPORTEROS

En el **Subíndice 3.1** sostengo que hay una diferencia abismal en cuanto a los salarios que se pagan y remito datos de organizaciones internacionales sobre los casos de reporteros que han sido dañados físicamente por alguna autoridad en el ejercicio de su función.

En cuanto a salarios, establezco que no gana lo mismo un reportero de **El Financiero** que uno de **El Día**, o uno de **La Jornada** que uno de **El Diario de México**, o alguien de **Reforma** comparado con un compañero o compañera de **El Sol de México**.

El caso de la radio es similar: **Radio Monitor** es, según tengo conocimiento, una de las emisoras que mejor pagan. **ABC Radio** de las peores. Otro grupo radiofónico que remunera bien a su personal –esto porque los sueldos del medio periodístico es bajo en general--, es **Grupo Radio Centro**, el cual está por arriba de las remuneraciones en **Grupo Rasa**, y así por el estilo.

La televisión padece una problemática casi idéntica: quienes tienen mejores sueldos son los reporteros de **Televisa**, que van casi a la par de los de **Televisión Azteca**, un poco atrás está **Multivisión**, y por debajo de ellos están los de **Canal 40**, después **Canal 11** y al último **Televisión por Cable**.

Es preciso señalar que dentro de la misma estructura administrativa de los diversos medios de información hay categorías de reporteros y por ende se tienen diferentes tabuladores de sueldos para cada una de ellas, así tenemos reporteros “A”, “B”, “C”., y personal que normalmente trabaja de apoyo a la redacción y que ocasionalmente es habilitado como reportero pero sin tener un nombramiento como tal y mucho menos con el pago respectivo.

Me refiero a infinidad de situaciones que dificultan la actividad de los reporteros, y si bien me enfoco a la capital de la República no creo estar alejado de la realidad al afirmar que estos fenómenos son una constante en todo el país.

El campo de trabajo se ha restringido. Desapareció el periódico **El Nacional** un medio importante. Estuviéramos o no de acuerdo con su línea hay que reconocer que dejó una gran huella dentro del periodismo mexicano e hizo una importante aportación. Ese cierre propició mucha gente desempleada y que no fácilmente logró colocarse en otro periódico, en radio y menos en televisión – me refiero a algún noticiero--.

El Nacional tenía un lugar dentro de los diarios de circulación nacional y si bien su corte era totalmente oficial fue pionero en la publicación de la sección cultural dentro de los impresos, impulsada en su momento por el maestro Fernando Benítez y tuvo otros logros que quienes estamos inmersos en este mundo de la información y comunicación apreciamos. Misma suerte corrió **Novedades** y **México Hoy**, además que **Unomásuno** pasa por una situación deplorable, lo mismo que **Excélsior** y **El Día**.

Casi todos los medios han despedido personal. Las razones primordiales han sido económicas, aunque se que se han dado casos de otra índole como el conflicto intergremial que afectó a **Excélsior**, otro periódico con tradición.

En radio y televisión han desaparecido espacios informativos o simplemente los han reducido con lo cual se ha acrecentado el número de trabajadores del medio que no tienen empleo y por tanto han tenido que buscar actividades alternas que no siempre tienen que ver con su profesión.

Revistas como **Proceso** no han sido ajenas a la rotación de personal lo mismo que la revista **Época** la cual a raíz de la venta por parte de Abraham Zabudovsky a Guillermo Mora Tavares vivió sus últimos días y desapareció de la escena periodística, con el consecuente desempleo para más compañeros.

En resumen, al haber menos gente laborando la carga de trabajo recae en menos personas y, por el contrario, como señalé anteriormente, las fuentes de información se amplían en forma importante con el lógico incremento de las cargas de trabajo; pero no hay de otra: el reportero tiene que cumplir con su tarea y procurar que no se le vaya la nota, como se dice, porque, de lo contrario, corre el riesgo de pasar a engrosar las filas de la desocupación o mínimo ser remitido a la “guardia nocturna”.

Hay casos peculiares, por ejemplo, el contenido de la revista **Milenio** se estructura con los reportajes de los mismos reporteros del diario del mismo nombre; en el caso de otros medios como **Reforma** se alimentaba de su personal que tiene dentro de la agencia **Infosel**; también **Proceso** incluye trabajos de gente que tiene en su agencia **APRO**.

La permanencia en una empresa de medios de cualquier reportero no está asegurada. Hay empleos en los cuales constancia, disciplina, cooperación, efectividad y demás atributos de un trabajador son suficientes para considerar que no tendrá problemas para seguir en su empleo; en el periodismo no sucede así pues son incontables los casos en los que a pesar de tener una trayectoria intachable y haber demostrado profesionalismo en el desarrollo de su trabajo, un reportero puede ser despedido en cualquier momento por haber cometido un error, por mínimo que éste haya sido.

“El hilo se rompe por lo más delgado” solía decirme Roberto Aguilar subdirector de información en **El Sol de México**², en algún momento en que trabajando ahí tuve un desmentido, que es una práctica común de las fuentes generadores de información cuando no les parece la forma como se maneja una nota o un reportaje, o si no se fundamenta la información publicada, y ahí hay que reconocer que hay casos en los que la razón les asiste a ellos.

La interpretación de esto es lógica: no cometes un error porque aunque todo el diario sale perjudicado, la responsabilidad va a recaer en el reportero, y aun cuando no haya tenido toda la culpa los demás mandos que tienen que ver con la la nota generalmente se lavan las manos.

Como otras actividades económicas, en esta profesión se da el fenómeno de la rotación de personal forzosa. De esta manera, es frecuente que los reporteros pasemos por diferentes empresas periodísticas ya sea del mismo género, por ejemplo sólo radio o periódicos, o que incursionen en varios. En mi caso personal tuve la oportunidad de laborar en prensa escrita (**Diario de México, Ovaciones, El Herald de México, Unomásuno**), en **Canal 11, Radio Chapultepec** en la revista **Época** y en una agencia informativa que no duró mucho en el medio. Lo importante es, como se dice, estar en la jugada y no perder los contactos porque no se sabe en qué momento va a estar uno sin trabajo, o como decimos “en la banca”.

Hay un dicho que señala que siempre hay que brincar hacia delante, pero no siempre se nos dan las cosas para que sea de esta manera. Pongo como ejemplo algunos casos como el de la reportera Marcela Ojeda, quien gracias a su larga trayectoria en medios –**El Nacional** y el diario **Reforma**--, fue llamada a colaborar en el área de Comunicación Social de la Presidencia de la República lo que sin duda le redituó beneficios económicos importantes, pero para su desfortuna no duró mucho en el cargo y salió de ahí para incursionar nuevamente en otro diario: **La Crónica de Hoy** en el que tuvo un paso efímero. De ahí pasó a ser reportera de **El Sol de México**.

Bueno fuera que estos saltos fueran para bien y que mejoraran los ingresos: no siempre es así. Como lo señalaré a lo largo de este trabajo, y espero dejar en claro, la diferencia de salarios es enorme y por tanto hay una pérdida del poder adquisitivo personal y consecuentemente del nivel de vida familiar.

² Trabajé en El Sol de México entre 1992 y 1994

Otro caso que me viene a la mente es el de la compañera reportera Rebeca Sánchez, quien por varios años trabajó en lo que fue **IMEVISION** antes de convertirse en **TV Azteca** y posteriormente fue llamada a trabajar en lo que fuera el Banco del Pequeño Comercio (Banpeco) donde tenía buen salario y magníficas prestaciones de ley. Al desaparecer la institución tuvo que buscar de nuevo empleo en los medios.

Pasó por varias compañías como **Unomásuno** y luego el **IMER**, pero al igual que el caso anterior, los salarios que recibió fueron mucho menores de lo que obtenía cuando laboraba en el sector público.

Uno más: el compañero Luciano Franco quien trabajó muchos años en el desaparecido diario **Novedades** y quien al cerrar este diario tuvo que buscar y llegó a coordinar el área de prensa extranjera en la Cámara de Diputados, pero no por mucho tiempo ya que los constantes cambios que hay al interior del poder legislativo propiciaron que a Luciano le pidieran su renuncia para colocar a otra persona de un nuevo equipo que llegó a coordinar prensa de la Cámara de Diputados.

De ahí Luciano Franco ingresó a **El Sol de México** con mucho menos sueldo. Más tarde mejoró un poco cuando se integró a **Crónica**.

Podría escribir muchas cuartillas de este y otros problemas que aquejan a los reporteros mexicanos, sin embargo, a lo largo de la investigación procuraré irlos desarrollando a fin de poder dar un panorama de la situación que se vive en el medio y que, no obstante algunos cambios positivos experimentados, no son suficientes para darle el lugar que se merece a esta actividad importante en la vida social, económica y política de México.

Entrando al **Apartado 3.2**, recojo las ideas que algunos encargados de salas de prensa tienen en torno a la labor de los periodistas, concretamente las maneras como reportean. Además, apunto que la imagen tradicional que se tenía sobre las oficinas de prensa o de comunicación social ha cambiado diametralmente, pero todavía falta mucho por hacer en este aspecto, a pesar de que la política de comunicación social en el sexenio foxista dio una vuelta completa.

Finalmente en el **Subíndice 3.3** hago un breve análisis sobre los diversos materiales que tanto la administración pública como el sector privado proporcionan a los reporteros, así como elementos adicionales para la obtención de información, lo que va desde una filtración hasta los llamados diálogos en corto que pueden tratarse de una primicia noticiosa o una forma de “dar línea” de la fuente que la emite; todo depende de cuál va a ser la manera en que el reportero maneje dicha información.

OBJETIVO CENTRAL

Mi objetivo principal en el desarrollo del presente trabajo es mostrar que no obstante que los reporteros mexicanos, específicamente los de la capital del país, tienen los conocimientos teóricos necesarios para desarrollar un buen trabajo en cualquier medio informativo, las excesivas cargas de trabajo de que son objeto dificultan mejorar la calidad del desempeño.

Advierto que quien tenga la convicción de ser periodista en un futuro cercano tendrá que saber elegir la información que va a utilizar de todo el universo que las fuentes emiten y mantenerse al margen de ser utilizado para sólo dar a conocer el punto de vista de una parte: la imparcialidad y la objetividad es fundamental en la labor reporteril, no obstante los marcados intereses mercantiles que mueven a los dueños de empresas periodísticas, de radio o de televisión.

Como hipótesis expongo que si las compañías periodísticas otorgan condiciones óptimas para que un reportero desempeñe su trabajo –salarios adecuados, división de fuentes en forma equitativa, estímulos laborales, capacitación y compensaciones diversas, etcétera--, la calidad del trabajo de los reporteros mexicanos y del periodismo en general mejorará notablemente.

* * *

CAPÍTULO 1

EVOLUCIÓN DE LA CARRERA DE PERIODISMO

A través de su historia, la enseñanza y aprendizaje del periodismo ha sido analizado desde diversos criterios. Por un lado se considera que este oficio es una técnica para recoger, organizar, evaluar y presentar la información y que basta una educación general o especializada para poder ejercerlo. Sin embargo, en países como Estados Unidos desde hace muchos años quien decide ser periodista debe hacer una carrera universitaria.

Pero a estas alturas en el mundo aún no hay consenso en torno a ver al periodismo como una profesión y al periodista como un profesionista. Hasta fines del siglo XIX el periodista era quien escribía en los periódicos sin importar su formación académica o el tema que tratara; sin embargo, entrado el siglo XX el desarrollo de las empresas del sector contribuyeron a delinear los estatutos profesionales de los periodistas.

Con la aparición de la radio y la televisión, las relaciones públicas y las técnicas de publicidad el campo de actividad se amplió. Uno de los aspectos que ayudó a “legitimar” el periodismo como una profesión fue la llamada **Declaración Universal de los Derechos del Hombre**, aprobada por la Organización de Naciones Unidas (ONU) en 1948, donde se precisaba que: “todo individuo tiene derecho a la libertad de opiniones y difundirlas sin limitación de frontera, por cualquier medio de expresión”.

Entrado el siglo XXI y el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información, la informática, los satélites y todo lo que esto provee, exigen que el periodismo se especialice y, principalmente, se profesionalice al máximo.

En la actualidad la gran mayoría de los reporteros mexicanos, y de muchas partes del mundo, provienen de universidades o de alguna escuela especializada; si bien no todos han concluido sus estudios en esta disciplina y tampoco todos los periodistas son de carrera, en buena medida pertenecen a alguna disciplina humanística. No debe soslayarse que aún hay una parte importante de empíricos o autodidactas, aunque hay quienes consideran que en poco tiempo no habrá periodistas sin formación académica básica como lo establece el periodista de **La Jornada** Rogelio Hernández.³

A su vez, el periodista y columnista de **El Financiero** Carlos Ramírez puntualiza que la profesionalización de los reporteros “exige” que los programas de estudio sean acordes con las necesidades de los medios.

³ Hernández, Rogelio, “Para Conocer a los Periodistas”

Las carreras de periodismo, comunicación y publicidad en México se imparten desde hace más de 50 años, sin embargo, para estudiosos del tema como Claudia Benassini Félix, profesora e investigadora del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, campus Santa Fe, las escuelas de esta especialidad siguen con esquemas tradicionales de educación sin tomar en cuenta los cambios políticos, socioculturales y tecnológicos que ha experimentado nuestro país.⁴

Refiere la maestra que de las cerca de 240 escuelas de comunicación en el país únicamente 38 carreras corresponden a 23 universidades públicas, esto es, el 15.83% del total, en tanto que las restantes 202 se ubican en instituciones privadas, con una población cercana a 50 mil alumnos; pese a ello, el número de matriculados atendidos en la enseñanza pública es del 46.9%, mientras que el 53.1% estudia en instancias particulares. Esta licenciatura ocupaba el octavo lugar en demanda a nivel nacional

A juicio de la profesora –quien cita estadísticas del Anuario 2000 de la ANUIES--, los planes de estudio en estas instituciones deben incluir materias que aseguren la formación básica y complementaria del comunicador vinculada a las distintas ciencias sociales como sociología, psicología, antropología y ciencia política. Precisa que hay semejanza en los programas de estudio y que pocas escuelas han innovado sus programas, que de haberse hecho permitiría al egresado acceder a los nuevos campos profesionales que han surgido desde fines de 1980.

Federico Campbell en su libro “**Periodismo Escrito**” considera: “llegar a ser un buen reportero es, en gran medida, una cuestión de talento, instinto, sentido de la oportunidad, amor al oficio y no tanto por la aplicación de una técnica o una receta que se aprende en la escuela”.

El periodista, nos dice, se debe respetar, cultivar y defender el derecho a la información de todos los ciudadanos, por esto se investiga y difunde toda noticia o información que sea considerado de interés público, respetando la verdad y con la mayor exactitud posible.⁵

Sin embargo, para Campbell es indispensable una formación metodológica universitaria e incluso una especialización; se trataría, agrega, hacer del periodismo una carrera completa con un plan de estudios propio y de mayor profundidad que permita ampliar los conocimientos en idiomas, literatura, economía, etcétera. Apunta que en las escuelas de periodismo la enseñanza se centra en cursos de redacción y no en cómo localizar las fuentes y la documentación indispensable para realizar un trabajo. Es un hecho, precisa, que

⁴ Claudia Benssini. “*Carreras de Comunicación en México: entre la crisis y la esperanza*”

⁵ Federico Campbell “*Periodismo Escrito*”

los periodistas titulados egresan “sin haber ahondado en la historia de las ideas políticas y económicas”.

Se pronuncia porque el periodismo no sea considerado como una asignatura más en las escuelas de comunicación, al contrario, reafirma, tiene que ser impartido como una carrera tan completa como las de ingeniería, economía, medicina, etcétera. Aclara que este ejercicio profesional debe estar regido por la deontología periodística, que es el conjunto de convenciones morales y deberes, no obligaciones legales, porque ello hará más profesional el trabajo de los periodistas.

Al respecto, considero que la enseñanza del periodismo y comunicación en instituciones de educación superior es buena, y dentro de sus planes de estudio contempla materias afines (sociología, psicología, historia, ética), o complementarias (estadística y matemáticas), entre otras, que ayudan mucho a la formación del estudiante, aunque hay ocasiones en que quedan sólo en “pinceladas” con lo cual los egresados cuentan con la teoría pero desvinculados totalmente de la práctica o la realidad.

Campbell destaca que hay quienes no consideran al periodismo como una profesión sino como un oficio y argumentan que en una escuela de periodismo el estudiante aprende mucha técnica y poco o nada sobre el funcionamiento de las cosas en la sociedad, lo cual propicia la inseguridad e impreparación de quien incursiona en el área.

Este fenómeno no es exclusivo de México pues en países desarrollados como Italia se “desdeña” la carrera del periodista llegando al caso que en las escuelas donde se imparte, los planes de estudio no se comparan en nada a los que tienen disciplinas como ingeniería o química, entre muchas otras, añade el escritor.

Desde luego, es primordial para todo estudiante y profesionista en comunicación continuar preparándose, tomar cursos para realizar investigaciones periodísticas y sobre el manejo de la nota diaria o el reportaje.

La revista Kiosco en su número 3 de 1992, citó declaraciones de la profesora Margarita Yépez, coordinadora en ese tiempo de la Coordinación de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM al periódico **El Universal** donde precisaba: “formar comunicólogos implica más conocimiento de teorías y metodologías”, y que es precisamente uno de los elementos de enseñanza en la Máxima Casa de Estudios”.⁶

La catedrática reconocía que la carrera de comunicación en la UNAM “está muy lejos de ser práctica” debido a la carencia de instalaciones adecuadas, entiéndase talleres de radio, televisión, etcétera; sin embargo, dado que este artículo

⁶ Kiosco. Colección: “*Todo para Periodistas*”.

periodístico apareció en el año de 1992, debe señalarse que a la fecha la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales se ha equipado y modernizado con lo cual las carencias, si bien existen, no son como antaño. Mismo caso ha sucedido en otras universidades donde se estudia periodismo y comunicación.

Nuestro país cuenta con diversas instituciones de educación superior que imparten la carrera de Comunicación. En el **Catálogo de Instituciones de Enseñanza Superior en Ciencias de la Comunicación** –que engloba licenciaturas, postgrados y centros de investigación--, publicado por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, se señala que en 1992 había 92 escuelas públicas y privadas en las que se podía estudiar esta carrera, con especialidades en periodismo, cine, publicidad o relaciones públicas.⁷

La UNAM, la Universidad Autónoma Metropolitana, Universidad del Valle de México, la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) en sus campus de Monterrey, Estado de México, Chiapas, Morelos, el Distrito Federal, Querétaro, Tampico, San Luis Potosí, Toluca, Ciudad Obregón, Sonora y León, son algunos de los centros educativos que imparten la disciplina.

Además se puede estudiar periodismo en las universidades autónomas de Aguascalientes, Baja California, Chihuahua, Guerrero, Coahuila, Guadalajara, San Luis Potosí, Nuevo León, Tamaulipas, Estado de México, Sinaloa, la Universidad de las Américas, en Puebla y la Universidad de Matamoros, entre otras.

Estadísticas de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), establecen que en 1998 el ingreso al primer año de licenciatura sumó 352 mil 670, y había una población total en educación universitaria, tecnológica, normal y postgrado de 1 millón 392 mil 048, tanto en escuelas públicas como privadas, sólo que en las instituciones gubernamentales la población escolar es, por mucho, superior a la privada: mientras que en la primera había 1 millón 36 mil 935 estudiantes, en la segunda 355 mil 113. Esto refleja que aunque se quiera no es fácil acceder a una escuela particular por la difícil situación económica.

Por lo que se refiere a áreas de especialización, los datos de ANUIES indican que las ciencias sociales y administrativas en 1998 representaban 29.1% del total de carreras, sólo superada por la de Ciencias de la Salud que contaba con el 57.5% del total.

⁷ Consejo Nacional para la enseñanza y la Investigación
De las Ciencias de la Comunicación (CONEICC)

La población escolar en postgrado para el mismo año era de 69 mil 408 alumnos en el régimen público, y de 37 mil 741 en el privado, para hacer un total de 107 mil 149. Por área de estudio, las Ciencias Sociales tenían 45 mil 285 estudiantes, esto era el 42.3%, en tanto que en la especialidad de Educación y Humanidades había inscritos 23 mil 245 personas, el 21.7%. Específicamente lo que se refiere a Ciencias de la Comunicación había en el año '98 473 alumnos cursando una especialización, maestría o doctorado.

Con relación a la división de maestría en ciencias sociales y administrativas, había registrados 36 mil 944 alumnos, lo cual significaba el 48.2%, en tanto que en ciencias de la salud cursaban 2 mil 483 alumnos, el 3.2%. Aquí las cifras indican que al área social y administrativa le siguen en matriculado de maestría el área de Educación y Humanidades con 20 mil 952 personas, el 26.8%.

Sería deseable citar datos a nivel nacional pero sólo me remitiré a tocar el caso del Distrito Federal en cuanto al ingreso a nivel licenciatura en la educación pública y privada, y la conclusión exitosa de los estudios, o sea, la titulación.

De acuerdo a la ANUIES, en 1998 ingresaron a este nivel 72,372 estudiantes de los cuales concluyeron el plan de estudios 48,456, lo que significó casi 56%, pero sólo se titularon 29,094 estudiantes, equivalente al 40% del total.

Un dato singular es que en las instituciones públicas el nivel de titulados es mayor que las privadas pues mientras en el primer segmento la cifra es de 20,228, en las particulares sólo alcanza 8,866.

Las estadísticas de la ANUIES establecen, dentro de las diversas licenciaturas que se imparten en México, que en 1997 la de Ciencias de la Comunicación ocupaba el lugar 12 entre las más pobladas con 6, 662 alumnos. Hasta ese año la licenciatura en Derecho era la más demandada con un ingreso en ese año de 38,403 estudiantes.

Le seguía Administración de Empresas con 32,300 alumnos, y en tercer lugar estaba Contaduría Pública con 26,989 personas inscritas. No quiero llenar este trabajo con números y sólo señalaré que en la carrera que me ocupa, en el '97 hubo 4,624 egresados –1,579 hombres y 3,045 mujeres--, pero sólo 1,820 titulados. La comunidad estudiantil femenina está por encima de la masculina pues mientras que el número de tituladas fue de 1,232, en hombres ascendió a 588.

En Doctorado, tomando el mismo año de referencia, el segmento de ciencias sociales y administrativas en las que se enmarca periodismo y comunicación había enlistados 1,676 estudiantes, 22.3% del total. En primer término estaba la especialidad de ciencias naturales y exactas con 1,972 matriculados, el 26.2%.

La educación universitaria en comunicación tiene puentes de vinculación con disciplinas como historia, sociología, filosofía, psicología y en general con las ciencias sociales y las humanidades; la academia proporciona la base más sólida

para la ética profesional del periodismo –deontología--. De hecho, estudiosos del tema aseguran que “hay un vínculo formativo real de la academia con el periodismo que debe profundizarse para mejorar la práctica y la epistemología de la profesión. Dado el avance que se ha dado en el área se puede afirmar que en poco tiempo no habrá periodistas sin una formación académica básica.

Por ello es necesario actualizar los conocimientos del gremio y también promover diversos y variados métodos de titulación, pues cifras conservadoras revelan que cerca del 80 por ciento de los profesionistas egresados en Periodismo laboran sin título profesional.

La enseñanza del periodismo en México inició en 1949 con la apertura de la Escuela Carlos Septién García. En 1951 la UNAM hizo lo propio, y en 1954 se incorporó la Universidad Veracruzana. Las tres instituciones se orientaron principalmente a la formación de periodistas de prensa escrita; en 1960 la Universidad Iberoamericana creó la carrera de Ciencias de la Comunicación para formar profesionistas enfocados a los medios de comunicación, la publicidad y las relaciones públicas, y ahora son menos las escuelas de nivel superior orientadas exclusivamente al periodismo escrito.

La formación de periodistas incluía las siguientes licenciaturas: Ciencias Humanas; Ciencias de la Comunicación; Ciencias de la Información; Comunicación; Desarrollo Humano; Medios de Comunicación; Periodismo; Periodismo y Comunicación Colectiva; Publicidad; Relaciones Humanas y Sistemas de Información.

De las instituciones citadas egresaron 58,202 estudiantes hasta 1996. En ese mismo año, las escuelas contaban con 34,393 alumnos inscritos, 12,098 hombres y 22,295 mujeres. En 1995 la proporción de titulados en las carreras de referencia era de 25.99% de los egresados.

La Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social advertía a finales de los 80s sobre la futura saturación del mercado para los egresados de periodismo y preveía una gran crisis, principalmente por el excesivo número de estudiantes en las escuelas. Consideraba que el crecimiento de la matrícula se debía, entre otras cosas, a la propia expansión de los medios masivos.

En 1977 Francisco Peredo, ex coordinador de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, hacía referencia a otro problema: la relación de los alumnos egresados de la carrera que no trabajan en el área de su estudio era del 50 por ciento.

A partir de 1992 se diseñaron programas de titulación especiales en escuelas como la UNAM, la UAM y la Universidad Iberoamericana, entre otras, para que los alumnos de la carrera se titulen, se capaciten y especialicen. Tal es el caso de los cursos que se llevan a cabo en Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, de los que formo parte. Algunos de estos programas fueron

impulsados también por organizaciones independientes de periodistas como la Unión de Periodistas Democráticos (UPD).

Gabriel García Márquez ha manifestado que el periodista debe hacerse en la práctica. Defiende el periodismo a la vieja usanza, aquél que, dice, se hacía con una libreta de notas, una ética a prueba y un par de oídos. El escritor ha criticado la forma en que se enseña y practica el periodismo en América Latina y plantea regresar “al vicio de la lectura y las tertulias” sobre diferentes temas en las redacciones, y recuperar para el oficio la autoridad perdida de los editores que orientaban, regañaban y dirigían.

“Los reporteros se hacen en la universidad de la vida, en la calle, y es ahí donde logran su maestría en el conocimiento, la cultura y su doctorado, entendiendo a la humanidad que los rodea”.⁸

Similar pensamiento tiene el periodista mexicano Rafael Cardona quien dice: “las escuelas de periodismo no sirven porque a los estudiantes no se les explica ni siquiera lo que es el oficio. Les presentan un planteamiento entre sociología e historia y un poco de mercadotecnia empresarial del periodismo”. Opina que el aprendizaje del oficio se da en las calles, restaurantes, tabernas, etcétera. Coincido en buena parte en lo que señalan ambos periodistas.

Por otra parte, quien fuera director de la Escuela de periodismo Carlos Septién García, Manuel Pérez Miranda, decía que los periodistas, además de vocación, deben tener conocimientos de la profesión y los adelantos tecnológicos. Manifestaba que los periodistas empíricos “ya no tienen lugar” porque la actividad está cada vez más competida.

En el mismo artículo donde retomé las expresiones de García Márquez, Cardona y Pérez Miranda, Rogelio Hernández concluyó que no cualquier persona que tenga talento y ganas puede ser periodista. Menciona que esa era la concepción de periodista hasta principios de los '80 cuando la globalización no se desarrollaba; ahora, las escuelas especializadas en periodismo hacen que las personas con preparación en la disciplina se desempeñen mejor que los empíricos y les lleven buena delantera.

“Los nuevos periodistas formados en universidades cuentan con una cultura más amplia que empieza a reflejarse en innovadoras formas de hacer periodismo; sin embargo, este cambio todavía no genera los talentos necesarios y en muchas redacciones sobran universitarios y faltan periodistas eficaces. Esto evidencia la necesidad de profesionalizar a los egresados de educación superior”, subrayó.

⁸ op. cit. p. 157-158

Sobre el particular soy un convencido de que un periodista empírico no puede hacer un trabajo como el egresado de una escuela. Vale su trabajo, pero no es lo mismo.

1.1 EL MERCADO LABORAL PARA LOS EGRESADOS

DE LA CARRERA DE PERIODISMO

Como puede desprenderse del capítulo anterior, hay una gran matrícula en las diversas escuelas de periodismo a nivel nacional. El número de egresados anualmente se acrecienta no sólo para el área de prensa escrita, y como en todas las disciplinas han surgido muchas especialidades y ahora tenemos profesionistas en la elaboración de noticieros o producción en radio, televisión o documentales informativos para cine, entre otros.

Sólo en 1997 egresaron de escuelas donde se imparte la carrera de periodismo 4,624 alumnos que de inmediato se incorporan al campo de trabajo. No obstante que en el Distrito Federal funcionan aproximadamente 30 diarios, no hay cabida para dar empleo a los demandantes de un lugar. La oferta de mano de obra de estos especialistas es bastante, la oferta, a pesar de la cantidad de medios, es mínima.

Es creciente el número de comunicólogos que se dedican a actividades diferentes o que tienen poca relación con su disciplina. Otros trabajan por su cuenta y algunos más se desenvuelven en ramos como relaciones públicas o publicidad.

A raíz de la crisis económica de 1995 hubo varios periódicos, empresas televisivas o radiofónicas que despidieron a muchos trabajadores de todos los departamentos, incluidos por supuesto reporteros. De 2003 a la fecha se han dado recortes de personal adicionales en los medios, incluso el cierre de algunos como fue el caso de la **Agencia Lemus**, que en 2001 dejó de operar. El diario **Novedades** quien suspendió actividades a fines de 2002, y la revista **Cambio** que desapareció a inicios de 2003, aunque posteriormente reinició operaciones.

En **Televisa**, el **Diario la Crónica**, **Multivisión**, **El Universal**, **El Economista**, durante 2001 y parte de 2002 hubo un sinnúmero de despidos. Los noticieros en radio y televisión han aumentado pero la premisa empresarial ha sido de “hacer más con menos”, lo que obviamente se traduce en menos empleos.

La difícil situación no es exclusiva del periodismo. En su edición del miércoles 13 de marzo de 2002, **Crónica** informó que más de 707 mil 296 personas perdieron su trabajo entre el año 2000 y principios de ese año.

De acuerdo con información del IMSS, el primero de diciembre de 2000 cotizaban en el instituto 12 millones 774 mil 125 personas, en lo que fue el pico más alto de ese año. De ellas, 11 millones 166 mil 619 eran permanentes y un millón 608 mil 506 eventuales. Sin embargo, en ese mismo mes inició una reducción de personal paulatina, y a fines de febrero 2001 la cifra de trabajadores asegurados totales era

de 12 millones 173 mil 679 personas: 10 millones 652 mil 491 eran permanentes y un millón 521 mil 188 eran eventuales.⁹

Otro de los problemas que afectan al gremio reporteril son los bajos salarios. El periódico **La Jornada** publicó en 2001 un trabajo especial con motivo de su VII aniversario titulado “Periodismo Mexicano: manchas que no son de tinta”, en el cual se hace referencia a las numerosas publicaciones que pagan el salario mínimo a sus colaboradores, e incluso hay quienes no fijan sueldos a los reporteros lo cual ocasiona, además de un deterioro en el nivel de vida los profesionales de la información “chambismo”, corrupción, tráfico de influencias, pérdida de objetividad y venta de conciencias, y esto, a su vez, repercute en una deficiente profesionalización y perjudica a la sociedad a la que se pretende informar.¹⁰

Algunos ejemplos de la crítica situación: María Isabel Melchor, Jefa de la Sección de Negocios del periódico **Milenio Diario**, para completar su gasto familiar debe colaborar por honorarios en la revista **Expansión** y también participa en un proyecto que al momento de escribir estas líneas está en curso entre Televisa y Milenio.

Isabel Melchor dice tajante: “por más que le busques un solo sueldo te da para medio vivir, así es que tienes que, como en mi caso, buscar formas de tener más ingresos por estas vías; claro, son verdaderas “friegas” las que te llevas porque tienes poco descanso, no comes a una hora específica, sales desde temprano y llegas tarde a tu casa, etcétera.

Pese a ello, Isabel coincide con quien esto escribe en que no todo es malo pues también hay aspectos gratificantes como conocer todo tipo de personas, funcionarios públicos, ejecutivos; viajas, aprendes, a veces tienes un poco de tiempo para divertirte, principalmente cuando vas de gira, y sientes una gran satisfacción cuando ves que lo que reportas y luego escribes o grabas tiene algún impacto en la sociedad o le es útil a alguien.¹¹

Por su parte Martín Rea, reportero del diario **Ovaciones**, quien entre otras fuentes ha cubierto la Presidencia de la República, el Senado y la Cámara de Diputados, mencionó que pocas son las fuentes que le brindan a un reportero la oportunidad de viajar, sobre todo al extranjero. Cubrir las actividades de la Presidencia de la República es casi la única opción de viajes nacionales o internacionales pagados, claro está, por el medio, porque con lo que se gana en un periódico pocos son los periodistas que tienen la oportunidad de salir del país”.

⁹ La Crónica de Hoy 13 de marzo de 2002

¹⁰ Kiosco, *op. cit.* p. 12

¹¹ Entrevista efectuada el 22 de enero de 2001

Ahora bien, indicó, el que lleves viáticos de la empresa donde trabajas no te exceptúa de pasar peripecias para poder estar en los diversos eventos a cubrir, porque no siempre te dan el suficiente dinero y no te alcanza.¹²

Cuestionado sobre el mismo punto, el ex reportero del desaparecido periódico **Novedades**, Luciano Franco lamentó la falta de incentivos a los reporteros para poder superarse a través de capacitación, apoyos para aquellos que no se han titulado o para quienes procuran combinar sus estudios con el trabajo.

Entre lo deseable y lo posible hay una gran diferencia, me dijo mi entrevistado. Expuso su opinión --que comparte la gran mayoría de compañeros de actividad-- acerca de los bajos salarios; falta de tiempo para realizar tu trabajo, presiones por todos lados, advertencias y demás maniobras que obstaculizan el desempeño laboral en las condiciones actuales. “En algún momento me llegaron a decir en el periódico que si quería tomar cualquier diplomado o curso lo podía hacer pero a título personal, fuera de mis horas de labor y con mis propios recursos, algo fuera de lugar, inaudito, e incomprensible”.

Recordó que en cierta ocasión estuvo de visita en **Novedades** un grupo de periodistas norteamericanos para dar unas pláticas a los reporteros del diario sobre cómo mejorar las técnicas de trabajo, y se extrañaron de la forma en que los diarios y demás medios de información mexicanos manejan sus principales notas ya que en general todos llevaban, o la declaración del día del Presidente de la República o de algún otro funcionario de primer nivel; una determinada información oficial, un hecho de trascendencia nacional, etcétera, pero había poco o nulo trabajo de investigación lo que para ellos es necesario ante la falta de noticias relevantes e interés para la ciudadanía.

Continuó: “Se sorprendieron cuando les dijimos que era prácticamente imposible, al menos en este rotativo, hacer trabajos de investigación a fondo cuando los reporteros tienen varias fuentes a su cargo, ganan poco, tienen que completar sus ingresos con otras actividades --dando clases, “frilanceando” en otros medios, o de plano atendiendo un negocio independiente de esta actividad--, y concluyeron que así era imposible que cambiaran las técnicas de trabajo en el periodismo mexicano”.¹³

¹² Entrevista efectuada el 28 de diciembre de 2001

¹³ Entrevista realizada el 26 de diciembre de 2001

CIFRAS REVELADORAS

En 1997 El Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa (SNRP) y la Fraternidad de Reporteros de México, organizaciones representantes del gremio periodístico, dieron a conocer cifras reveladoras en torno a la situación de los trabajadores de medios:

- a) El promedio salarial de los reporteros era de 3,000 pesos.
- b) El 46% carece de contrato colectivo de trabajo.
- c) Un 40% trabaja por honorarios.
- d) Más del 50% no está inscrito en el IMSS.
- e) Cerca de 46% no tiene descanso previamente establecido.
- f) Al 63% no le pagan días festivos.
- g) El 73% no se le pagan horas extras.
- h) El 86% ejerce sin título universitario.

Aún más, de los aproximadamente 5 mil trabajadores de los medios informativos que había en ese año en la capital del país sólo 7 por ciento contaba con una representación gremial. Quienes sí tenían un contrato colectivo que los amparara éste carecía de cláusulas o algún apartado de “conciencia”, que es, en opinión de estas organizaciones, el mecanismo legal por medio del cual el periodista puede mantener y defender su postura ideológica frente a la política informativa de la empresa en la que trabaja y a no escribir nada que le ocasione descrédito profesional por acatar órdenes superiores.¹⁴

Estudiosos del tema sostienen que casi es general los periodistas carecen de credibilidad debido a su cercanía con el poder, la falta de ética, de profesionalismo, la corrupción y la poca interacción que mantienen con la sociedad. Ponen como muestra que la propia Secretaría de Educación Pública dentro la Ley General de Profesiones no contempla al periodismo como una actividad profesional, por lo que para ejercerla no es obligatorio tener título, lo que incide directamente en el trato que reciben los representantes de los medios.

En 1990 la Comisión Nacional de Salarios Mínimos estableció el sueldo profesional para los trabajadores del medio en 2.5 tantos del salario mínimo general y reconoció sólo dos especializaciones o categorías: reportero y reportero gráfico.

¹⁴ Hernández Rogelio
op. cit. pp.36-37

A fines de 1997 el sueldo promedio de los reporteros era de tres salarios mínimos generales y hasta cuatro en la ciudad de México, cantidad que de ninguna manera cubría las necesidades básicas, lo que ocasiona que los reporteros “compensen” sus ingresos con el denominado “chayo o embute”; práctica que, afortunadamente se ha reducido sensiblemente, bien por el cambio que ha habido en muchos medios, o por las líneas de acción de las dependencias públicas que dejaron a un lado esa insana relación que por décadas se había dado, pero que no ha sido desterrado del todo.

A fines de 2001 **Proceso** publicó un reportaje sobre la práctica de otorgar “chayos” a los reporteros de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (ALDF) lo que obligó a la inmediata renuncia del Director de Comunicación Social de ese órgano legislativo capitalino, José Antonio Pérez Stuart, antecedido de una nota aclaratoria para desmentir lo publicado y documentado por el semanario.

En dicha misiva el ex funcionario decía: “nunca ha sido política de esta legislatura otorgar estímulos a ningún profesional de la comunicación para que desempeñe su trabajo o influir en su criterio sobre la información que se genera en esta instancia de representación”

Pese a lo anterior, reporteros asignados en esa fuente afirmaban que la entrega de prebendas en efectivo no se había terminado debido al golpeteo de poderosos medios informativos que exigen “trato especial” o convenios millonarios como los que se hacían anteriormente.¹⁵

Aunque han mejorado las percepciones de los reporteros, su pago es de acuerdo al nivel que ocupan. Así tenemos a los reporteros “D”, “C”, los “B” y “A”, aunque no siempre sus aptitudes o experiencia se toman como los elementos para ser considerados en alguna de estas categorías; es frecuente que, como en la mayoría de actividades, también influye la relación que un reportero tenga con sus superiores, jefe de información, de redacción, y él o los editores.

En concreto: el mercado laboral se ha estrechado paulatinamente, reflejo de lo que está aconteciendo en la economía nacional. La desaparición de medios, el incremento de alumnos en las escuelas de periodismo, el adelgazamiento de las nóminas en las empresas (ajuste de personal), y la cancelación de plazas, son algunos de los principales aspectos que hacen que cada vez haya más profesionistas del ramo desempleados, dedicados a otras actividades o subempleados, y que la competencia por adquirir un lugar dentro de cualquier ramo, prensa escrita, radio, televisión o revistas, sea cada vez mayor y que los sueldos que se otorgan estén muy por debajo de lo que merece el trabajo de los informadores.

¹⁵ Los Periodistas. No 30

1.2 EL REPORTERO EN NUESTROS DÍAS Y SUS FORMAS DE TRABAJO

La actividad reporteril es una de las profesiones que requieren de una habilidad especial que no se aprende totalmente en las aulas, aunque las bases teóricas son importantes para el buen desempeño de esta labor por los conocimientos y la cultura general necesarias.

En la introducción de “**Manual para Periodistas**”, Albert Hester precisa: “el oficio de reportero consiste en informar lo que está sucediendo, lo que ha sucedido o lo que sucederá. Ser reportero significa ser un narrador de relatos...su tarea consiste en relatar tan fielmente, como sea posible, las realidades compartidas de su sociedad o cultura”.¹⁶

Para el veterano periodista Francisco Huerta, la función del periodista es comunicar, investigar e informar para hacer saber a los lectores, televidentes y radioescuchas la verdad histórica de los hechos. En breve entrevista, el conductor del programa radiofónico y director del semanario **Voz Pública**, me aseguró que muchas ocasiones “nos vamos con la verdad de quien tiene el poder económico o político”. Esto hace, apuntó, que se haya distorsionado la verdadera función del periodismo.

Ejemplifica: “la televisión no sirve a la población sino a los intereses económicos y políticos de quienes pagan por anunciarse. A esto yo añadiría que tal situación prevalece también en la radio, una gran parte de periódicos y en la mayoría de revistas”¹⁷.

Como ya lo he acotado, el reportero no es labora únicamente en los medios, también hay reporteros de otro tipo como aquellos trabajan en oficinas de prensa del gobierno, federal o estatal, principalmente y quienes también desempeñan una labor de periodística pero exclusivamente de los funcionarios que son parte de la dependencia donde trabajan.

En la actualidad los distintos partidos políticos u organizaciones sociales y sindicales, también requieren de gente especializada en el campo de la información. Los organismos más fuertes suelen contratar a trabajadores del ramo aunque hay quienes designan a personas improvisadas, empíricos, para desempeñar esta función. Los organismos empresariales también cuentan con oficinas de prensa o de relaciones públicas, que manejan los temas de prensa de su sector o para sus ejecutivos.

¹⁶ L. Hester Albert, Lan Jane To Wai
“*Manual Para Periodistas del Tercer Mundo*”

¹⁷ Entrevista efectuada 22 de diciembre de 2003

Para el periodista Raymundo Riva Palacio, reportero es alguien que ha tenido alguna o varias de las siguientes experiencias: “haber hecho una guardia en un medio, haber cubierto el sector policiaco, haber sido regañado por sus jefes, haber perdido una nota, haber sido increpado por una fuente de información (...), quien vibra y se emociona cuando por primera vez su nombre rubrica una información e intuye que tiene una buena nota”. Quienes no se sientan estimulados por la necesidad de informar o de comunicarse, no tienen por qué perder el tiempo, el periodismo no es su vocación, asegura.¹⁸

Sin ser una denominación aceptada, actualmente se considera periodista al profesional de la información, en cualquiera de sus formas o instancias directas, que recibe una remuneración como reportero, reportero gráfico, videoreportero, redactor, corrector especializado de textos, cartonista, comentarista, analista, editor o conductor de noticieros.

El periodista Rogelio Hernández asegura: son periodistas los que obtienen un título universitario en el área, siempre y cuando ejerzan la profesión, pues sus documentos avalan estudios de comunicación en general, pero no de periodistas en particular”

Precisa: “...los reporteros, considerados la piedra angular del periodismo, no son la única pieza; son periodistas todos aquellos dedicados profesionalmente a una de las fases del proceso directo de la información periodística, la noticia, laboren o no en medios de difusión masiva”.

Considero que aquí podemos ubicarnos quienes trabajamos en oficinas de prensa porque aun cuando prestamos servicios en dependencias públicas o privadas captamos, procesamos, jerarquizamos y redactamos información, por lo que somos periodistas con la misma función de mediación entre la información, los medios y el público al que se hace llegar.

El periodista polaco y por muchos años corresponsal de guerra Ryszard Kapuscinsky asegura que se vive cada vez más en un mundo donde los medios de comunicación desempeñan un papel decisivo. Para él, el periodismo es una carrera con mucha responsabilidad que opera con las palabras y que tiene la capacidad de edificar o destruir.

Kapuscinsky, quien desde 1958 ha cubierto más de 27 revoluciones en 12 países de Africa, Asia y América Latina además de haber escrito más de 20 libros, entre ellos **La Botas y Los Cínicos no sirven para este oficio**, afirma que el reportero debe ser curioso y tener interés en todo; hacer preguntas y tratar de contestarlas “porque ésa es la clave para conocer y entender lo que sucede en el mundo”.

¹⁸ “Revista Mexicana de comunicación”
Febrero-abril de 1996

Añade: “la del reportero es una labor colectiva porque los comunicadores dependen de otros para realizar su actividad, trabajan y escriben sobre otros seres humanos...en la profesión de la comunicación no se consigue una posición fácilmente y pronto. Los logros y satisfacciones llegan sólo con el tiempo, la disciplina y el trabajo”.¹⁹ .

Así como hay quienes valoran y aprecian el trabajo de los reporteros, hay quienes lo menosprecian. Miguel Angel Vichique, quien fue vocero del Partido Acción Nacional declaró el 25 de agosto de 2002: “muchos periodistas en México son gente peligrosa....floja, amarillista, metiche y hasta cochina; publica lo que se le da la gana, saca de contexto las declaraciones... son realmente pocos los profesionales...no es un investigador que intuye y busca la noticia, descansa solamente un día a la semana, que no es sábado ni domingo, y tiene que escribir entre cinco y siete notas diarias”.²⁰

Manuel Blanco en su libro “*Hojas de la Memoria Periodística*” señala que un reportero debe tener y ejercitar su memoria para tratar de reproducir en sus notas las experiencias vividas en forma ordenada.

Recomienda dejar atrás la idea equivocada de que trabajar los boletines es suficiente para desquitar el “miserable” sueldo que devengan. Recuerda que en el argot hay una frase que dice: “la empresa hace como que me paga, y yo hago como que trabajo”.

La opinión del director de la **Carpeta Púrpura**, Yuri Serbolov no es muy diferente a la del vocero panista, pues apuntó en alguna ocasión: “no toda aquella persona que informa es periodista o hace periodismo, sino sólo aquellos que se dedican sistemáticamente a la actividad y lo hacen en forma profesional... hay periodismos que distorsionan los hechos, falsifican la realidad o dan una imagen equivocada. Lo anterior sucede porque esta profesión tiene un valor político por sí mismo y como tal es un instrumento de poder.

Serbolov diferencia lo que a su juicio es un reportero y un periodista, como él mismo se define –aunque más bien creo que deslinda una actividad de la otra—al subrayar: por el tipo de trabajo que “hacemos” –se refiere a los analistas o columnistas--, de analizar la realidad política y económica, no requerimos contar con información de primer piso, es decir, estar en el lugar de los hechos ya que tal función es propia de la radio, televisión y la prensa....tratamos de hacer un trabajo de segundo piso, en el cual tomamos las noticias y la información de primer piso como nuestra materia prima y a partir de ahí realizamos análisis y hacemos prospectivas.

Estoy de acuerdo en la aseveración del referido cuando expresa que el periodismo ha evolucionado y que los viejos periódicos han sido rebasados por los

¹⁹ Gaceta UNAM, 3 de octubre de 2002

²⁰ El Universal, 26 de agosto de 2002

acontecimientos, y que ha surgido un nuevo periodismo más sensacionalista y amarillista.

Desde 1994, agrega Serbolov, el periodismo mexicano ha enfrentado una realidad nunca antes vista porque se ha vuelto más caótica, sorpresiva e inesperada y es obligación de la prensa “ponerse a la altura de los tiempos.....se necesita un periodismo más agudo, crítico, capaz, responsable, menos manipulable, menos adicto a los diagnósticos oficiales y más cerca de las demandas sociales, un periodismo más democrático y plural”.

CORRER Y QUEHACER DIARIO

El común de los reporteros en México inicia sus actividades cotidianas pidiendo su “orden de trabajo”. Esto puede ser la noche del día anterior o a primera hora del siguiente. Se le pide a quien esté de guardia en la jefatura de información, el jefe de información o el de redacción y en ella se le precisa al reportero qué actos tiene programados para ese día, los trabajos pendientes --reportajes o entrevistas— y, casi como una constante, se le pide obtener reacciones de su sector a la nota principal de su medio, o alguna otra que sea del interés general.

Al asistir a un evento, sea conferencia de prensa, inauguración de algún foro u otro encuentro público, el reportero debe tomar nota o grabar, o hacer ambas cosas de todo lo que suceda: discursos, presentaciones, sesión de preguntas y respuestas. Ideal es que todos preguntaran, aunque no sucede así. Lo que satisface nuestro ego como comunicadores es cuando hacemos alguna pregunta y de ahí se derive la nota; hay ocasiones que los cuestionamientos se hacen para disipar dudas sobre lo que se ha afirmado, y en otras por instrucciones directas o encargos de las redacciones.

Con esa información el reportero prepara su nota. Si es para medio impreso primero elabora el llamado “adelanto” que es una síntesis que se envía a la redacción para dar cuenta del material que se lleva y que en el periódico es evaluado para darle el lugar que amerita, según la importancia o la trascendencia de la misma.

Esto se hace antes de que dé inicio la “junta” de redacción, que es la reunión de los editores de sección, el jefe de información y el de redacción, para realizar un primer esquema de cómo se diseñará el periódico para el siguiente día; o sea, se califican las notas y establece cuál va a ser la principal --la de ocho--, cuáles las principales de cada sección, las secundarias, etcétera.

Por supuesto que el trabajo del reportero no termina con enviar su nota vía fax, por correo o escribirla en la redacción. Continuamente existen órdenes ex profeso para que abunde en la información que se lleva o que se amplíe en determinado tema.

LA ENTREVISTA EXCLUSIVA

Otro aspecto relevante de este trabajo es la entrevista personal. Aquí, también puede ser que el reportero busque a un dirigente político, funcionario, legislador, directivo empresarial o simplemente cualquier ciudadano, con objeto de complementar un reportaje, una nota, o para obtener datos adicionales que enriquezcan un trabajo.

Este es uno de los méritos que todo reportero puede hacer, y alcanza un valor especial dependiendo de a quién se entrevista y cómo se publica o qué espacio le dan a la nota derivada de ésta; para el caso de radio y televisión es meritoria cuando la nota abre el programa informativo o si el tiempo que le asignan es mayor al común de las notas del día.

Lógicamente una exclusiva con el Presidente de la República es muy meritoria y por ese sólo hecho merece un lugar destacado dentro de la publicación. Cuando se hace con un secretario de Estado, aquí sí se toma en cuenta la relevancia del contenido, pero por lo regular se le asigna un espacio relevante.

Situación similar ocurre cuando el entrevistado es un destacado líder político o empresarial, máxime cuando la coyuntura política, económica o social del país reclama tener informaciones de primera mano o declaraciones contundentes, de acuerdo a las circunstancias.

Cabe aclarar que desafortunadamente una exclusiva a un personaje de primer nivel no se le da a cualquier reportero. Los líderes de opinión, o sus asesores, recomiendan a qué medio y a qué reportero se le otorga la entrevista, de tal manera que los medios llamados chicos tienen pocas o nulas posibilidades de llevarse buenas informaciones a través de esta técnica.

VITAL UNA COMPUTADORA, TELÉFONO O FAX

El trabajo de redactar puede hacerse en una sala de prensa, en el periódico, la estación de radio o el canal de televisión, incluso en el domicilio particular. Actualmente se facilita esto por los diversos medios que hay para el envío de información, por eso no es indispensable que se presente en el medio para concluir su labor pues se puede enviar por fax, correo electrónico, o por teléfono fijo o celular, dependiendo del medio, las exigencias de este y la premura del tiempo.

Desde luego que quienes trabajan en agencia informativa tienen menos margen para pasar sus notas, a diferencia de los reporteros de diarios. Lo mismo acontece en radio y televisión. Cada uno de estos tiene su propia cualidad: pasar para una

agencia requiere confirmar totalmente lo que se maneja; para radio lo importante es respaldar la nota con el audio –sonido— y, por supuesto, en el caso de la televisión la imagen es lo sustancial.

Es común que los compañeros anden, como se dice, “del tingo al tango” porque por lo regular tienen en su orden de trabajo mínimo dos eventos al día. Además, hay que trabajar los comunicados que las fuentes emiten y, por supuesto, terminar los reportajes que se encargan; en no pocas ocasiones debe cubrir alguna ausencia de un compañero, ya sea por vacaciones, incapacidad, permiso, incluso una suspensión.

Respecto a la suspensión, ésta es la forma más usual de castigar a un reportero cuando no cubre algún evento al que se le había mandado, o se le va alguna nota que la competencia trae. La suspensión varía según lo grave del hecho. Hay casos en que la medida es tan drástica que lleva, incluso, al despido inmediato.

Hay algunas fuentes que ofrecen continuamente conferencias, otras que invitan a los reporteros adonde acuden sus funcionarios o ejecutivos; otras difícilmente organizan alguna reunión y sólo envían a los medios boletines, como sería el caso de la Secretaría de Hacienda, la Secretaría de la Defensa Nacional, Marina, Salud, ISSSTE o el IMSS.

Por ejemplo, en la Secretaría de Economía, la de Turismo, la Procuraduría General de la República, la Procuraduría del Distrito Federal y el mismo gobierno de la Ciudad de México, frecuentemente celebran reuniones con la prensa, especialmente el Jefe de Gobierno de la capital.

EL “CHACALEO”

Vital en el trabajo reporteril es la libreta, la grabadora e incluso una simple hoja de papel, como es el estilo de muchos --donde me incluyo--; no obstante, ahora las computadoras portátiles –Laptops–son una herramienta indispensable para la captura y procesamiento de datos.

La tecnología, como se verá más adelante, ayuda mucho a enmendar errores que antes se corregían sólo rehaciendo las notas. El Internet es otro elemento fundamental para completar la información, o enterarse de cosas nuevas, incluso sirve para adaptar las notas al espacio que se tiene, en el caso de los medios impresos, y evitar que los formadores corten de tajo una nota, como sucedía antaño.

Uno de los métodos más comunes de los reporteros y más socorridos para obtener información es la entrevista de pasillo, que es, de acuerdo a Manuel Blanco “la expresión hiriente y viva del interés empresarial, de la feroz

competencia entre los distintos medios y del individualismo que permea toda la tarea informativa”.

Por lo regular, las entrevistas banqueteras, también conocidas como chacaleos, se dan luego de celebrarse algún evento al que asisten gentes del sector público, privado, o del medio político.

MÁS FUENTES, MÁS TRABAJO

Como lo describí en la introducción de este trabajo, allá por los años 70 quienes tenían a su cargo la fuente policiaca se remitían a las distintas corporaciones que integraban el sector. Se encargaban de los reportes del área y sus diversas agrupaciones, y ahora le toca PGR; Seguridad Pública, Comisiones de Derechos Humanos, etcétera.

En el área financiera, los reporteros tenían a su cargo la Secretaría de Hacienda, y antes la extinta Secretaría de Programación y Presupuesto --de donde surgieron tres ex presidentes: Miguel de la Madrid, Carlos Salinas de Gortari y Ernesto Zedillo--; además se encargaba de la ex Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, ahora Secretaría de Economía, y la Bolsa Mexicana de Valores.

Hoy, se le exige hacerse cargo de toda la banca comercial; también está la llamada banca de desarrollo, que incluye Nacional Financiera, Banobras, Bancomext y la Financiera Rural, además de la Sociedad Hipotecaria Federal. Aclaro que cada medio acomoda a sus reporteros de acuerdo a su capacidad, infraestructura o conveniencia.

El sector comercial engloba la Secretaría de Economía, la Procuraduría Federal del Consumidor, instituciones de comercio interior y exterior, públicos y privados.

Se cubre también las actividades empresariales como el Consejo Coordinador Empresarial (CCE); la Concanaco; Concamín; el Consejo Agrario Permanente (CNA), o el Consejo Mexicano de Hombres de Negocios (CMHN).

MATERIAL DE APOYO

Todo material escrito, ya sean revistas, documentos, libros, etcétera, son de gran utilidad para la tarea del reportero. Casi todas las fuentes generan, además de comunicados, boletines y demás, una serie de estudios, análisis que aunque no los hagan circular masivamente sí los envían los medios.

Por ejemplo, los grupos financieros, casas de bolsa, bufetes de analistas políticos, económicos, entre otros, que precisamente se dedican a realizar estudios sobre

diversos temas y que los envían a la prensa para su publicación, claro, previa revisada que el reportero debe hacer para sacar lo más relevante.

No necesariamente se hace una nota por documento, revista, estudio o lo que se trate, pues en ellos se abordan temas de coyuntura o se analiza la “nota de la semana”, por lo que puede hacerse una sola información tomando varios puntos de vista. Hay compañeros que prefieren abundar en estos reportes o análisis con los mismos autores y los buscan telefónicamente para entrevistarlos, aunque estos son, en especial, los casos de la radio, porque así pueden presentar a su auditorio una nota de primera mano con la voz del autor de la información.

Para el caso de prensa escrita, amén de usar los análisis, se echa mano de gráficas de barras, de pastel, de líneas o tablas estadísticas como forma de complementar la nota. Esto sucede básicamente en los temas de economía y finanzas; para los temas políticos se utilizan en encuestas, tanto sobre preferencias o tendencias electorales, el desarrollo de los trabajos en las cámaras de diputados o de senadores, y para el caso de la capital de la República, de la Asamblea Legislativa. Y en economía para estadísticas que miden índices de marginación, pobreza, salarios, crecimiento demográfico, entre muchos otros temas.

EL ABANICO DE LA POLÍTICA SE AMPLÍA

En la actividad política la distribución no es muy diferente. Antes sólo se daba seguimiento a las agrupaciones políticas mayoritarias (PRI y PAN) y ocasionalmente a los más pequeños (PMT, PPS, PFCRN, PDM; o PARM, en su mayoría desaparecidos por no alcanzar el mínimo de votos requeridos para conservar su registro o por haber formado alianzas con otros partidos); en el año 1988 surgió el denominado Frente Democrático Nacional donde convergieron varios de los partidos señalados pequeños y que posteriormente derivó en el actual PRD.

La cobertura del poder legislativo –Cámara de Diputados y de Senadores--, comprende los periodos ordinarios y extraordinarios, y los trabajos de la Comisión Permanente. Además se debe estar pendiente de las reuniones que cada fracción parlamentaria tiene dentro y fuera de los recintos, San Lázaro y Xicoténcatl; además hay que agregarle los trabajos especiales que le piden en su medio o entrevistas que va concertando, y las invitaciones, reuniones de trabajo o comparecencias de funcionarios del Gobierno Federal.

La cobertura política es tanto a los comités ejecutivos nacionales como las dirigencias estatales, así que este es uno de los tantos problemas que a diario enfrenta un reportero, ya que hay días que tiene que actos públicos, trabajar boletines o comunicados y los chacaleos.

Aunque para ser honestos, muchas veces uno mismo se echa cargas adicionales porque no podemos ver que se está entrevistando a alguien porque ya preparamos la grabadora o al menos nos acercamos para escuchar qué se dice y eso nos genera más trabajo.

En las jefaturas de información se encarga a los reporteros trabajos adicionales o “complementarios” que en ocasiones no tienen vínculo con sus sectores, pero el reportero tiene la obligación de cumplir. Más aun --y aquí entramos al tema de los “intereses” particulares de las empresas--, en el argot periodístico se maneja el término de “un debe”, que quiere decir cubrir cualquier evento, una entrevista o realizar un trabajo determinado por instrucciones directas de la dirección general del medio a un personaje, una empresa, etcétera, y que de antemano se sabe que va a tener un espacio destacado porque así interesa o conviene a los ejecutivos del medio.

Todo esto, como se dice coloquialmente, “por el mismo boleto”. O sea, el reportero no recibe una cantidad adicional o una remuneración especial por hacer este tipo de tareas. **El Universal** da una especie de compensación extra por “productividad” pero los criterios que se siguen para hacerse acreedores a esta bonificación no son muy claros. A decir de Guadalupe Hernández, reportera de este matutino, el “amiguismo” prevalece. Las cosas no son transparentes; si bien me enfoco a lo que sucede en la capital de la República, no creo equivocarme al afirmar que tal situación se da en todo el país.

“Las compensaciones y los ascensos se dan en forma discrecional, cuando los hay, pero esto es cosa de grupos, de cómo te lleves como tu jefe o en el peor de los casos si le haces la “barba” a uno o los responsables –cosa que no es descabellada porque como en todo trabajo, en el periodismo también se dan ese tipo de prácticas”²¹.

Así, las fuentes asignadas se han ampliado y con esto las cargas de trabajo son enormes pero no hay de otra; el reportero tiene que cumplir su tarea y procurar que no se le vaya la nota, pues de lo contrario corre el riesgo de ser suspendido, cambiado de fuente, metido a la guardia nocturna o, en el peor de los casos, corrido.

EL REPORTERO GRÁFICO

Una parte importante de la prensa escrita son los “reporteros gráficos”, fotógrafos y camarógrafos, que es otra forma de ejercer el periodismo en forma por demás especializada. Los avances tecnológicos permiten ahora que ellos trabajen con cámaras digitalizadas con lo cual quedó atrás el revelado en el cuarto oscuro y el uso de químicos, se utilizan en la actualidad disquetes y computadoras.

²¹ Entrevista efectuada el 10 de agosto de 2001

El periodista Manuel Blanco aseguraba que el fotógrafo y el reportero nunca se han podido llevar. Afirma que la fotografía llegó tarde a los periódicos y desplazó a la ilustración, aunque todavía hoy existen editores que insisten en la viñeta, en el retrato a línea, en el cartón político, con exclusión de la foto. Desde mi punto de vista, como toda evolución ahora la relación entre ambos personajes ya no es ni tirante ni distante, por el contrario, poco a poco ha ido mejorando y llega a representar una dupla importante en el trabajo cotidiano.

Ver a un fotógrafo o un camarógrafo llevando la grabadora del reportero, que un reportero ayude a su camarógrafo a cargar su equipo, o que un fotógrafo pida apoyo al reportero para tener los nombres de los asistentes a una reunión oficial, durante una conferencia de prensa o cualquier otro evento es algo natural y positivo: el trabajo se hace en equipo. Esa relación, a diferencia de lo que planteaba Manuel Blanco, es diferente e incluso se da una colaboración muy cercana e incluye el intercambio de opiniones con relación al trabajo que se va a presentar a la redacción lo que lo hace complementario.

Los bajos salarios, el no contar con fuente fija orillaron a estos reporteros buscar, al igual que los escritos, de radio o televisión, entradas extras, lo que dio al nacimiento de los “peseteros”, que son aquellas personas que asisten a conferencias u otras reuniones y ofrecen las tradicionales “fotos del recuerdo”, esto es, tomas que se hacen de algún personaje destacado con innumerables personas y posteriormente se las ofrecen por una cantidad determinada, pero sus placas no se publican en medios.

Explica Manuel Blanco que mientras el reportero tiene algún tiempo para meditar las cosas el fotógrafo no. A él no le sirven los discursos o los boletines, y hacen peripecias para poder lograr la toma, el ángulo, la pose, etcétera. Para el maestro Fernando Benítez todo el periodismo es una “literatura escrita bajo presión” y a la carrera. El periodista, precisaba, no tiene tiempo de afinar su escritura; debe obrar en el momento mismo porque mañana para él ya es tarde.

El espacio del fotógrafo ha aumentado a tal grado que en algunas ocasiones sus tomas se van de ocho cumpliendo con un viejo dicho de que “una imagen vale más que mil palabras”. Aún está pendiente la igualdad de derechos y salarios e incluso los derechos de autor de este personal porque muchas veces no se le da crédito, o su trabajo se comercializa sin otorgarle el reconocimiento que merece.

TODO CAMBIA, PERO LAS RUIDOSAS REDACCIONES CONTINÚAN

Ahora bien, el trabajo en las redacciones sigue llevándose a cabo aunque con las adecuaciones propias de los avances tecnológicos. Los reporteros utilizaban las máquinas mecánicas que le daban un toque especial al trabajo por el sonido de que emitían al trabajar, introducir una cuartilla bajo el rodillo, o romper la hoja de papel cuando nos equivocábamos, etcétera, quedó atrás.

Pero la gritería de los reporteros pidiendo la presencia del ayudante de redacción, mejor conocido como “hueso, continúa, aunque ya no se encarga de llevarle la nota al jefe de redacción, al director, al jefe de información o al mismo director porque ahora las computadoras están en red y el material llega directamente.

El ambiente de camaradería, los gritos, las bromas, permanecen. Tampoco la añeja costumbre de ir a “tomar unos tragos” después de terminar el trabajo diario, más los días de pago. Antes se transmitían las notas por télex o teléfono, ahora se cuenta con el fax como mínimo, el correo electrónico y el Internet.

La profesora e investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, Guillermina Baena Paz, elaboró un artículo en el cual planteaba: “La realidad es que surgen nuevas maneras de informarse y de comunicarse. Si antes teníamos como elementales fuentes de información a los diarios nacionales, ahora contamos con medios globales que permiten informarnos... por ejemplo, por primera vez en la historia durante la Guerra del Pérsico –la confrontación Estados Unidos-Irak en 1991 y el de marzo de 2003--, el mundo pudo presenciar directamente las escenas bélicas”.

Destacaba la mentora que grandes empresas de comunicación, publicidad y relaciones públicas se integran en alianzas estratégicas reduciendo el número pero ampliando su poder, su cobertura y su expansión como multinacionales de la información.

Precisa la profesora Baena Paz que actualmente el público es más exigente y está más preparado, requiere información analizada, jerarquizada y, principalmente, demanda calidad.²²

Otro trabajo publicado por la *Revista Mexicana de Comunicación* titulado “Perfil del periodista on line”, se describen 10 características que debe tener el periodista de la era moderna: 1) ser un periodista multimedia; 2) anticiparse a la demanda de su público; 3) conocimientos de informática y de las nuevas tecnologías; 4) explotar Internet como fuente de información; 5) ser un periodista interactivo; 6) mostrar mucha habilidad; 7) fortalecer su responsabilidad social; 8) desarrollar un trabajo continuo; 9) contar con mayor preparación y 10) una mayor profesionalización.

En la misma publicación se advierte que 9 de cada 10 periodistas de América Latina utilizan Internet, sin embargo, precisa que para la Sociedad Interamericana de Periodistas (SIP) el 53 por ciento de los comunicadores de Brasil, Colombia, México, Perú, Venezuela y Argentina, carecen de una capacitación tecnológica básica y adecuada²³.

²² “*Revista Mexicana de Comunicación*”

²³ op. cit. febrero de 2002

CAPÍTULO 2

CIRCULACIÓN DE LA PRENSA ESCRITA

La crisis de diarios y revistas ocasionada por la disminución de la publicidad, principal fuente de recursos para estos medios, y el encarecimiento de los insumos ha ocasionado una reducción de tirajes y ventas, recorte de las ediciones, la desaparición de suplementos, deudas crecientes, ajustes financieros, congelamiento o disminución de los salarios y cientos o miles de despidos. En lo que toca a televisión y radio el panorama no es muy diferente y aunque si bien no han desaparecido estaciones o canales, el número de personal, básicamente en las áreas de noticias ha disminuido sensiblemente.

En 1996 en el país circulaban 420 diarios, 25 de ellos en el Distrito Federal, había 23 mil publicaciones periódicas, semanales, mensuales y quincenales de información general, mil 524 estaciones de radio y 50 señales de televisión.

La revista **Etcétera** publicó un trabajo sobre el tiraje de medios impresos en México, de donde se desprendió que en la capital del país circulaban 22 matutinos y vespertinos con un tiraje aproximado de 800 mil ejemplares²⁴.

Los números, aclaró el medio, se refieren a ventas en puestos de periódicos y no en locales cerrados o tiendas de autoservicio. Los datos fueron considerados como no oficiales porque los directivos de las empresas periodísticas son reticentes a hablar con claridad sobre sus estadísticas por “razones de comercialización e imagen”. Otra vez, hay falta de transparencia en los datos que se publican: unos inflan cantidades y otros simplemente rechazan hablar del tema

Por otro lado, en un artículo de Raúl Trejo Delarbre publicado en la Revista **Kiosco** se informó que se editaban 750 mil ejemplares y no los más de 3 millones que figuraban en el Directorio de Medios en ese momento. Precisaba que los anuncios eran la primera fuente de financiamiento y no la venta, y que el principal anunciante era el gobierno federal y sus organismos paraestatales.

De acuerdo a Trejo Delabre, la Prensa fue el único periódico que llegó a 100 mil ejemplares tirados, y que cuatro diarios producían entre 50 mil y 100 mil, y 10 medios menos de 10 mil. Por lo que hace a devolución en el Distrito Federal, ésta era cercana al 50 por ciento y el resto se vendía para ser reciclado²⁵.

En México opera el Instituto Verificador de Medios (IVM), una asociación civil que realiza auditorías con objeto de difundir información entre las casas editoriales, anunciantes y agencias de publicidad, sin embargo, al requerirle a este organismo

²⁴Revista “Etcétera”, agosto de 2002

²⁵Revista “Kiosco”, op. cit. año III, No. 3 1992

información sobre números de tirajes y devoluciones, directivos de la institución argumentaron que todos los datos que recopilan son por encargo de las empresas editoriales y no se publican ni se proporcionan a personas ajenas a la actividad; esto pese a que la Secretaría de Gobernación establece como requisito ineludible la certificación de circulación pagada, y en caso de no reunir las condiciones mínimas de tiraje ninguna dependencia federal puede asignarles publicidad.

Al Secretario General de la Unión de Expendedores y Voceadores de Periódicos, Guillermo Vela Briones le solicité reiteradamente una entrevista para que me proporcionara estadísticas actualizadas sobre el tema, y me dio largas pese a que le insistí que esta información sería única y exclusivamente para elaborar un trabajo para la UNAM; ahora bien, estoy seguro de que si hubiera ido como reportero no me hubiera dado un trato diferente, si acaso me daría algún material para hacer como que proporciona material de valor, pero sin datos concretos.

El analista de medios José Pérez Espino escribió en la revista **Poder** que no obstante que la mayoría de diarios exige transparencia al gobierno, éstos son incapaces de informar cuántos ejemplares imprimen, cuántos venden y lo que facturan por publicidad.

Añadió que con el cambio de régimen los medios exigen como nunca un ejercicio transparente de la función pública, pero la mayoría no predica con el ejemplo. Recalcó: los datos que las distintas empresas periodísticas manejan son diversos y no se puede confiar en un dato específico, lo que origina serias dudas acerca de la metodología que se utiliza para verificar la circulación.

El Presidente Vicente Fox declaró el 19 de enero de 2003 ante integrantes del II Congreso Iberoamericano de Editores de Revistas que los recursos destinados a la publicidad provienen de impuestos de todos los ciudadanos y por eso se utilizan para trabajar no para premiar o castigar. Aseveró que en México existe libre acceso a la información gubernamental y que en su administración se cerraron las puertas a tradicionales prácticas de corrupción y discrecionalidad que en el pasado dañaron a los medios y a la democracia misma.

Sostuvo el Mandatario que su gobierno no censuraba las publicaciones ni imponía su punto de vista. “El gobierno no está para juzgar las ideas de los medios, ni sus posiciones políticas o ideológicas, sentenció”²⁶

²⁶ El Universal, 21 de enero de 2004

CIFRAS Y DATOS, A MODO

Directivos del diario **La Crónica** informaron que en junio de 2002 tiraban 7 mil ejemplares en puestos de periódicos, locales cerrados y que tenía una devolución de 2 mil unidades. Ocho mil se distribuyen mediante suscripciones y entregas de cortesía, lo que da un total de 15 mil, según afirmó su director, Salvador García Soto.

El Universal, La Jornada y Reforma eran los diarios más leídos en la ciudad de México en ese año. Sin embargo, quien más tiraje tenía era el deportivo **Esto** con 150 mil ejemplares diarios, seguido de **La Prensa** con 140 mil, en tanto que **El Financiero** publicaba 85 mil y **El Universal** 80 mil.

Cabe aclarar que como son cifras que se toman de puestos de periódicos, lo correspondiente a **Reforma** no aparece porque ellos tienen sus propios canales de distribución²⁷.

Para el director de **El Financiero**, Alejandro Ramos Esquivel, la crisis en medios se debe, en parte, a la falta de credibilidad que hay en ellos. Lo que se publica o se difunde a través de la radio o televisión pocas veces coincide con la realidad. Se ha demostrado que las empresas auténticamente periodísticas, las que venden credibilidad, pueden ser un buen negocio y no tienen que entrar en componendas ni sacrificar la verdad, aseguró²⁸.

Froylán López Narváez considera que en su caída del poder el PRI-gobierno arrasó consigo algunos de sus pilares, entre ellos la relación Prensa-Estado. En una entrevista concedida al órgano informativo de la Fraternidad de Reporteros **Los Periodistas** de mayo de 2003, el periodista opinó que la prensa tendrá que aprender a vender la verdad para sobrevivir en el nuevo panorama nacional, donde la crisis económica al interior del gobierno hace imposible, aunque quisiera, el patrocinio de los medios de comunicación.

Criticó la actitud de algunos directores de diarios que “por su afán de servilismo” fracasaron con la pérdida de la Presidencia del país del Revolucionario Institucional, en especial la del ex director de **Excélsior**, Regino Díaz Redondo, el cual, aseguró, “se la jugó con Labastida y al perder éste de inmediato fue a pedirle compasión a Vicente Fox”.

López Narváez consideró que ahora que todo apunta a la desaparición del patrocinio estatal hay una nueva dinámica en la que tienen que moverse los medios, incluyendo la radio y televisión, donde ya se dio una amplia apertura; ahora falta la prensa que tendrá que buscar el único patrocinio que permite la

²⁷ *Etcétera*, agosto 2002

²⁸ www.mexicanadecomunicacion.com.mx,

26 de noviembre de 2001

libertad: “la venta y la captación de lectores y suscriptores”. Esa es la clave, estableció. De lo contrario, auguró, habrá desaparición de empresas del ramo.

Recalcó que la revista **Proceso** --de la cual fue fundador junto con Julio Scherer García luego del llamado “Reginazo”--, logró mucho porque nunca dependió de ningún grupo económico o político. Froylán López es un convencido-- planteamiento que comparto plenamente--, que la verdad vende y esto es, manifiesta, no por bondad o porque la radio y la televisión se hayan vuelto democráticos.

No obstante, rechazó que haya plenal objetividad en la televisión nacional porque esta se encuentra bajo un subsidio fundamental que es la concesión, y su operación se basa en toda la publicidad que finalmente pagamos los televidentes; así pues, no depende tanto de los subsidios sino de los intereses económicos y de los negocios que hacen los grandes consorcios y sus dueños²⁹.

En junio de 2003 Raúl Trejo Delarbre, integrante del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM solicitó a la Secretaría de Gobernación los datos del tiraje de los diarios los cuales, a decir del también analista de medios, ha requerido por espacio de “20 años” y no había recibido información al respecto. La idea de Delarbre es actualizar y tener datos fidedignos sobre este tópico que es de interés para el público en general, no sólo para quienes estudian o analizan la situación del periodismo mexicano.

Esto nos muestra lo difícil que es conseguir estadísticas al respecto. Si a una persona de renombre como Trejo Delarbre se niegan los datos, qué se puede esperar de una persona que a título personal se acerca a las instancias adecuadas para el mismo fin; pero los intentos se hicieron sin resultados concretos, por lo que tuve que remitirme a las cifras que ofrece un medio impreso y que podrían estar, a estas alturas, ya muy rebasadas.

Algunos reporteros me comentaron que ya se habían hecho intentos para tener las cifras pero por todos lados les fue negado. ¿Las razones? Se argumentan muchas, pero creo firmemente que la principal es de mercado porque a ninguna empresa le sirve mucho dar a conocer cuántos ejemplares le son regresados, cuántos son vendidos, una mínima parte, claro, y por no defraudar a sus pocos anunciantes porque en definitiva no son un canal adecuado para promocionarse.

Es claro que la mayoría de los matutinos defechos pasan desapercibidos para los lectores. Tal vez el factor económico juega un papel preponderante pero debe reconocerse que no hay un interés por leer diarios cuando en toda la frecuencia radiofónica y en la televisión mexicana pasan noticieros. Ahora, si estos son veraces o no, es tema de otro análisis.

²⁹ *Los Periodistas*, mayo de 2003

Las cifras de tiraje de la prensa nacional son cuestionables y no muy confiables por la falta de una información fidedigna por parte de editoras. Aún así, ofrezco algunos datos compilados de diversos trabajos a este respecto:

PERIODICOS	VOCEADORES.	R. TREJO DELARBRE	TESIS	REVISTA CEBRA	EXPANSION
REFORMA	N/D	N/D	115,000	126,000	276,000
LA JORNADA	35,000	60,000	106,400	100,920	287,100
FINANCIERO	85,000	25,000	135,000	135,000	175,000
ECONOMISTA	20,000	10,000	28,000	N/D	N/D
EL UNIVERSAL	80,000	90,000	175,000	170,350	419,500
LA CRÓNICA	N/D	N/D	35,000	N/D	N/D
MILENIO	N/D	N/D	30,000	N/D	46,900
EL INDEPENDIENTE	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
LA PRENSA	140,000	110,000	270,000	330,000	443,300
EL SOL DE MÉXICO	3,000	10,000	76,000	N/D	56,900
DIARIO ESTO	150,000	120,000	375,000	385,000	246,700
OVACIONES	50,000	20,000	130,000	130,000	144,700
DIARIO DE MÉXICO	1,000	4,000	76,000	N/D	N/D
UNOMASUNO	1,000	75,000	45,000	N/D	78,400
EL NACIONAL	N/D	50,000	50,000	N/D	N/D
EXCELSIOR	66,000	90,000	200,000	200,000	117,800
NOVEDADES	15,000	5,000	42,900	N/D	65,700
EL HERALDO	7,000	20,000	N/D	N/D	N/D

En otro orden, la Revista **Etcétera**, una de las que se especializan en informaciones relativas a los medios de información, llevó a cabo en agosto de 2002 un sondeo tocante a la distribución y venta de seis revistas (**Proceso, Milenio Semanal, Arcana, Expansión, Nexos y Letras Libres**) en 35 tiendas de la cadena Sanborns. El resultado del trabajo arrojó que de un total de 4,675 ejemplares distribuidos hubo una devolución de 2,059 y se vendieron 2,616, lo que equivale casi al 50 por ciento de ejemplares que no se desplazaron³⁰.

A continuación, el cuadro donde se muestra el desglose de estas cifras:

REVISTAS	EJEMPLARES DISTRIBUIDOS	DEVOLUCIÓN	EJEMPLARES VENDIDOS	(%) VENTAS
Proceso	1,130	548	582	51.5
Milenio Semanal	916	648	268	29.3
Arcana	428	263	165	38.5
Expansión	320	160	160	50.0
Nexos	460	229	231	50.2
Letras Libres	1,421	211	1,210	85.1

Lo anterior, sin entrar en muchos detalles, corrobora que la devolución de revistas como la de periódicos es demasiado alta para un país con millones de potenciales lectores.

Comentario aparte merece la proliferación de revistas con temas pornográficos que se ofrecen tanto en puestos de periódicos como en locales cerrados y que tienen gran demanda, principalmente de hombres.

En un estudio que realizó la analista Fabiola Sánchez titulado “Sexo en el kiosko”, concluye que las diversas crisis económicas en México han propiciado que las ventas revistas serias hayan caído estrepitosamente y, por el contrario, las de espectáculos, chismes y las pornográficas o de entretenimiento tengan una creciente demanda.

³⁰ *Etcétera*, agosto de 2002

Los datos obtenidos son reveladores: de 120 títulos analizados, el 44 por ciento son publicaciones para hombres y mujeres, básicamente con temas sexuales –no educativas, por cierto--; un 30 por ciento son de manualidades y cocina; 10 por ciento se dedican a niños; 5 por ciento son de temas políticos; otro 5 por ciento son de automovilismo, de mecánica y temas afines; el 3 por ciento se refieren a cuestiones de salud y deportes; 2 por ciento espectáculos y el 1 por ciento a otras novedades³¹.

DESEABLE QUE HAYA MÁS REVISTAS DE COMUNICACIÓN

No todo en medios escritos es deplorable o decepcionante. Debemos destacar que en el campo que nos interesa también se ha dado un crecimiento importante de revistas especializadas en comunicación aunque no todas con la misma periodicidad de publicación.

Un ejemplo de esto es la revista **Etcétera** dirigido por Marco Levario Turcott, la cual basa su contenido en temas periodísticos de todos los medios. Esta misma publicación realizó una breve cronología de la aparición de revistas de comunicación³²:

En 1978 apareció en la Ciudad de México, con el apoyo de la Universidad Autónoma Metropolitana, **Comunicación y Cultura**, fundada en Santiago de Chile en 1972 por Armand Mattelart.

En la década de los 70 se publicaron los **Cuadernos de Comunicación**, que fue dirigida por Alvaro González Mariscal; más adelante se publicó **Armas y Letras**, de la Universidad Autónoma de Nuevo León y **Semiosis**, de la Universidad de Veracruz.

Para la década de los 90s se editaron, entre otras, **Aportes de Comunicación Social**, elaborada en Comunicación Social de la Presidencia de la República; **Connotaciones**, de la Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación; **Versión: Estudios de Comunicación y Política**, del taller de Investigación en Comunicación Masiva, de la UAM Xochimilco.

Recientemente nacieron **Revista Iberoamericana de Comunicación y la Revista Iberoamericana de Derecho a la Información**, editada por la Universidad Iberoamericana y la Fundación Manuel Buendía; la **Revista Mexicana de Comunicación**, de la Fundación Manuel Buendía, y **Tecnología y Comunicación Educativas**, publicada por el ILCE.

Otras publicaciones son el periódico mensual **Zócalo**, que dirige Carlos Padilla Ríos, y la revista digital **Sala de Prensa, Comunicación y Sociedad**, editada por

³¹ *Etcétera*, enero de 2003

³² *Etcétera*, noviembre de 2003

la Universidad de Guadalajara; **Tópicos de la Comunicación**, de la Universidad de Sonora y la publicación digital **Razón y Palabra**, especializada en temas de comunicación y que es producida por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.

Daniel E. Jones, articulista considera que la mayoría de títulos ha tenido una existencia irregular, una presentación modesta y un futuro incierto. Sin embargo, y a pesar de las diferencias entre unas y otras, han contribuido a un mejor entendimiento entre los diferentes sectores del país y a una mayor comprensión de sus problemas sociales, políticos, económicos y culturales.

RADIO Y TV, LA COMPETENCIA

Por lo que se refiere a los medios electrónicos, la radio comercial rebasó los 70 años de existencia inmersa en una desmedida sobreoferta, competencia y disminución publicitaria, e influida por factores políticos derivados de la relación que se ha dado entre radiodifusores y el gobierno.

A finales del sexenio de Carlos Salinas de Gortari, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes informó que en México había aproximadamente mil 128 estaciones de radio, mil 125 de ellas concesionadas y 156 permisionarias. En 1995 la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT) dio a conocer que existían mil 78 estaciones, 997 concesionadas y 81 permisionadas.

Actualmente entre los grupos radiofónicos más importantes a nivel nacional están **MVS Radio, Radiópolis, Radiorama, Grupo Radio Centro, Núcleo Radio Mil, Grupo ARTSA, Grupo ACIR y Grupo Radio Fórmula.**

En el caso de la radio y la televisión el rating de audiencia es la forma como los empresarios ven su posicionamiento del mercado. Para la materia que me ocupa -la información-, sólo me remitiré a una encuesta que presentó el diario **Reforma** donde quedó de manifiesto que el noticiero **Infored** que encabeza José Gutiérrez Vivó era el más escuchado con un 14% de aceptación, seguido de **El Noticiero** conducido por Joaquín López Dóriga, en **Radio Fórmula** con un 5% y en tercer sitio estaba **Formato 21** del **Grupo Radio Centro**, con el 4%.

La misma encuesta reveló que el 82% de los entrevistados afirmaron ser radioescuchas de programas musicales; un 36% reveló sintonizar noticias; 23% gustan de escuchar entrevistas; 15% oyen programas deportivos y 17% de espectáculos³³

³³ Reforma, viernes 12 de abril de 2002

2.1 INTERESES DE LAS EMPRESAS PERIODÍSTICAS

Y EL MANEJO DE INFORMACIÓN

El extinto periodista y profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM Fernando Benítez decía que los periódicos en México han sido creados para defender determinado tipo de intereses y por ello no era posible encontrar en ellos la menor crítica. Coincidió con el también periodista Federico Campbell al considerar que **El Nacional** fue utilizado por el ex presidente Lázaro Cárdenas para sus propósitos porque pensaba que a la prensa sólo podía combatírsele a través de la misma prensa. Sin embargo el profesor Benítez decía que en la medida en que la burguesía fue conquistando posiciones apoyada en gobiernos sucesivos, este diario ya no fue órgano del gobierno y pasó a ser parte de los periódicos más reaccionarios.

Señalaba que los periódicos se censuran solos porque no son periodistas quienes están al frente de ellos –dueños y ejecutivos-- “son negociantes aunque se les demuestre que pueden ganar más dinero diciendo la verdad que incurriendo en la mentira. La mayor parte de los periódicos o revistas mexicanas obran en virtud de sus intereses, y la forma más lógica de identificar esos intereses es atender no tanto al régimen de propiedad jurídica del medio sino a sus propietarios identificables, quiénes son, a qué grupos políticos o financieros pertenecen, cuál es su relación directa o indirecta con el Estado.

El también historiador daba cuenta del trabajo de Julio Scherer en **Excélsior** y comentaba que este rompió dos tabúes: hizo que la prensa recobrara su vocación crítica y demostró que eso no afectaba, en lo fundamental, la economía de los propios periódicos.

El jurista y ex rector de la UNAM, y ex procurador de la República, Jorge Carpizo Mac Gregor opinaba que es de vital importancia la democracia interna de los medios informativos pues con ello se asegura la responsabilidad, objetividad y sentido ético de la información; no obstante, consideró que en la gran mayoría de países predomina un régimen antidemocrático al interior de la prensa regido por un sistema piramidal y jerarquizado donde se lesiona el derecho a la información.

Citó que las principales prácticas antidemocráticas son: la “línea” de cómo se debe proporcionar la información; qué cuestiones no deben ser atendidas; el sentido que debe dársele a una noticia; la censura al suprimirse o agregarse párrafos al trabajo de los reporteros o los columnistas y, desde mi punto de vista uno de los aspectos más relevantes, “la indicación de qué instituciones y personajes deben ser cuidados y cuáles deben ser atacados³⁴.

³⁴ *Etcétera*, junio 2002

Durante una visita que realizó a México a fines de 2002 para presentar su libro **Los cínicos no sirven para este oficio**, el periodista polaco Ryszard Kapuscinsky aseguró que el sentido de la información presenta un cambio inquietante: en el pasado la información radicaba su valor en la verdad y hoy "sólo importa que venda".

Ello se debe a que en el mundo las grandes redes de comunicación masiva, las más poderosas e influyentes, no están en manos de periodistas sino de empresarios, banqueros e industriales a quienes no les interesa más que las ganancias lo que ocasiona una pérdida en el sentido de la verdad; no obstante, rechazó que, como lo han mencionado algunos pesimistas, el fin de la prensa y los libros está cerca, principalmente a causa de los medios electrónicos como la televisión, pues "la prensa es indispensable y no puede ser sustituida".³⁵

Sobre los medios electrónicos, el autor de entre otros libros como **La Guerra del Fútbol y las Botas de Kapuscinsky**, se mostró preocupado por su funcionamiento ya que "pensamos lo que ellos dicen que tenemos que pensar", nos dice, y añade: nos dictan el tema y el modo. El hombre a menudo siente amenazada su libertad y su independencia; sus pensamientos están establecidos y regidos por los intereses de los dueños de los medios

En su libro **Liberalismo autoritario**, el escritor Lorenzo Meyer asegura que en ninguna parte del mundo los gobiernos ofrecen de manera voluntaria toda la información necesaria sobre temas delicados "porque su compromiso no es con la verdad sino con el poder mismo", es por ello, subraya, que los medios de comunicación tienen la necesidad de investigar y analizar los acontecimientos de interés público para hacerlos llegar a la sociedad

Yuri Serbolov, por su lado, asegura que es poco el interés que tienen los editores de periódicos o los dueños de los medios electrónicos para ir al fondo de los hechos, para auditar al gobierno y para hacer un periodismo de investigación³⁶.

El historiador y periodista Paco Ignacio Taibo II enfatiza que el gobierno es el que reparte las concesiones para operar cadenas de radio y televisión y estas concesiones operan como "favores cobrables".

Afirma: "la mayoría de los periódicos operan con pérdidas y sobreviven con dineros gubernamentales entregados bajo la mesa en sobres negros; tales son los casos, plenamente comprobados", aseveró el colaborador de varios diarios de circulación nacional³⁷.

En 1787 Edmund Burke consideró que la prensa era "el cuarto poder", y hasta nuestros días esta afirmación sigue vigente para muchos colegas, y aunque el

³⁵ Gaceta UNAM, octubre 2002

³⁶ www.mexicanadecomunicacion.com.mx/anteriores/rmc/

³⁷ *Primavera Pospuesta: Una versión personal de México en los '90*,

profesor de la Universidad Gabriela Mistral de Chile, Eugenio Yáñez opine que en la actualidad los medios de comunicación cuentan “con un poder arrollador”, en particular la televisión, advierte que el problema aparece cuando se hace un mal uso de estos a lo que califica como “un serio peligro”, sobre todo para niños y jóvenes debido a la excesiva violencia, agresiva publicidad, sensacionalismo y escasos contenidos educativos.

Reconoce el profesor chileno que los medios, por su carácter empresarial, deben generar ganancias para lograr mantenerse, y quien no puede ser competitivo desaparece. Los medios se mueven en la lógica del mercado, al hacer de las ganancias el criterio para medir el éxito o fracaso. Hay un predominio de intereses económicos, políticos e ideológicos sobre el bien común, anota.

Recomienda el catedrático que el Estado regule --no controle--, el ejercicio de la actividad periodística a fin de evitar excesos en los que se incurre por medio de promulgar leyes o velando por una “sana información”. Su misión no debe reducirse a garantizar la libertad de prensa sino también a regularla, aunque, establece, “las buenas leyes no necesariamente hacen buenos periodistas”.

Destaca Eugenio Yáñez que el público lector, los televidentes o radioescuchas tienen la “responsabilidad ineludible” de exigirles a los medios una mejor calidad. Lapidariamente se puede afirmar que “el pueblo tiene los medios que merece”, establece el investigador³⁸.

Raymundo Riva Palacio ha sostenido que existen yugos sobre la libertad de expresión hablada y escrita, y que la censura es la presión que obliga al periodista a suprimir parte de su información, lo que muestra la manipulación que se ejerce sobre él para que la omita de forma voluntaria.

La censura es aplicada por instituciones públicas que amenazan con el cierre del negocio o el retiro de la propaganda, incluso se ejerce a través de órganos privados cuya principal forma de chantaje es la cancelación de la publicidad. Sin embargo, asegura que en México la censura no se da como un instrumento institucionalizado.

El periodista, quien ha colaborado en **El Universal, El Independiente y Proceso**, entre otros, confirma lo dicho por Jorge Carpizo, y afirma que hay reglas no escritas sobre qué funcionarios o personajes de la vida política y empresarial no pueden ser atacados, aunque por fortuna estos casos son cada vez menos. Dueños y directores de medios no sólo responden a presiones gubernamentales, pues no quieren poner en riesgo sus intereses mercantiles, les interesa informar sólo aquello que les permita mejorar sus relaciones con el gobierno, señaló Riva Palacio.

³⁸ *Revista Mexicana de Comunicación*, No 71

Si el poder trata de condicionar a la prensa los periodistas deben hacer todo lo posible para sustraerse a sus condicionamientos. Frecuentemente a los periodistas se les trata de utilizar a través de funcionarios experimentados o políticos reconocidos llamados en el medio “zorros”, porque actúan sigilosamente y son bastante astutos al tratar de condicionar a los reporteros admitiéndolos en su círculo a cambio de no escribir críticas severas o notas comprometedoras hacia ellos, los de su grupo, sector, partido, etcétera.

El columnista, Samuel García, asegura que hoy más que nunca se requieren empresarios que inviertan en los medios de comunicación, que estén comprometidos con la construcción de una prensa profesional e independiente. El colaborador entre otros diarios de **Reforma** y el **Independiente** expuso que la prensa no sólo es un buen negocio, también puede ser un importante catalizador para concretar los cambios que necesita el país.

Debemos reconocer que no todo es positivo dentro de este medio en México, hay, como dice el propio Riva Palacio, muchos medios que se han convertido en “justicieros” e incluso llegan a atropellar garantías individuales al realizar una especie de juicios paralelos y acusaciones que no están suficientemente fundamentados. Llegan a ser terribles sus comportamientos derivados del involucramiento en los vacíos de poder, considera, y apunta que la prensa debe ser un “aliviadero” de tensiones y, a la vez, la voz de la nación y una de sus imágenes más visibles. Desafortunadamente no sucede así.

Es inobjetable que muchos medios son utilizados para “atacar” a instancias públicas o privadas, partidos políticos, contra personas que tienen algún conflicto con él o los dueños de los mismos. En esta tarea se involucra directamente los reporteros, ya sea poniéndoles en sus órdenes de trabajo buscar informaciones sólo con fines de “golpear” a determinada fuente, o encargándoles reportajes con el mismo objetivo y enviándolos a diversos sitios para recabar información que refuerce la línea dura del medio.

LOS REPORTEROS AL RUEDO

Ejemplos de lo afirmado hay muchos y mencionaré el caso del diario **La Crónica de Hoy**, quien desde su nacimiento se ha dedicado a “golpear” –en términos periodísticos—al gobierno del Distrito Federal. ¿La razón? Aparentemente porque a Jorge Kahwagi Gastine, el principal accionista del periódico, le fueron rescindidos contratos que una de sus empresas tenía con la administración capitalina cuando la detentaba el PRI y que con la llegada del PRD al gobierno de la ciudad le fueron cancelados.

Las principales notas del matutino casi diariamente se enfocan a atacar no a dar una nota fuerte e importante, sino información negativa con dedicatoria para el GDF. Sus interiores no son la excepción, pero es una lástima que este medio,

como otros, desperdicien papel y tinta en ataques innecesarios; ahora bien, cuando hay razón y se cuenta con información fundamentada pues debe reconocerse el trabajo de cualquier medio o noticiero, principalmente cuando se llevan una exclusiva con el ánimo de cumplir su función primordial de informar.

No son desconocidas las diferencias entre **Televisa y TV Azteca** y cuando estas se ahondan, los reporteros llevan la consigna de buscar notas, datos e informaciones de todo tipo que sirvan para poner en mal o en entredicho a la parte opuesta; asimismo, se dio una disputa entre la misma **TV Azteca** con **CNI-Canal 40** que culminó con la “toma” por parte de la televisora del Ajusco de las instalaciones de **CNI** y que requirió la intervención de la propia Presidencia de la República.

También **Televisión Azteca** emprendió una campaña “informativa” contra del gobierno del Distrito Federal, en especial dirigida a la Procuraduría de Justicia del Distrito Federal --durante la administración de Rosario Robles,-- que encabezaba Samuel del Villar por dos sucesos: el atentado en que perdió la vida el conductor de ese canal, Francisco Stanley, y otra en el que balearon a la reportera Lilly Téllez.

Aquí, como en los demás casos, la plantilla reporteril fue conminada a buscar por todos lados notas “trabajadas” para cuestionar la labor de las autoridades capitalinas y quedó demostrado que el criterio o la opinión de los periodistas se deja a un lado para limitarse al cumplimiento de las órdenes de trabajo con la amenaza de quien no hiciera lo que se le indicaba quedaba fuera de su trabajo.

Otro ejemplo lo tuvimos en 1998 cuando la Secretaría de Hacienda entabló una querrela contra el dueño de **El Universal**, Francisco Ealy Ortiz por presunta evasión de impuestos. Este hecho sirvió para que la dirección del diario mandara ex profeso a parte de sus reporteros ha “trabajar” notas negativas para la dependencia federal.

Varios noticieros radiofónicos también dejan ver en sus programaciones ciertas tendencias o animadversión hacia determinado sector del gobierno o de la política. A mi juicio son pocos las estaciones a las que podemos calificar de ser objetivas, aunque el término de objetividad es ya cuestionado en periodismo.

Ahora bien, no sólo son las programaciones sino los comentaristas --que no necesariamente periodistas porque, desafortunadamente, todavía hay espacios en radio y televisión que ocupan personas que sólo leen informaciones, pero jamás han sido reporteros y por lo tanto distan mucho de periodistas--, que los encabezan. Sólo hay que escuchar a personajes como Eduardo Ruíz Healy, en **Radio Fórmula**, para ver la saña con que se dedica a hablar en contra de cualquier autoridad, básicamente del gobierno federal, de algunos gobiernos locales, en especial el de la capital de la República.

En su programa matutino, Ruíz Healy demuestra prepotencia, es impulsivo y tendencioso. Así es su carácter, define uno de sus ex colaboradores, Antonio Aquino, quien afirma que cuando algo no le parecía de su equipo de trabajo “corría” al que creía que era el culpable de que las cosas no salieran como lo pedía.

Oscar Mario Beteta, también dentro de la cadena **Radiofórmula**, es otro locutor demasiado tendencioso, siempre alabando a quienes sí son de su agrado, básicamente gentes de la política nacional o del gobierno de la República, y obviando situaciones centrales y de mayor relevancia.

En sus diversos espacios informativos Nino Canún muestra una actitud del sabelotodo que tiene derecho a criticar sin ton ni son y en sus entrevistas no busca sacar conclusiones concretas sino tendenciosas y para hacer lo que se conoce comúnmente como “amarrar navajas”. Para ello echa mano de los reporteros al llevarlos durante los reportes que estos pasan al aire hacia el lugar que él quiere.

Mucho se ha insistido en que una gran parte de los conductores de noticieros radiofónicos o en televisión utilizan el micrófono para quedar bien con ciertos sectores oficiales o líderes políticos. Creo que una cosa es darle el lugar al o a las personas que son noticia, y otro muy distinto tenderles una alfombra roja para que se luzcan y posesionar ante la opinión pública su mensaje, dando la apariencia de que se cumplió con el cometido informativo. Como ejemplo de esto último está el programa conducido por Mari Carmen Cortés, David Páramo, José Yuste y Marco Antonio Mares, tanto en **Radio Fórmula** como en **Televisa**.

La otra cara de la moneda se da cuando también se entrevista a personas contrarias a los intereses de la empresa u opositores a la administración federal, y se les cuestiona o trata de caer en contradicciones para evidenciarlos y finalmente concluir que no se respondió a las inquietudes planteadas.

A mi parecer son poquísimos los noticieros radiofónicos que cumplen con su función. Si bien diversas encuestas que se han realizado en torno a este tema colocan **Monitor** como líder en su género, opino que como empresa también tiene intereses que cuidar y así procede; El cuadrante tiene otros espacios informativos como el de **Enfoque de Radio Mil** o los de **Formato 21** que, cabe hacer la aclaración, introdujo un nuevo esquema de noticias las 24 horas del día.

Tal como sucede en la prensa escrita, el **Grupo Radio Centro** usa a toda su planta de reporteros para varios de sus espacios noticiosos. De esta forma, quien cubre las actividades de la Presidencia de la República, pasa sus reportes para **Formato 21**, los llamados cortes **Noticentro**, de la estación del mismo nombre, o en la **69**, en donde se transmite el noticiero **De 1 a 3**, cuyo titular es Jacobo Zabludovsky. Misma situación la viven todos los reporteros de este grupo radiofónico.

La Cadena **Radiofórmula** contrató a algunos de los conductores de noticieros más importantes radiofónicos en lo que va de esta década: Joaquín López Dóriga, José Cárdenas, Ciro Gómez Leyva. Como señalé la estación “**La 69**”, del Grupo

Radio Centro, echó mano de Jacobo Zabludovsky luego de su separación de **Televisa** en la que duró muchos años con su programa “**24 horas**”.

En cuanto a la televisión, las cadenas principales –**Televisa, Televisión Azteca y Canal 11** -- tienen varios horarios con noticias, pero tampoco son imparciales aunque se trata de ofrecer una imagen diferente. En el fondo hay tergiversación de la información.

Considero que es claro que no tenemos, al menos en el Distrito Federal, un periodismo totalmente claro, transparente, apegado a la verdad y sin intereses de las empresas lo que se antepone a los principios fundamentales de un noticiero de ser oportuno y veraz.

Francisco Hernández, investigador del Departamento de Estudios de Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, señaló: “las televisoras han ponderado sus intereses mercantiles; la furiosa competencia entre las dos principales empresas de la televisión nacional obedece a una racionalidad empresarial. Los intereses de la audiencia, como pueden ser la calidad de la programación y de la información en general quedan en segundo lugar”.³⁹

A ese respecto, la periodista Carmen Aristégui manifestó en un foro sobre medios electrónicos organizado por la Cámara de Diputados en mayo de 2002 que hay concesionarios radio y televisión “sin reglas claras” apelando sólo al poder que emerge de sus micrófonos y sus pantallas, y un Estado con poder legal inmerso para retirar concesiones pero que en la práctica no lo usa y con raquíticas posibilidades de sanción frente a infracciones cometidas por dichos medios.

Consideró que el poder legislativo debe otorgarle herramientas al Estado para que pueda ejercer su autoridad frente a excesos de los medios, que considere sanciones o la revocación de la concesión⁴⁰.

Otra destacada conductora de radio y televisión. Adriana Pérez Cañedo, quien trabaja para **Enfoque, de Radio Mil y Canal 11 del IPN**, considera que los periodistas de radio y televisión están siempre a prueba, porque como es un trabajo que se hace en vivo se experimenta la actividad de un trapecista sin red: “te equivocas y te caes”. Con ello, creo, reconoce que los intereses de los particulares, esto es, los dueños de los medios, están por encima de la tarea que realizan sus trabajadores y que cuando se comete alguna equivocación cae de inmediato el responsable, o sea, como se dice comúnmente “el hilo se rompe por lo más delgado”.

No obstante, Pérez Cañedo coincide con la mayor parte de quienes nos desempeñamos en este campo, en el sentido de que el periodismo es un trabajo de 24 horas durante las cuales se tiene que estar informado, siempre pendiente de todo lo que nos rodea, buscar la noticia por encima de todo y estar concientes de

³⁹ *Etcétera*, marzo de 2001

⁴⁰ Foro sobre Medios electrónicos, Cámara de Diputados, 26-29 de mayo de 2002

que si se hace algo equivocado quienes tenemos que pagar somos los que estamos al frente o en la llamada trinchera⁴¹.

2.2 TESTIMONIOS DE LOS INTERESES DE LAS EMPRESAS

Los cambios económicos, políticos y sociales que se han gestado en México inciden también a los medios informativos. Estas nuevas condiciones obligan a sus dueños a exigir mayor eficacia y mejor capacidad en todas las áreas de las empresas de comunicación.

Pero los medios y sus directivos enfrentan varios factores que influyen en el ejercicio del quehacer cotidiano y, en consecuencia, de las tareas informativas. La política editorial de cualquier medio está subordinada a los intereses que estas empresas representan.

El analista Jorge Medina Viedas precisa: “Toda misión se enfrenta a las estrategias comerciales o políticas de la empresa, las cuales constituyen motivaciones poderosas que terminan por opacar y frustrar los objetivos puramente periodísticos”. Agrega que los periodistas, los que hacen el trabajo sustantivo, nunca saben a qué atenerse con la moral de sus directivos.

Afirma: “no pongo en duda que haya dueños que den carta blanca a sus periodistas pero también muchas notas o investigaciones serias se quedan en el escritorio del director por decisión del dueño, o porque aquél interpretó lo que le convenía”⁴². Esto es algo que a la mayoría de reporteros mexicanos nos ha pasado en más de una ocasión.

Es evidente que en estos tiempos la comercialización va por delante a la información en los medios. Cito nuevamente a Ryszard Kapuscinsky quien reiteradamente menciona que “la invasión de capital en los medios de comunicación masiva podría resultar en la pérdida del sentido de la verdad”.⁴³

¿CENSURA? AUN EXISTE

Desde el sexenio del ex Presidente Carlos Salinas de Gortari, y luego en el de Ernesto Zedillo, se aseguraba que la censura había quedado atrás. Contrariamente a esas aseveraciones, fue elocuente que había críticas al trabajo de algunos periodistas. En el medio se afirmaba que quien cumplía la función de censor en la administración zedillista fue Liébano Sáenz, secretario particular del ex mandatario.

⁴¹ , “Trece Líderes”, aparecida en Revista *Mujer Ejecutiva* octubre 2004

⁴² *Etcétera*, agosto de 2001

⁴³ Gaceta UNAM del 3 de octubre 2002

Uno de los afectados de esa política “mordaza” durante ese gobierno fue el escritor Lorenzo Meyer, quien luego de una crítica a la política económica de Zedillo en el noticiero **Imagen** donde colaboraba y que conducía Pedro Ferríz, fue despedido a solicitud del propio Liébano Sáenz

De igual manera, el 14 de junio de 2002 el columnista de **El Universal**, Francisco Rodríguez en su columna Índice Político hizo una descripción de cómo Lorenzo Zambrano, propietario de Cementos Mexicanos (Cemex) había aportado recursos para la campaña presidencial del candidato del PAN Vicente Fox; dichos recursos se transfirieron a la empresa K Beta propiedad del principal arquitecto financiero de la campaña foxista, Lino Korrodi. Sin embargo el vicepresidente de ese diario, Ramón Alberto Garza, le “sugirió” a Rodríguez enviar otra colaboración porque esa “no le convenía” al columnista puesto que pesaba sobre él en ese momento una demanda del presidente nacional del PAN, Luis Felipe Bravo Mena.

Rodríguez Hernández denunció el 2 de marzo de 2002 el manejo de una cuenta millonaria del dirigente panista y su esposa María Teresita Tinoco con recursos provenientes del extranjero por aproximadamente 15 millones de pesos mensuales y que se utilizaron para financiar movilizaciones de su partido.

En opinión de Miguel Angel Granados Chapa, creador de la columna Plaza Pública, los políticos tratan de intimidar a los periodistas porque realizan juicios críticos a su trabajo. En ese contexto se ubica la demanda que pesó sobre el mismo Francisco Rodríguez por parte de Luis Felipe Bravo Mena.

Escribió que los periodistas pueden tener la excusa de la naturaleza de su oficio y, por tanto, no deben prosperar las demandas de difamación en su contra; aunado a esto, los mismos directivos del diario **Reforma** iniciaron un movimiento enfocado a suprimir el delito de difamación del Código Penal para que no aplique sobre los periodistas ni limite la libertad de expresión.

El también columnista Carlos Ramírez, publicó en **El Financiero** que Zambrano tenía fuertes relaciones con los directivos de **El Universal** lo que pudo detener la publicación de Rodríguez, principalmente porque los recursos que aportaría no eran de su cuenta personal sino de la de Cemex⁴⁴.

Francisco Rodríguez dejó **El Universal** por instrucciones directas del presidente y director general de dicho diario, Juan Francisco Ealy Ortiz, aunque directivos de la cementera aseguraron que en ningún momento presionaron para que se separara al columnista.

Lo que fue una paradoja en el medio, al poco tiempo que Francisco Rodríguez dejó ese medio, Ramón Alberto Garza también fue remplazado por Roberto Rock. Garza, sin embargo, se, Alberto se incrustó en la revista **Cambio**, donde mostró su tendencia informativa. Como prueba me remito a un artículo que publicó en septiembre de 2002 acerca del denominado “Pemexgate”, y donde claramente alaba la figura presidencial.

⁴⁴ El Financiero, 24 de junio de 2002

Destacó que en ese caso Vicente Fox “apostó” a una jugada de principios: el combate a la corrupción. De acuerdo a Garza, fue la falta de voluntad del sindicato petrolero, el nulo entendimiento con los líderes y la ausencia de capacidad negociadora, lo que propició que la paciencia presidencial se perdiera. “El gobierno no estaba dispuesto a aceptar la huelga como chantaje con la que amenazó el Sindicato Nacional de Trabajadores Petroleros de la República Mexicana (STPRM) por denunciar desvíos de recursos a la campaña presidencial de Francisco Labastida Ochoa, para arreglar un asunto de tipo penal”.

Resalta la figura presidencial: “Es digno de elogio la casi heroica postura presidencial, pero también hay que hacer a un lado el idealismo y la inocencia para aceptar que la misma dosis que contiene de heroísmo la tiene de suicida.....los mexicanos apoyamos la iniciativa del Presidente Fox de terminar con los vivales que saquearon durante décadas las arcas nacionales”.

Sergio Perdomo Casado reportero de Radio Mil y con más de 20 años de labor diaria la mayoría de ellos como titular de la fuente de la Cámara de Diputados, manifestó en entrevista que los propietarios o concesionarios de los medios “siempre están con el poder sea del signo que sea. Ellos sólo ven sus intereses, no son medios al servicio de la gente, siguen cuidando al Presidente de la República en turno”.

La realidad es que con mucho el periodismo es desdeñado por los propios empresarios, principalmente de las radiodifusoras, sin embargo, aceptó que nuestra obligación es continuar trabajando en pro de ejercer un periodismo más crítico y no aplaudidor. Se mostró desalentado porque “la transición en los medios no se ha dado”⁴⁵

PRESIÓN A MEDIOS

En opinión de Julio Hernández López, titular de la columna “Astillero” de **La Jornada**, las presiones del Estado están siendo sustituidas por nuevos factores como los que ejerce el mismo sector empresarial, quien ha tomado posiciones importantes en medios de información a fin de cerrar cualquier posibilidad de que sus intereses sean trastocados.

Al respecto, Jorge Meléndez, columnista de **El Financiero** y **El Universal** escribió que ahora la censura ya no se da únicamente por el gobierno pues los mismos medios por tratar de “cuidar” a sus anunciantes llegan a determinar qué personajes de la vida pública son intocables, en otras palabras, subraya, “el que paga manda”.

⁴⁵ *Los Periodistas*, marzo-abril 2004

Explicó que antes la mayor publicidad –más de 70%-- la daban los gobiernos federal y estatales y ahora proceden de la iniciativa privada, por tanto, indicó, la libertad de expresión continúa menoscabada a pesar de lo que se diga.⁴⁶

Francisco Huerta, creador de Voz Pública, programa de radio y publicación semanal, mencionó que muchas veces los periodistas no pueden cumplir con la tarea de informar porque están sujetos a lo que el dueño del medio diga “y a veces perdemos dignidad y vergüenza”. Así, lamentablemente, los periodistas en muchos momentos sólo somos maquiladores de la nota, como la quiere el dueño del negocio”.

Argumentó que la idea de Voz Pública es contraria al periodismo común: Se le da voz a la gente para que denuncie, exponga y replique e informe sobre su propia realidad, y el consumidor de este trabajo es la propia autoridad, el gobierno, el mismo sistema político. Es lo que se llama “periodismo civil”, puntualizó⁴⁷.

José Cárdenas locutor de radio y televisión asegura que él no censura el trabajo de sus colaboradores –reporteros— y va más allá al asegurar que el trabajo reporteril tiene un valor inigualable porque su información se basa en testimonios personales “aunque a veces se ataque a amigos”.

Manifiesta que el compromiso no es con los amigos sino con quien escucha o ve un noticiero. Apunta: “en este negocio hay que ser muy cuidadosos porque amigos hay pocos, lo que hay son muchos intereses, pero la verdad debe estar por encima de cualquier cosa”⁴⁸.

Durante una conferencia de prensa que impartió en el marco del LIII aniversario de la escuela de periodismo Carlos Septién García, en junio de 2002, el periodista Raymundo Riva Palacio estableció que la percepción de que el periodismo mexicano es muy liberal está equivocada y, contrariamente, es bastante conservador y padece del conformismo y oficialismo.

Recomendó una reforma urgente tanto de los medios de comunicación como del Estado. El ex director de **Milenio Diario** opinó que tanto éste como el periódico **Reforma** muestran un “oficialismo desmedido”. “Para los periodistas lo más difícil es conseguir credibilidad; paradójicamente, ésta es lo más fácil de perder”, acotó.

En declaraciones a la **Revista Mexicana de Comunicación** en octubre de 2001 aseveró que su salida de **Milenio** se debió a presiones de la ex vocera de la Presidencia de la República, Marta Sahagún, lo que implicó un cambio en la línea editorial del medio. “Se giraron instrucciones para que se diera un tratamiento cuidadoso de la señora y la censura de informaciones que eran críticas de ella”, subrayó.

Contrariamente a lo dicho por Riva Palacio, directivos del diario enfatizaron que el cambio fue para darle la conducción del diario a una persona “más calificada”: La responsabilidad recayó en Carlos Marín. Así que para ellos este cambio no tuvo

⁴⁶ *Revista Mexicana de Comunicación*, noviembre 2001

⁴⁷ Entrevista efectuada el 17 de noviembre de 2002

⁴⁸ *Etcétera*, abril 2001

ningún carácter de ataque a la libertad de expresión por parte del Gobierno Federal, pues sólo fue una determinación “administrativa”.

Fue famosa la información que se dio en **Milenio** sobre la compra de la Presidencia de la República de toallas de baño con un valor de cinco mil pesos cada una --lo que se dio en llamar el “toallagate”--, y se presumía que a raíz de esa publicación fue como se dieron las presiones hacia Riva Palacio; ante esto, el columnista dijo que no fue así, pues la detonación de su destitución se dio por la investigación que se hizo sobre un hijo de Marta Sahagún por una presunta adjudicación que se le hizo en el estado de Guanajuato para que construyera mil 800 viviendas del Infonavit.

Tal aseveración fue replicada por Federico Arreola, vicepresidente ejecutivo del citado periódico, quien además aseguró que no hubo mayor habido un cambio en la línea editorial del medio.

El 10 de junio de 1983 el extinto Manuel Buendía, autor de la columna Red Privada que se publicaba en **Excélsior**, pronunció un discurso en la Universidad de Colima, donde manifestó que en términos generales el gobierno es respetuoso de la libertad de expresión, pero frecuentemente la deja expuesta al “caciquismo” regional: un gobernador, un presidente municipal, comandantes de policía, líderes sindicales, quienes pueden “ejecutar designios” contra él o los periodistas que les disgustan, y no siempre los representantes gubernamentales actúan con prontitud y claridad.

Es en los propios periódicos donde verdaderamente se protege y acrecienta la libertad de prensa o, por el contrario, donde se le falsifica, se le disminuye o se le niega esta libertad. Depende más de los empresarios y directores que del gobierno, reflexionó Buendía⁴⁹.

EXCESOS Y FALTA DE OBJETIVIDAD EN EL PERIODISMO

Ryszard Kapuscinski considera que el periodista actual es un esclavo por culpa de las empresas de comunicación y enfatiza que la objetividad informativa no existe. “La objetividad es totalmente falsa y conduce a textos fríos que no convencen a nadie”⁵⁰.

Por ese mismo tenor el director de la **Revista Mexicana de Comunicación**, Omar Raúl Martínez, opinó que sistemáticamente se cuestionan actuares, pareceres y pensamientos de personajes de la vida pública; se critican duramente decisiones gubernamentales o se exige claridad y planteamientos concretos de ciertos grupos de la sociedad civil, tareas básicas del periodismo, pero pocos periodistas asumen

⁴⁹ Zócalo, mayo de 2004

⁵⁰ El Universal On Line, 3 de mayo de 2004

la misma pasión crítica hacia su propio quehacer: la autocomplacencia y quizá un dejo de invulnerabilidad acaban por imponérseles. Se pregunta ¿por qué no iniciar un ejercicio de autocritica en el periodismo mexicano? ¿Por qué y para qué se informa? ¿Qué sentido tiene ser periodista?

Efectuó una síntesis de la opinión de algunos trabajadores de la pluma como Yuri Serbolov, Carlos Marín, Javier Solórzano, Carmen Aristégui y Catalina Noriega, quienes señalan que desde 1994 han ocurrido acontecimientos que han tenido serias repercusiones políticas, económicas y sociales como el levantamiento zapatista en Chiapas en diciembre de 1994; los asesinatos de Luis Donaldo Colosio y Francisco Ruiz Massieu; las devaluaciones del peso, los rumores sobre la presunta renuncia a la Presidencia de Vicente Fox o las visita papal, que muestran con su manejo informativo que el periodismo vive las mismas realidades “complejas y caóticas” que la sociedad mexicana

Si bien hay mayor independencia crítica, se ha caído en los “excesos del sensacionalismo y la especulación”. Es preciso, agrega Omar Raúl Martínez, investigar más y estimular la profesionalización; recalca: es impostergable atender los intereses de la sociedad civil porque aun falta mucho para ejercer un pleno ejercicio de la libertad de expresión⁵¹.

Julio Chávez, articulista de **Etcétera** afirma categórico que el periodismo no es ajeno a la parcialidad pues siempre tiene un sesgo que resulta de las convicciones y los intereses de cualquier empresa informativa.

Me referiré a los sucesos desarrollados con motivo de las protestas de los habitantes de San Miguel Atenco, en el Estado de México durante el año de 2002, cuando las autoridades federales planeaban construir el aeropuerto alterno al de la Ciudad de México, donde quedó de manifiesto el manipuleo de una gran parte de medios, quienes aseguraban que las manifestaciones en contra de la obra estaban apoyadas por “intereses ajenos y contrarios al bien del país”.

Eso hacía pensar que los pobladores no eran capaces de organizarse por sí solos para velar por sus intereses y que eran influidos por fuerzas grupos ajenos al conflicto, pero el fracaso del proyecto en buena medida se dio por la ineficacia de los negociadores gubernamentales, en especial del Secretario de Comunicaciones y Transportes, Pedro Cerisola.

El analista Jorge Medina Viedas comentó en un breve ensayo denominado “Imagen contra política”, publicado en marzo de 2001, que Fox había comprendido muy bien el papel de los medios y actuó más para mantener y elevar porcentajes altos de aceptación popular y menos en la atención de problemas específicos.

Destacó: “Vicente Fox (nos) recuerda a (Carlos) Salinas en su interés en los medios. Al inicio de su gobierno –de CSG--, se vio obligado a lanzar una campaña mediática cuyo objetivo principal era lograr la legitimidad que las cuestionadas elecciones de 1988 le habían negado. El resultado de esa campaña de medios que incluyó un bombardeo publicitario para apoyar el Programa Solidaridad en 1991, su partido, el PRI, arrasó en las elecciones siguientes.

⁵¹ *Revista Mexicana de Comunicación*, noviembre de 2001

REGULAR A MEDIOS: LEGISLATIVO

Hay interés por parte del Congreso mexicano para la de regulación de los medios informativos. El senador del PAN en la LVIII legislatura, Javier Corral, consideró que esta tarea debe contemplar tres aspectos básicos: pluralidad, acceso y competencia. Se manifestó a favor de una reforma legal en el proceso de aproximación al modelo de relación medios-poderes y medios-sociedad.

Manifestó que la transición política no puede entenderse si no hay una reforma integral de los medios, electrónicos primordialmente, porque éstos son un instrumento de orientación y participación.

La presidenta de la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados en la misma legislatura, Beatriz Paredes Rangel, aseguró que la reforma del Estado tiene que incluir una cultura democrática en la forma de comunicarse con la sociedad ya que los medios de comunicación son la columna vertebral de la nueva etapa de las relaciones en el mundo del siglo XXI.

La Secretaría de Gobernación reconoció que la legislación de radio y televisión fue rebasada por la modernización tecnológica, la apertura democrática y por las exigencias de una sociedad que demanda cada vez mejor información.

El grupo parlamentario del PRI, integrante de la LIX legislatura, presentó un proyecto para reformar y adicionar diversas disposiciones de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, y la Ley de Imprenta en materia de derecho a la información, con objeto de preservar el secreto de confidencialidad de fuentes de los periodistas; asimismo, demandó incorporar las figuras del secreto profesional y la cláusula de conciencia de los periodistas en la Ley del Instituto Federal de Acceso a la Información y en la Ley de Imprenta.

La fracción priísta destacó que en la reglamentación del derecho a la información es necesario avanzar en el ejercicio periodístico en México, que requiere garantizar dos derechos fundamentales de los profesionales de la información: el derecho al secreto profesional, y la cláusula de conciencia de los periodistas, ambas prebendas que otras legislaciones más avanzadas como las europeas ya contemplan⁵².

Conviene retomar lo que sostenía Manuel Buendía en cuanto a que en una sociedad civilizada y un sistema de derecho no puede haber “libertades irrestrictas” pues la prensa es, y debe ser, una de las “más restringidas”. Citaba que los artículos VI y VII de la Constitución establecen severas limitaciones: “No hay libertad para atacar la moral ni los derechos de terceros, provocar algún delito,

⁵² Unomásuno, 14 de junio 2004

alterar el orden público o inmiscuirse en la vida privada. No tenemos libertad para mentir, calumniar, injuriar, desinformar o hacer armas contra los intereses populares”, indicaba el periodista.

Asimismo, el titular de **Red Privada** decía que la sociedad no tenía por qué apoyar a periodistas que “desertaron” de sus deberes esenciales y sus compromisos frente a la misma sociedad cuya inteligencia ofenden con un producto de baja calidad y cuyo sentido de justicia violentan con la calumnia, la injuria, la extorsión y la grosera alabanza.

Se debe meditar cuáles son las responsabilidades –moral, social, ética, legal y política—del periodista, y admitir que sólo aquel que reconozca y cumpla sus responsabilidades tendrá derecho a pedir una oportunidad de demostrar que es digno de llamarse profesional libre, sostenía el columnista.⁵³

Retomo nuevamente puntos de vista del periodista polaco Ryzsard Kapuscinski, quien en septiembre de 2002 insistió en que los periodistas debemos tratar de hacer las cosas en serio, entender que nuestra profesión es especial y no se hace solamente para ganar dinero.

Añadió Kapuscinski que el buen periodismo es dedicación, y que tenemos que entender la manera de escribir la verdad pues sólo a través del sentido de responsabilidad podremos logrnos como personas y como periodistas individuales.

Acota:“es muy importante no tratar al periodismo como una información puramente técnica sino intentar elevar el nivel de lo que escribimos agregando ciertos rasgos característicos de las demás artes”. Esta es una tradición en el periodismo latinoamericano; es el único periodismo en el que notamos una fusión muy estrecha entre escritores y periodistas”, y concluía: cada importante escritor latinoamericano fue periodista: Octavio paz, Gabriel García Márquez, Mario Vargas Llosa y Alejo Carpentier, entre otros⁵⁴.

⁵³ Zócalo, mayo de 2004

⁵⁴ El Universal, 25 de septiembre de 2002, Sección Cultural

CAPÍTULO 3

¿CÓMO TRABAJA UN REPORTERO SU FUENTE?

Alguna ocasión un subdirector de información de **El Sol de México** --donde laboré por espacio de dos años y medio--, me dijo que un reportero debe serlo las 24 horas del día, los 365 días del año. Hay mucho de cierto en esto aunque parezca exagerado.

Quienes nos hemos desenvuelto en esta profesión sabemos que la actividad no tiene horarios. Por lo regular se pide a la redacción la orden de trabajo, ya sea una noche antes para el día siguiente o muy temprano.

Las indicaciones son diversas: van desde la simple orden de “cubre tus fuentes”, tienes conferencia de prensa de “X” organismo público o privado, una gira de trabajo con algún funcionario, etcétera, hasta encargos de trabajos especiales, ya sea reportaje, realizar entrevistas sobre un tema especial o coyuntural o profundizar en determinada información que manejó el medio o el propio reportero días antes.

Así como hay jornadas en que la información es cuantiosa y se manejan mínimo tres notas y puede llegarse hasta seis o siete, dependiendo los eventos que haya. En otras jornadas no hay nada y hay que “rascarle” al archivo individual, o pedir documentos a las fuentes para poder manejar algo pues lo que no está permitido en esta actividad es carecer de información, o no llevar o enviar notas a la redacción.

La entrevista telefónica es otro recurso usado, y en la cual se contacta a algún funcionario, dirigentes empresariales, campesinos, obreros, según el sector para que hable sobre temas generales o alguno en particular. Normalmente son preguntas concretas y por ende entrevistas cortas. Para el caso de los reporteros de radio estas entrevistas son grabadas porque en ese medio es imprescindible tener el registro de voz –sonido-- del entrevistado, pues los datos por sí solos pierden relevancia; para la prensa escrita frecuentemente se saca toda la versión de tal modo que se puedan retomar párrafos textuales necesarios en el armado de la nota y tenerlos a la mano por si acaso se requiera en adelante.

En el caso de televisión esta forma de obtener información no es permitida salvo que se haga en estudio pues primordial aquí es la imagen. Lo que sí les está permitido a los reporteros de noticieros televisivos es la llamada entrevista de “banqueta” que invariablemente sucede al inicio o término de algún evento, a políticos, funcionarios, deportistas, dirigentes empresariales, etcétera, porque van acompañados de cámara y registran audio y, por supuesto, video.

El presente trabajo no tiene un carácter didáctico, no obstante considero importante describir otras formas de trabajo que los reporteros tienen, o tenemos, en la actualidad: a través de la entrevista exclusiva, en la cual debe salir a luz la habilidad y conocimientos del tema a tratar por parte del entrevistador ¿Para qué? Pues para: a) cumplir el objetivo de ese encuentro –obtener la información que se pretendía--; b) dejar una imagen agradable al interlocutor de que habló con una persona preparada y un buen reportero y, c) tratar de obtener un valor agregado a la información que se busca.

CHECAR LA FUENTE

Checar la fuente no es tarea exclusiva del reportero. También los jefes de información o redacción, los columnistas, los jefes de fotografía e incluso los editorialistas pueden hablar a las dependencias para preguntar sobre eventos que se vayan a celebrar, conferencias de prensa, reuniones con un sector especial, etcétera; pero quien debe estar más atento a esto es el titular porque de ello depende que no se le vaya la nota.

Cuando ya ha cubierto por un buen tiempo es difícil que el reportero no sepa las actividades que hay para el día. Pese a ello, se tiene que estar en constante contacto con la oficina de prensa del área porque no falta que de última hora surja algún imprevisto que amerite la presencia de los periodistas en una conferencia de prensa, obtener en forma inmediata un comunicado o alguna entrevista que se dará.

En muchas empresas del ramo de cualquier género se comisiona al reportero a seguir al titular de una Secretaría de Estado, a los dirigentes empresariales y demás, a todas las reuniones públicas que tengan agendados. Así vemos reporteros de la fuente política en reuniones con legisladores, funcionarios públicos, gobernadores, representantes del sector privado, etcétera.

Respecto al sector económico oficial (Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Banco de México, etc.), sus funcionarios son invitados a foros empresariales o tienen reuniones en el Congreso de la Unión y hasta allá los sigue “su fuente”. Esto sucede en todos los ámbitos informativos y entidades generadores de información.

DE LA OPORTUNIDAD A LA OBJETIVIDAD

La oportunidad es uno de los elementos sustanciales en este trabajo. Las agencias de noticias son las que más exigen a sus trabajadores porque están siempre al pendiente de lo que sus competidoras hacen. Las principales agencias que operan en México son: **Notimex (Nacional e Internacional), Infosel, Finsat, APRO, Reuters, Bloomberg Bussines, EFE, AP y AFP**. Entre ellas existe una rivalidad informativa para ver quién y cómo se gana la nota; por eso la oportunidad juega un papel determinante.

Desde luego que para las agencias internacionales es básico tener primero la nota porque los cables se van a casi todo el mundo, y lo que acontece en el campo económico en México frecuentemente repercute en el ánimo de los inversionistas o grupos empresariales de todo el orbe.

No todo es pasar la información antes que los competidores, también el trato que se le da, aunque hay otro dicho relevante en el medio que dice: “la nota es la nota”, lo que quiere decir que aunque se le dé un enfoque diferente a la misma, hay hechos tan precisos que no hay forma de manejarlos de otra manera. Aquí entran anuncios o acciones presidenciales importantes; un acontecimiento de trascendencia nacional; posiblemente un hecho violento, etcétera.

De preferencia se pide al reportero de agencia que su reporte lo envíe vía correo electrónico o por fax, pero no son pocos los casos en que la premura del tiempo hace que la transmisión sea por teléfono o lo que se da en llamar “al vuelo”, o sea, dictar sin un escrito previo y con sólo tener las ideas generales del hecho o apuntes en forma coherente, porque pese a los avances tecnológicos actuales, aun el reportero sigue manejando su libreta, o cuando menos unas hojas de papel.

En televisión y radio también la prontitud es básica, sobre todo en radio porque para un reportero de ese medio pasar la nota en vivo es imperativo. Aquí también la competencia es notoria, salvo en los casos en que hay estaciones que tienen espacios informativos en horarios determinados. En el caso de **Formato 21** o en **Monitor** como transmiten todo el día información pues en cualquier momento se puede pasar al aire el reporte, pero qué mejor que darla al momento.

Para la televisión si un evento, una rueda de prensa o una declaración está aconteciendo en el momento del programa se hace un enlace en directo con el reportero en el momento en que el conductor le dé entrada, siempre coordinado con su jefe de producción, procurando no omitir detalles. Todo esto se ve reforzado con la imagen, ya sea en vivo, grabada o de stock, según sea el caso y las circunstancias.

Para radio en notas de números sólo se mencionan datos generales, principalmente cuando se trata de estadísticas. El reportero radiofónico debe evitar al máximo no tener la grabación del acontecimiento pues de lo contrario su información pierde cierta credibilidad o se considera una nota incompleta.

Sea de cualquier género el medio lo importante es que uno como trabajador de la información ofrezca ésta sin tendencias ni parcialidad, apegado a la ética aunque, de antemano uno sabe que muchas veces en las redacciones destrozan las notas y las manejan de acuerdo con intereses diferentes a los netamente periodísticos.

La situación de la prensa escrita, incluidos diarios y revistas, difiere de radio y televisión porque hay mayor espacio. Entonces, el reportero puede, ocasionalmente, no escribir exclusivamente la información relativa a una entrevista de banqueta, un resumen de una conferencia de prensa, un reporte oficial, un boletín de prensa, etcétera, pues puede ampliar y enriquecer su nota o complementarla con datos adicionales.

Independientemente de que tenga presión para que la información se maneje de cierta forma, también incide el espacio que se tenga para escribirla, todo depende

de su importancia. Los reporteros presupuestan su información con base en los eventos que se cubrieron, los boletines de prensa, entrevistas exclusivas, o las que se dan en algún encuentro público o privado.

En prensa escrita luego de “reportear” hay que enviar a la redacción el “adelanto”, que es un resumen de las notas que más tarde se van a trabajar; para radio normalmente los reporteros mandan “cabezas” que son pequeños balazos relativos a la información. Aquí también puede pasarse la nota en vivo o grabarla. El tiempo lo deciden los productores. Las notas pueden variar desde 15 segundos hasta dos minutos, dependiendo la relevancia; el mayor tiempo por lo regular se lo dedican a reportajes y en promedio las informaciones son de un minuto

En televisión se envía el material al canal y la gente de redacción elabora para los conductores los llamados “budgets” (colección de notas o adelantos) y que sirven para adelantar a los televidentes el contenido del programa noticioso.

Los enlaces no siempre son reportero-redacción, se da el caso que de la misma estación marcan para mantener en línea a quien trae la nota o para abundar en el contenido de lo que se va a transmitir, y si la producción considera que no es muy relevante le piden al reportero que la grabe, no pasa en vivo.

Los enlaces en vivo pueden ser de mayor tiempo, básicamente cuando hay comentarios del conductor, ya sea que haga una introducción a la información o cuestione al mismo reportero en torno al tema que va a tratar.

CHACALEO, RECURSO ADICIONAL

Además de los aspectos consignados renglones arriba, está el denominado “chacaleo”, que, son entrevistas imprevistas que se dan al principio o al término de eventos, y que literalmente pueden darse en plena banqueta, a las afueras de algún salón, en los pasillos de un hotel, de una terminal aérea, en el interior de un restaurante, en fin, el lugar es lo de menos, lo importante es que los medios están presentes para poner frente al o los personajes centrales, las grabadoras y registrar las declaraciones de estos sobre las un sinfín de preguntas directas que se les hacen y que no siempre tienen que ver con lo que sucede en la reunión a la que se convocó pues se tocan varios temas.

La mayoría de ocasiones el chacaleo es atropellado, pocas veces se guarda un orden como puede hacerse en una rueda de prensa que, se supone, debe estar bien organizada. Lamentablemente muchos compañeros, sobre todo fotógrafos y camarógrafos, hacen hasta lo imposible por tener una placa o la imagen exacta del momento y casi invariablemente hay golpes, empujones y por supuesto palabras altisonantes de todos lados.

El “chacaleo” no es se practica únicamente con personajes de la fuente que se cubre, también se da en reuniones o encuentros a las que acuden funcionarios de una o varias dependencias federales, estatales o municipales, donde participen políticos, empresarios, representantes de la sociedad civil, en fin. Por eso se pueden abordar varios temas y toda esa información debe estar en las redacciones, aunque no necesariamente todo será publicado, leído o comentado en algún noticiero, a no ser que sea algo verdaderamente destacable: un anuncio relevante, una primicia, algún adelanto o una precisión a otra información e incluso desmentidos a aseveraciones de otro u otros personajes públicos.

DOCUMENTOS, AUXILIAR IMPORTANTE

Todas las dependencias federales y estatales, y en algunos casos las municipales, infinidad de documentos (análisis, encuestas, estudios comparativos, etc.) que también son herramientas importantes para los reporteros, así que no todo son declaraciones, conferencias de prensa o entrevistas banqueteras.

Este material es utilizado de varias maneras: como complemento de una nota, forman parte de un reportaje, se toman datos específicos y estadísticas, e incluso pueden servir para abrir una investigación; ahora bien, no todos los documentos son de tal relevancia que ameritan una nota pero si reunimos varios que toquen un tema en común se le puede sacar jugo, o como decimos en el argot “se le da un valor agregado a la nota”.

No son pocos los casos de reporteros acuciosos que logran obtener documentos oficiales o estudios que no salen a la luz pública de los cuales se deriva o abunda en alguna investigación periodística. Incluso hay casos en que se obtienen copias de actas de consignación, expedientes de procesados, etcétera, y esto cobra especial relevancia si los documentos son de algún personaje importante de la política, los negocios, algún ex funcionario o como se ha dado en los últimos años, de narcotraficantes.

Tanto dentro del sector oficial como el privado se difunden infinidad de textos pero muchos de ellos con poco valor informativo e irrelevante, y se refieren a hechos pasados por lo que no ameritan un manejo noticioso; pero todo este tipo de elementos pueden servir de base para formar el archivo que todo reportero precavido debe tener.

Es cierto que ahora la computadora, en particular el Internet, son una vía importantísima para el desempeño de nuestro trabajo periodístico, pero aun así todavía no sobra tener material en físico, aunque ya lo tengamos en la memoria del disco duro o blando.

Asimismo, se editan revistas especializadas, oficiales, o del sector empresarial, que también son utilizadas, y si bien no es una práctica generalizada, sí buena parte de los periodistas retoman artículos que versan sobre temas especiales, o cuando hay entrevistas destacadas; no obstante, resulta poco ético que muchos colegas trabajen información así y no le den crédito al medio de donde la obtuvieron situación frecuente y se adjudican la autoría de la investigación.

NOTAS POR TELÉFONO Y LA “REACCIONITIS”

Otro de los recursos que todo periodista utiliza en algún momento es la entrevista telefónica. En países latinoamericanos no es difícil entablar conversación personal con funcionarios públicos o dirigentes de empresa y, contrario a lo que sucede en México, no hay que hacer antesala ni pedir audiencia para poder obtener alguna información o una reacción.

Por ello es común que los reporteros tengamos que llamar a quien nos puede dar algún dato, una declaración, una opinión o simplemente aclarar cierto punto que interesa al medio o a la opinión pública a la cual nos debemos.

De esta forma hay que echar mano de la agenda personal en la cual, por regla general, deben estar los números telefónicos de dependencias (funcionarios), asociaciones de empresarios (dirigentes), políticos e incluso de la sociedad civil. Desde luego que este tipo de entrevistas no pueden ser muy largas, deben hacerse preguntas puntuales y, a su vez, el interlocutor también responder en forma precisa para obviar tiempos.

La mayor parte de estas entrevistas son de reporteros radiofónicos, y de prensa escrita, y una mínima parte de televisión, a no ser, como dije antes, que la entrevista pase directamente al aire. Por lo que respecta a las revistas o agencias informativas, no son comunes por las políticas mismas de esos medios.

Ante un suceso importante, nacional básicamente, a los reporteros se les pide (en algunos casos exige) de su redacción buscar “reacciones”, y para esto se procura localizar vía telefónica a quien pueda ofrecer un punto de vista oficial, de grupo o sólo personal.

Como cualquier otra actividad, el periodismo se trabaja individualmente o en grupo, así, las entrevistas antes señaladas pueden hacerse por una sola persona o entre varios reporteros y ya después cada quien trabaja su nota de acuerdo a como se la solicitan.

Al interior del gremio hay cierta solidaridad, y digo cierta porque también existe el protagonismo, la envidia o el exhibicionismo. Hablando de lo primero, la solidaridad, no son pocos los compañeros que hacen una entrevista por teléfono y la “corren”, es decir, se la pasan a otros reporteros.

Creo que debe haber un trabajo en equipo de todos los reporteros. Es frecuente que la gente de radio trate en forma coordinada hacer sus notas, y lo mismo sucede en prensa escrita; tampoco son extraños los casos en que haya intercambio de información de todos los medios, y esto sucede por lo regular cuando se llevó a cabo algún evento, sea rueda de prensa, seminario, etcétera.

TIPS, OTRA FORMA DE TRABAJAR LA NOTA

En este medio también hay quien nos ofrece “tips” acerca de cualquier información o que da pie a profundizar otras, de igual forma habrá funcionarios, dirigentes empresariales, agropecuarios, diputados, senadores y otros representantes sociales que solicitando el ya famoso “*off the record*” hablan de algún tema vigente pero pidiendo que no se les cite como fuente.

Aquí ha habido una fuerte discusión en torno si un reportero puede revelar sus fuentes –esto en especial cuando su información tiene un impacto fuerte--. Hay algunos sectores que se pronuncian porque los periodistas den a conocer dónde obtuvieron cualquier información que publicó, pero afortunadamente aún se puede mantener la secrecía de esto, lo que permite mantener confidentes que les proporcionen datos, cifras, nombres; les revelen el contenido de encuentros privados y otras situaciones que son base para trabajar un reportaje, una nota, o un artículo de opinión.

Quienes más utilizan esta herramienta de trabajo son los columnistas; de hecho, considero que una columna debe trabajar así, amén de investigar, desafortunadamente pocos son los columnistas que lo hacen. La gran mayoría, sea del medio que sea, elaboran sus comentarios con base en el material que les hacen llegar sus fuentes, y no siempre es confidencial u *off the record*. Ahora bien, dependiendo de la relación que haya entre el reportero y el columnista, o de éste con la gente de redacción (casi siempre los columnistas se consideran una clase aparte de los reporteros), puede darse el caso que el reportero obtenga algunos tips del columnista que le van a permitir trabajar una o varias notas, o le dan sugerencias para ello.

LA ESPECIALIZACIÓN, ASPECTO IMPORTANTE

Actualmente es difícil encontrar reporteros sin formación académica profesional lo que ayuda al desempeño de sus tareas, pero también debe tomarse en cuenta que pocas empresas del ramo hacen lo conducente para ampliar la preparación de los periodistas, y menos procurar su especialización.

Para Jaime Contreras, reportero del periódico **Excélsior**, quienes cubren la información económico-financiera desarrollan un trabajo profesional, pero advierte que las nuevas generaciones de periodistas tardan un tiempo en entender el lenguaje que se maneja en el medio, lo que no menoscaba su formación académica pero sí dificulta su manejo informativo.

Consideró que la rotación constante de fuentes afecta el desenvolvimiento de los reporteros, pero también hay un lado positivo pues se adquieren conocimientos de información general. Indicó que lo ideal sería que hubiera una especialización y un trabajo continuo porque sería menos complicado hacer notas y reportajes y también habría una mayor identificación de los periodistas con su fuente.⁵⁵

Hasta hace poco tiempo --y todavía se practica en algunas empresas periodísticas primordialmente diarios-- que cuando se incorpora un nuevo reportero ingresa directamente a la sección de información general, y dependiendo de su rendimiento o su experiencia al paso del tiempo se le asigna un sector especial, pero en tanto sucede esto tiene que pasar por otros sectores supliendo a los titulares.

Hay que reconocer que no todo reportero le entran a la economía y las finanzas, en parte porque se cree que es un área complicada por los números que se manejan y los términos tan técnicos que hay que traducir para hacer más digerible la información a lectores, televidentes y radioescuchas, y también porque son muchas las dependencias y entidades oficiales y privadas que la integran, pues casi todas manejan información diaria.

Francisco Garduño, por muchos años reportero de este sector para **MVS** y **Estereorrey**, me comentó que los reporteros que cubren los sectores a que hacemos mención tienen preparación escolar pero hay cierta displicencia con su trabajo. Hay falta de interés también por parte de los empresarios, lo que se debe, en parte, a que las empresas pasan por una etapa de "sobrevivencia". La situación económica no ha permitido que haya una expansión de las empresas y, por el contrario, muchas se han adelgazado y prescindido de personal⁵⁶.

⁵⁵Entrevista realizada el 18 de abril de 2003

⁵⁶Entrevista realizada el 21 de marzo de 2003. Francisco Garduño actualmente es Jefe de Prensa del Consejo Coordinador Empresarial (CCE)

Para Angel Pedrero, reportero económico y conductor de algunos espacios informativos en **Grupo Imagen**, el trabajo de los reporteros del sector económico es “regular” debido a que cuentan con una formación académica profesional pero no especializada en estos temas. Aclaró que esto se debe no sólo a la falta de interés, puesto que las empresas son apáticas para preparar a sus trabajadores, no les interesa y sólo ven por sus intereses⁵⁷.

Por otra parte, Martín Carmona, reportero y comentarista de notas financieras para **Núcleo Radio Mil**, sostuvo que en la prensa escrita no se ha visto una clara evolución pues regularmente maneja la nota del día sin ir más a fondo; dijo que la investigación ha quedado atrás y de hecho algunos periódicos en ocasiones retoman informaciones de radio o televisión para darle seguimiento lo que muestra que no hay iniciativa para sacar informaciones propias⁵⁸.

Desde mi punto de vista personal, es que también la radio y televisión en gran medida se alimentan de las notas o reportajes que aparecen en la prensa escrita, cosa que no mencionó mi entrevistado. Menos aun reconoció que en los medios electrónicos se hace poco trabajo de investigación y son excepciones quienes trabajan de esa manera.

Esto tiene una parte de razón y la explicación más inmediata son los tiempos. Como le he mencionado, radio y televisión están sujetas a tiempos cortos en materia de noticias, por lo que estas son breves y no se cuenta con el espacio que hay en los impresos, pero con una gran ventaja el sonido y la imagen que les dan mayor credibilidad ante la opinión pública.

Armando Navarrete, reportero del diario **Ovaciones**, quien cubre el sector político y en algunos momentos también tuvo bajo su responsabilidad el área económico financiera, calificó de bueno el trabajo de los reporteros, pero hizo notar la necesidad de involucrarse más en los temas de las “fuentes” asignadas.

No obstante, dijo que todo trabajador de medios tiene que tener un conocimiento general de lo que acontece en el país en otras campos; es decir, no se debe soslayar la economía y las finanzas, la política, política laboral o asistencial o del agro, siendo titular de una fuente diferente, como podría ser la de policía, diplomáticas, o salud⁵⁹.

En ese sentido, me gustaría recordar una de las recomendaciones que se hacen en la Universidad --y espero que en todas las instituciones de educación superior donde se imparta la carrera de comunicación--: leer periódicos a diario, ver y escuchar noticiarios, porque esto es parte elemental de nuestra formación como profesionales del periodismo y como trabajadores.

⁵⁷ Entrevista realizada el 15 de marzo de 2003

⁵⁸ Entrevista efectuada 16 de octubre de 2002

⁵⁹ Entrevista realizada el 10 de junio de 2003

DIFÍCIL ENTORNO

Un reportero desarrolla su actividad en medio de situaciones complicadas. Las hay desde presiones económicas derivadas, como ya lo he señalado, por los bajos salarios que se pagan; se está ante la vigilancia y calificación de los jefes de información, de redacción, de los ejecutivos o directivos de los medios, además que enfrenta la falta de información o apertura de las fuentes para obtener el material que se requiere.

Para poner en perspectiva las dificultades que los reporteros tienen baste mencionar la política que se manejó al inicio del gobierno de Vicente Fox cuando el área de Comunicación Social, encabezada por su ex Vocera y posteriormente su esposa, Marta Sahagún, dio a conocer los nuevos lineamientos en esta materia que se quería iban a regir durante la administración.

Un decálogo calificado por los expertos como de “buenas intenciones” pero difíciles de cumplir por las condiciones que prevalecen en el periodismo nacional y que pretendían, de acuerdo a los mismos analistas, si no dar línea a los comunicadores, sí mantener un control sobre el gremio, pero no al estilo de anteriores administraciones –con los famosos apoyos, embutes, etcétera--, sino a través de lineamientos establecidos desde el Poder Ejecutivo, evitar que hubiera un manejo contrario a los intereses del partido en el poder.

La realidad rebasó a quienes intentaron tal medida a tal grado que la política de comunicación social ha tenido variantes que se reflejan no solamente en que dichas medidas se han modificado, pues el cambio de personalidades dentro de la administración Fox en este campo han sido varios y como se dice coloquialmente “no le encuentran la cuadratura al círculo”.

De esta forma, desfilaron por la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia Marta Sahagún, Francisco Ortiz, Juan Francisco Zavala, Rodolfo Elizondo, Alfonso Durazo y Rubén Aguilar. “Esto sólo nos muestra que ahí también se dieron improvisaciones y que las cosas no funcionaron como se esperaba, comentó Martín Rea, reportero del diario **Ovaciones** y quien cubría las actividades del Presidente Fox⁶⁰.

El mismo periodista me comentó que la relación que se dio con la Presidencia de la República se vio disminuida por las actitudes del Ejecutivo y su equipo de prensa, incluido el propio mandatario, quien pasó de una relación cordial y cálida con su fuente, básicamente antes de su investidura, a una tensa y distante que modificó sustancialmente tanto las formas de trabajo de los reporteros como el contenido de las notas.

⁶⁰ Entrevista realizada el 14 de septiembre de 2001

Han sido muchas las diferencias de la prensa con el jefe del Ejecutivo en poco más de dos años de gobierno. Fox calificó en algún momento de “babosadas” las informaciones que escribían o pasaban al aire los periodistas que cubrían la fuente presidencial. En esto hubo cierta semejanza con lo que en algún momento declaró su antecesor, Ernesto Zedillo, quien en un discurso con motivo del Día de la Libertad de Prensa, el 7 de junio de 1996, fustigó a aquella prensa que, a su juicio, destacaba lo negativo sistemáticamente ocultando las buenas noticias; el ex mandatario calificó las informaciones como “pesimistas, derrotistas, alarmistas y sensacionalistas”⁶¹.

La revista **Proceso** realizó un reportaje titulado “Advertencias que Fox no escuchó”, en el cual su autor, Ricardo Ravelo, describió que desde antes de tomar posesión de la Presidencia, Vicente Fox fue advertido por algunos de sus cercanos colaboradores del distanciamiento que se estaba gestando con la prensa nacional.

Se le hizo hincapié que debía suavizar su relación con los medios y que no tenía por qué darle un trato preferencial a los periodistas extranjeros sobre los nacionales. El grupo de trabajo que se empeñaba en “enderezarle la plana” a Fox advertía que tal problemática incidiría en una baja en su popularidad⁶².

Pero tal parece que esos llamados no fueron escuchados. Areli Quintero, reportera de **El Economista** y quien cubrió también la campaña de Vicente Fox manifestaba que el jefe del Ejecutivo culpaba de sus yerros a los mismos reporteros.

Víctor Chávez, reportero de **El Financiero** señaló que cuando al Presidente se le acababan los argumentos para mantener el optimismo comenzaban las agresiones y las descalificaciones, a pesar de que poca de la información que se desprendía de la Presidencia de la República estaba alejada de la realidad.

Patricia Rodríguez Calva, del **Grupo Imagen**, mencionó que cuando la crítica crecía hacia Vicente Fox, él se alejaba de la prensa. De su parte, Arturo Tornel, quien cubría esta fuente para **TV Azteca**, se mostró contrariado de las opiniones del Jefe de la Nación sobre los medios, ya que, aseguró, “sólo cumplíamos con nuestro trabajo de reproducir los hechos que veíamos. Eso que dice –el Ejecutivo- de que “aguanta vara” no es cierto, lo que sucede es que está desinformado”, subrayó.

Roberto González, reportero y columnista de **unomásuno** asevera que Fox no sabe medir la trascendencia de sus palabras. “Antes hasta nos buscaba para comer o echarnos unos tequilas, señaló por su lado Alberto García Sarubi, también reportero de **Imagen**.

⁶¹ *Revista Mexicana de Comunicación*, julio de 1996

⁶² *Proceso*, N° 1306

En el programa de radio **Fox Contigo** transmitido el 3 de octubre de 2001, el Presidente mexicano se quejó de los reporteros de la fuente y dijo que no destacaban lo relevante de su gestión y que se le atacaba por una sarta de “babosadas”, particularmente con relación a una gira que realizó por Asia y Europa semanas atrás.

Areli Quintero de **El Economista** consideró, en referencia a esa gira, que los comunicadores dieron cuenta de lo que veían más de lo que se informaba ya que la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia –a cargo en ese momento de Francisco Ortiz Ortiz-- no daba detalles de los trabajos que realizaba el Presidente y se tocaban sólo generalidades o se mencionaba de reuniones privadas, cenas, paseos.

Los periodistas cuestionados sobre este tema también se quejan del estado lamentable que guarda la sala de prensa de Los Pinos, y recuerdan que recién asumió su cargo, Fox prometió remodelarla para que los casi 50 periodistas acreditados ahí –22 de periódicos, 12 de estaciones de radio, 6 de radio y televisión, 4 de revistas y dos de agencias-- trabajaran adecuadamente⁶³.

REPORTERO Y PERIODISTA ¿SINÓNIMO?

Para Jaime Contreras hay una diferencia entre ser periodista y ser reportero. El primero, cuenta con una experiencia más amplia que la de los reporteros; además, el periodista puede redactar o trabajar cualquier género periodístico, en tanto que el reportero no. En ese sentido se infiere que ser reportero es el paso inicial para ser en el futuro un periodista completo.

Francisco Garduño mencionó que reportero se le puede llamar a quien cubre la nota diaria, que no profundiza ya sea por el tiempo limitado que tiene para hacer su trabajo o por la excesiva carga de trabajo a la que está sometido. Sin embargo, aceptó que los reporteros pueden hacer buenos trabajos periodísticos si salen de su encasillamiento en que los mismos medios lo sumergen.

Ambos coincidieron en que un reportero puede ser buen periodista pero habría que ver si las condiciones económicas prevaletentes se lo permiten, y que la misma empresa le proporcione los elementos necesarios para poder consolidarse.

A este respecto, el gerente de Comunicación Corporativa de **Telmex**, Renato Flores, opinó que la diferencia entre el concepto de periodista y reportero es que la palabra periodista es “más light” o elegante, pero a final de cuentas quien se dedica a esta profesión toda su vida va a ser reportero, pero si sólo se dedica a leer notas o comentarlas deja de ser periodista o reportero para ser únicamente conductor o lector de noticias.

⁶³ Entrevistas realizadas durante los meses de noviembre y diciembre de 2001

Angel Pedrero Alonso dijo que antiguamente quien escribía en un periódico se le denominaba periodista, en tanto que reportero era aquel que se desempeñaba en cualquier medio, pero en su opinión sólo son frases semánticas que no tienen mayor diferencia. Comparto la aseveración de pedrero, en cuanto que se trata de una visión semántica, pero en la práctica no hay diferencias relevantes.

En opinión de Martín Carmona, se puede catalogar de reportero a aquella persona que en sus inicios no tiene una fuente fija y no está especializado en algún tema en particular, pero en el momento en que se tiene la capacidad de poder desarrollar diversos trabajos en áreas específicas o especializadas como investigar a fondo, etcétera, es un periodista.

-Dame nombres de quienes son, desde tu perspectiva, buenos periodistas en México, le cuestioné

MC: Joaquín López Dóriga, en **Televisa** y Raúl Sánchez Carrillo, en **Enfoque**, son algunos, respondió. Agregó que si bien no hay comparación entre ellos, cada uno ha mostrado tener capacidad para conducir un medio, su trayectoria y la credibilidad que tienen.

-Hay personas, como es el caso de Yury Serbolov, que abiertamente hablan de que son periodistas porque analizan los temas que los “reporteros” envían, es decir, el trabajo de un reportero es su materia prima, ¿estás de acuerdo con esa apreciación?

MC: Desafortunadamente esto pasa frecuentemente. Son personas que se creen los “exquisitos” de la pluma y minimizan lo que nosotros los reporteros hacemos, o como se dice vulgarmente consideran que la “perrada” –así lo describe-- debe darles el material para que ellos se luzcan, enfatizó el comentarista del **NRM**⁶⁴.

3.1 CONDICIONES SALARIALES Y DE TRABAJO

“El régimen laboral de los periodistas, reporteros y colaboradores de los medios debiera ser con pleno reconocimiento a derechos y obligaciones que les otorgue seguridad y tranquilidad a fin de permitir desarrollar su actividad con independencia y profesionalismo. Contrariamente, dicho régimen parece de finales del siglo XIX”, asevera el jurista y ex Procurador General de la República, Jorge Carpizo Mc.Gregor.

El columnista Jorge Fernández Menéndez opina que el periodismo en México tiene dos niveles: para todos los que se inician como reporteros haciendo talacha los sueldos son muy malos, por no decir miserables, en la mayoría de medios.

⁶⁴ Entrevista realizada el 4 de junio de 2003

Cuando se pasa a cierto nivel directivo o como es el caso de columnistas, las percepciones mejoran sustancialmente.

Asegura que esto se empieza a dar desde que los medios descubrieron que era negocio hacer buenos periódicos o mejores programas de radio y televisión, que vivir a costa del gobierno; sin embargo, Fernández Menéndez puntualiza que esto ha llevado a una guerra de pirateo de periodistas y también de salarios⁶⁵.

En junio de 2002 la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP) celebró en Toluca, Estado de México, una reunión en donde dejó en claro que los periodistas padecen desempleo, pulverización real del salario, deterioro de las condiciones de trabajo y de su salud (es frecuente que muchos reporteros padezcan enfermedades como la gastritis debido a que se malpasan en sus horas de comida, o por el excesivo consumo de café y cigarro), desvalorización de su profesión, persecuciones gremiales, políticas e ideológicas, amenazas, agresiones e incluso atentados contra su vida.

Jaime Abello, periodista colombiano e integrante de la Fundación Nuevo Periodismo (FNPI), que encabeza Gabriel García Márquez, coincidió en que los bajos salarios para el gremio son un problema pero a su juicio eso no es obstáculo para el desempeño del trabajo cuando se tiene vocación periodística. En cambio, las deficiencias en el dominio del idioma español puede convertirse, a la larga, en un tema insalvable para el progreso profesional; de la misma forma, y aunque el dinero no es lo que hace a los buenos periodistas, sí los malos salarios y la carencia de presupuesto propician la “mediocridad” y sirven para que algunos justifiquen conductas corruptas, reconoció.

Otro periodista de Colombia, Javier Darío Restrepo, también miembro de la FNPI, expuso que en América Latina los periódicos que se manejan con la lógica del comerciante, y eso puede incrementarse si los grupos empresariales se siguen apoderando de los medios. Acota: un diario no puede actuar en una lógica de un vendedor de cualquier producto, de que todo sea ganancia; por el contrario, debe actuar con la lógica de servir a la sociedad y contar su verdad.

Las empresas periodísticas son un negocio pero éste debe quedar en segundo término, necesitan ser negocios independientes pero nunca sacrificar la independencia a las ganancias, asentó el diarista⁶⁶

Angel Pedrero Alonso, citó tres problemas que en su opinión afectan al gremio periodístico: una política salarial inadecuada; inseguridad laboral y falta de capacitación.

Francisco Garduño manifestó que aunque han cambiado algunos nombres de quienes están al frente de las compañías de información siguen estando “las

⁶⁵ *Etcétera*, julio de 2001

⁶⁶ El Universal On Line, 31 de agosto de 2004

mismas mafias” de hace muchos años que sólo velan por sus intereses mercantiles y por obtener ganancias, y a pesar de que hay algunas excepciones en términos generales se vive un ambiente de “injusticia” con los periodistas y no hay cambios ni evolución en las condiciones laborales.

Señaló que aun cuando existen varias organizaciones de periodistas y reporteros no se ha logrado unificar el criterio al interior del sector, antes bien, existe una especie “canibalismo” por parte de quienes pretenden ser líderes lo que afecta a toda la agrupación; por ello es necesario que el sector público y el privado unan esfuerzos y estructuren esquemas que mejoren el trabajo y el desempeño de los trabajadores de medios.

Martín Carmona avizora un panorama oscuro para los reporteros mexicanos, especialmente para los capitalinos, ya que las empresas han dejado de contratar personal y, por el contrario, están despidiendo gente. Si a esto le agregamos el rezago salarial no se ve por dónde haya una mejora del nivel de vida de los comunicadores. Por eso se requiere cada vez gente más preparada ya que las exigencias de los medios hacen que muchas veces un reportero también tenga que hacer las funciones de redactor, editor o jefe de información suplente.

Armando Navarrete, de **Ovaciones** manifestó que otra problemática que dificulta la labor periodística es la cerrazón que se padece sobre todo en las dependencias gubernamentales al no proporcionar datos o informaciones que, de acuerdo a la nueva Ley de Transparencia de la Administración Pública Federal, debiera ser divulgada. Es frecuente el bloqueo de algunos jefes de prensa tanto del sector público como el privado. Insistió en que las oficinas de prensa cumplen su papel de dar a conocer la información oficial que les interesa y ocultar lo que no desean que salga a la luz.

Navarrete opinó que desafortunadamente para el gremio no existe en el país una verdadera “fraternidad” por lo cual se debe crear un órgano colegiado para los diaristas donde estén incorporados la mayoría de los reporteros, conductores, comentaristas, articulistas, columnistas, caricaturistas, etcétera, que velen por los intereses de esta actividad⁶⁷.

Es evidente que en nuestro país, además de estas dificultades y los pésimos salarios, persiste una diferencia abismal en cuanto a los que se paga en los diversos medios: **El Financiero**, **La Jornada**, **Reforma**, y **El Economista** son de los que mejor pagan. Contrariamente están **El Diario de México**, **El Sol de México**, donde los salarios dejan mucho que desear, y en peor situación estaban **El Heraldo**, **El Día**, **Tribuna** o el diario **El Valle**, por mencionar algunos.

El caso de la radio no es muy diferente: **Radio Monitor** es, según tengo conocimiento, una de las emisoras que mejor pagan. Otro grupo radiofónico que remunera “bien” es **Grupo Radio Centro (GRC)**; en término medio está **Núcleo**

⁶⁷ Entrevista 10 de junio de 2003

Radio Mil y más abajo de esta cadena se encuentran, “**Hoy por Hoy, en la XEW, Notisistema y Grupo ACIR**. Donde de plano las retribuciones son “de hambre”: **ABC Radio, Radio Chapultepec, Radio Educación, Grupo Rasa y Radio Capital**.

La televisión no es ajena a esta problemática ya que quienes tienen mejores sueldos son los reporteros de Televisa, y están por arriba de los de **Televisión Azteca**, más atrás está **Multivisión** y por abajo de ellos se encuentran los de **Canal 40**, después **Canal 11** y al último **Televisión por Cable**.

Reitero que entro de la misma estructura de los diversos medios de información hay categorías de reporteros –A, B y C y otras--, y por ende se tienen diferentes tabuladores de sueldos para cada una de ellas.

LA CRISIS DE LOS MEDIOS

Las agencias informativas atraviesan por circunstancias económicas difíciles. Por ejemplo, **Notimex** a mediados de 2002 dio a conocer que el medio acumulaba pérdidas por 380 millones de pesos, cifra que superaba las dos terceras partes del capital social de la empresa.

Tal situación propició el despido de 50 trabajadores entre reporteros, redactores, fotógrafos y personal administrativo, según los directivos. La parte sindical habló de 100 despidos en todo el país entre personal de confianza y de honorarios. Los ajustes llegaron incluso a las corresponsalías extranjeras por lo que ahora la agencia hecha mano de los llamados “free lance”.

Su operación absorbió un presupuesto cercano a 160 millones de pesos-- 80 por ciento de recursos fiscales y 20 por ciento de recursos propios--, derivados de la venta de información a otros medios nacionales. Las nuevas autoridades pretenden que el porcentaje sea de 50-50 en unos años.⁶⁸

Corresponsales extranjeros acreditados en nuestro país como es el caso de Miguel Angel Gutiérrez, de la agencia **Reuters**, precisan que agencias foráneas no son ajenas a los movimientos y reestructuraciones y por lo mismo se han cancelado planes de expansión; aunque no se dieron despidos pues el número de corresponsales por agencia es limitado.

En similar situación se encuentran las agencias **EFE**, la alemana **DPA** y la inglesa **Dow Jones**, de acuerdo a los comentarios que me hicieron por separado Julián Rodríguez, Nelson Keiman y Anthony Harroup, corresponsales de cada una de ellas, respectivamente.

⁶⁸ Zócalo 15 de junio de 2002

La **Revista Mexicana de Comunicación** publicó un artículo firmado por Luis Suárez, en el cual señalaba que la Secretaría de Relaciones Exteriores tenía registrados en ese momento 193 corresponsales fijos representando a 195 medios escritos, electrónicos y agencias informativas, lo que equivale a sólo un corresponsal por empresa. En orden de importancia procedían de América del Norte, Europa, América Latina, Asia y África⁶⁹.

RADIO Y TELEVISIÓN, EN LA MISMA FRECUENCIA

Los problemas laborales también se reflejan en los medios electrónicos. **Televisa, Televisión Azteca, Televisión por Cable, Canal 11 y Canal 40**. En 1995 **Televisa** efectuó un ajuste en sus empresas y despidió a más de 2 mil personas; en el mismo año **Grupo Radio Centro, Núcleo Radio Mil, Radio Red, Radiópolis, Organización Radiofórmula y Grupo Artsa** prescindieron de más de 620 colaboradores de todas las áreas. Lo anterior llevó a empresarios del ramo a buscar alianzas y la compra-venta de estaciones con objeto de abatir costos de operación y procurar hacer más rentables estos negocios a los consorcios, cosa que no se logró en todos los casos⁷⁰.

Televisión Azteca continuamente cambia sus cuadros directivos, principalmente en el área de noticieros en donde han estado al frente personalidades de la misma empresa como Sergio Sarmiento y su decano comentarista de deportes José Ramón Fernández.

El consorcio de Emilio Azcárraga --**Televisa**--aunque resintió la salida de los Zabludovsky, Jacobo y su hijo Abraham, ha mantenido más o menos equilibrado su cuadro en el campo noticioso. Pero la constante también es no mantenerse quietos, así, ensayan --¿o experimentan?-- modificaciones dentro de sus programaciones e incluso tratan de mejorar con la integración de nuevos cuadros, como fue el caso de la incorporación de Javier Solórzano, Carmen Aristégui y Carlos Loret de Mola a sus diversos noticieros.

Este tema sería parte de un trabajo adicional, y sólo me remitiré a señalar que situaciones de igual índole se han dado en empresas como **Multivisión, Televisión por Cable, CNI Canal-40 y Canal 11**.

⁶⁹ *Revista Mexicana de Comunicación*, octubre de 2001

⁷⁰ *Revista Mexicana de Comunicación*, febrero-abril de 1996

EMPRESAS EDITORAS A LA BAJA

En general la industria editorial atraviesa por una fuerte recesión. La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CNIEM) informó que el sector vio disminuidas sus ventas, padeció el encarecimiento del papel y tuvo una sensible baja de los inversiones en publicidad lo que provocó el cierre de 260 de ellas (no se especificó de qué tipo), la disminución de sus páginas y el ajuste de personal -- cálculos aproximados hablaban en ese momento de mil 500 trabajadores del medio que perdieron su trabajo.

Suma, periódico que fue propiedad de **Televisa** cerró. El **Universal Gráfico**, vespertino, propiedad de Juan Francisco Ealy Ortiz, dejó fuera a toda su planta de reporteros y cubrió sus ediciones con el personal del matutino **El Universal**.

El Economista, **El Financiero**, **El Diario de México**, **Reforma**, **Excélsior**, **El Universal**, **Crónica** y **Ovaciones** disminuyeron planas, suspendieron suplementos o les cambiaron su formato, todo con objeto de reducir costos;. además, como ya fue comentado anteriormente, **Excélsior** vive una etapa muy difícil, lo mismo que **El Día** y **unomásuno**⁷¹.

Para el titular de la columna "Razones", que aparece en **Milenio Diario**, Jorge Fernández Meléndez, la situación que viven rotativos como **El Día**, **unomásuno**, **Excélsior**, y la que se dio al interior de los desaparecidos **Novedades y México Hoy**, se debe, entre otras circunstancias, a que ellos sobrevivían del subsidio oficial y nunca operaron con una estructura empresarial ni tuvieron algún proyecto de comercialización por lo que no eran diarios competitivos comercialmente⁷².

PERIODISTAS, SECTOR GOLPEADO

En su informe anual 2002 la organización **Reporteros Sin Fronteras (RSF)** informó que en ese año fueron muertos en todo el mundo 25 periodistas, se detuvo a 692 y más de mil 400 sufrieron agresiones. México ocupaba el lugar 75 de la lista mundial de libertad de prensa de un total de 139 naciones.

Por su lado, la Red Mexicana de Protección a Periodistas y Medios de Comunicación en su reporte del primer semestre de 2001 señaló que entre el 1 de diciembre del año 2000 y mayo de 2001 hubo 45 incidentes en contra de periodistas y medios de información en México.

Pese a que la violencia en contra del gremio ha disminuido no continúa presente. Datos de la Fundación Manuel Buendía (FMB) muestran que en los dos primeros

⁷¹ Los Periodistas: www.fremac.org.mx, 31 de marzo 2001

⁷² Zócalo, agosto de 2002

años del gobierno del expresidente Ernesto Zedillo el número de periodistas asesinados se redujo con relación al mismo periodo de la administración de Carlos Salinas de Gortari, 6 contra 19.

El artículo precisa que los reporteros son el sector más agraviado en atentados con un 38 por ciento de las incidencias; en segundo lugar estuvieron los fotoreporteros con 14 por ciento; periodistas cuya especialidad no fue identificada 13 por ciento, directores de medios 11 por ciento, corresponsales 8 por ciento, columnistas y articulistas 8 por ciento, conductores o locutores 5 por ciento, y editores 3 por ciento. Por cuanto al tipo de medios, las cifras son las siguientes: prensa escrita 51%; revistas 10%; semanarios 9%, y medios electrónicos 30%.

Las cifras de la FMB, al igual que la Red Mexicana de Protección a Periodistas y Medios de Comunicación señalan al Distrito Federal como la entidad donde se cometen más atropellos a periodistas, con un 31%, seguido de Tabasco y Tamaulipas con 10 y 8%, respectivamente⁷³.

Bajo estas circunstancias cobra relevancia un acuerdo firmado entre la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH) y la Federación de Organismos Públicos de Derechos Humanos (FMOPDH), en octubre de 2004, en el cual ambos organismos se comprometieron a divulgar y darle atención a las quejas relacionadas con agravios a periodistas y comunicadores.

En este documento se destaca la importancia de proteger, promover, fortalecer y difundir una cultura de respeto a libertades de opinión, expresión e información de los periodistas. El presidente de la CNDH, José Luis Soberanes apuntó que por la función que desempeñan los periodistas “son un grupo que presenta condiciones especiales de vulnerabilidad” y está expuesto a sufrir amenazas o agresiones por parte de las autoridades o servidores públicos afectando sus derechos fundamentales⁷⁴.

La violencia física no proviene sólo de la autoridad. Se han dado también amenazas e incluso ajusticiamientos por parte de grupos de narcotraficantes o delincuentes comunes a causa de denuncias o trabajos periodísticos. Ejemplos hay muchos y con objeto de no dejar fuera a muchos de los afectados, cito solamente los casos muy sonados de la muerte de Manuel Buendía y el que fuera director del semanario **Zeta**, Héctor “el gato Félix”.

La investigadora Silvia Molina realizó un trabajo titulado **Los derechos de la sociedad ante el periodismo**, editado por la UNAM, en el que deja en claro que gran parte de los conflictos entre la sociedad y los periodistas se derivan de la “ambigüedad” de límites que existe entre el derecho a la información de la sociedad y la libertad de expresión de los periodistas.

⁷³ *Revista Mexicana de Comunicación*, 15 de octubre de 2001

⁷⁴ *El Economista*, 27 de septiembre de 2004

Asegura la autora que tal situación genera un círculo conflictivo en el que la sociedad se muestra escéptica respecto a de los beneficios del periodismo, mientras el gremio “rechaza sistemáticamente” cualquier normatividad, pero, al mismo tiempo, reclama que la ley persiga a los responsables de cualquier acto que consideran violatorio de la libertad de expresión.

Considera que aunque los medios de comunicación no son la única forma en que una sociedad se manifiesta y se interpreta así misma, el periodismo puede transformarse y sostener una relación complementaria y de mutuo enriquecimiento con la sociedad. En tal sentido, sugiere retomar la propuesta del catedrático y ex funcionario federal Jorge Carpizo Mac Gregor de crear un ombudsman de los medios de comunicación, ya que nuestro país, como muchos otros en Latinoamérica, no cuenta con instrumentos legales para “reclamar” el daño moral o los efectos psicológicos que provoquen lo que se difunde en los propios medios⁷⁵

Hay opiniones al interior de la sociedad a favor de que los trabajadores del ramo no sean obligados a revelar sus fuentes y que la difamación y calumnia sean de competencia civil y no penal, tal como sucede en la actualidad, pues ello se usa como una forma de amedrentar al gremio.

Hay un aspecto que no ha sido bien atendido por los medios ni las autoridades competentes y menos por los mismos periodistas: su relación con la sociedad. La imagen, si no general si muy arraigada, es que los periodistas somos mentirosos, poco objetivos, nada serios y hasta chismosos

ORGANIZACIÓN DE REPORTEROS

Se han hecho intentos para agrupar, organizar y defender los derechos laborales de los periodistas, para tratar de capacitarlos, prepararlos para la competencia cada vez mayor. Agrupaciones van y vienen pero no se ha logrado todavía aglutinar a los miles de comunicadores del país en una sola organización.

A continuación presento una breve reseña de estos esfuerzos de los que tengo conocimiento. Aunque sé que se han dado otros en diversas partes de la República y no todo ha sido en vano, no puedo afirmar que todos han logrado resultados tangibles y fructíferos para el desempeño de esta actividad y que se enmarca dentro del desarrollo de agrupaciones sindicales.

⁷⁵ *Bitácora*, suplemento de la *Revista Mexicana de Comunicación*, febrero-abril de 1995

La organización de periodistas en la capital del país inició en la segunda mitad del siglo XIX con la creación de la Asociación de Periodistas y Escritores fundada en 1872. En 1875 surgió la Prensa Unida de México y dos años después la Asociación de Prensa Católica Nacional; en 1911 se fundó la Asociación de Periodistas Metropolitanos, y en 1914 la Liga de Defensa de los Periodistas

La Casa del Obrero Mundial, que en 1915 aglutinaba a más de 50 mil trabajadores entre electricistas, panaderos, choferes, costureras, albañiles, carpinteros y otros, abrió un espacio para el gremio periodístico. En ese entonces había al menos 10 diferentes organizaciones que se dividían básicamente en liberales y conservadores. Entre ellas destacaban: la Asociación de Periodistas y Escritores; la Mutualista de Periodistas; la Prensa Católica Nacional; la Asociación de Periodistas Metropolitanos y la Asociación de Fotógrafos de Prensa.

La Asociación de Prensa Mexicana surgió en 1918, y en 1922 se creó la Liga de Redactores y Empleados de la Prensa del Distrito Federal que estuvo apoyada por la Confederación Revolucionaria de Obreros de México (CROM).

En 1922 la Liga de Redactores y Empleados de la Prensa del Distrito Federal firmó el primer Contrato Colectivo de trabajo con el Diario El Demócrata. A consecuencia de ello se obtuvieron algunas conquistas laborales como el descanso semanal para redactores, la supresión de las guardias sin retribución extraordinaria, vacaciones anuales de 6 días y, principalmente, mejores salarios.

En el mismo año, 1922, nació la Unión de Redactores, Empleados y Obreros de la Compañía Periodística Nacional y el Sindicato de Redactores y Empleados de la Prensa del Distrito Federal. Posteriormente se integró el Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa, que en 1928 cambió su nombre al de Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa y Trabajadores de Actividades Similares y Conexos (SNRP).

Esta agrupación planteaba mejorar las condiciones de los contratos colectivos de trabajo, que hubiera horarios establecidos, mejores salarios, vacaciones y aguinaldos. Tuvo representación a nivel nacional y contratos de empresas periodísticas como las agencias **AFP, UPI y AP**. En cuanto a la prensa escrita, se avino los contratos de **Cine Mundial, El Mundo de Tampico, El Heraldo de Tijuana y El Sur de Oaxaca**.

En 1935 los trabajadores de la Agencia **Notimex** y los del diario **Novedades** formaron sus respectivos agrupaciones sindicales con miras a procurar contratos más favorables a sus afiliados.

Para 1975 un grupo de reporteros se organizaron y conformaron la Unión de Periodistas Democráticos (UPD), que tuvo en sus inicios buena aceptación de los compañeros, sin embargo, como ocurre muchas ocasiones, también hay apatía de la mayoría, la intransigencia de otros que se oponían a que haya cambios en aspectos como la ética periodística y que, como se dice coloquialmente, se

venden al mejor postor, lo que complicó no solamente la operación de la Unión, sino que contribuyó a que la existencia de esta se viera amenazada.

Froylán López Narváez fue el primer secretario general de la UPD de la que también formaron parte Humberto Musacchio y Jorge Meléndez, entre otros. Acerca de cuáles eran las razones de por qué no existe en México un gremio periodístico fuerte y unido, López Narváez explicó que la misma indefensión del periodista, la competencia entre los reporteros, la ubicuidad y la propia condición laboral dificultan el funcionamiento y la puesta en marcha de un programa tanto de defensa laboral como ideológica.

El periodista aceptó que es probable que en la administración Fox pudiera darse un cambio en la situación que prevalece en el medio, pero se mostró a favor de que haya una reglamentación en el derecho a la información. Recordó que a los cambios necesarios en los medios hay una resistencia u oposición de los dueños de los mismos⁷⁶.

Los problemas que aquejan al periodismo no son exclusivos de México pues están presentes en todo el mundo. Por lo anterior también se han erigido organismos internacionales como la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), que en 1976 aglutinaba a casi la totalidad de naciones del Continente, y que tuvo como aval el reconocimiento de la UNESCO; además, se afilió a la Organización Interamericana de Periodistas (OIP).

Otras instancias que tienen que ver con temas de investigación e integración de esta profesión son la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación –1979—y la Fundación Manuel Buendía (FMB).

En 1980 inició actividades el Sindicato Independiente de Trabajadores de Editorial Uno –**unomásuno**--. Otro sindicato importante es el **Independiente de Trabajadores de La Jornada**, constituido en 1985 y que se erigió poco tiempo después de nacer este diario y estaba integrado en su mayoría con ex trabajadores del **unomásuno**, luego de los acontecimientos que culminaron con la salida de Manuel Becerra Acosta y la llegada de Luis Gutiérrez a la dirección del “**uno**”

A la mitad de los 80 surgió la Coordinadora de Trabajadores de Medios de Comunicación (CTMC), organismo que en 1993 cambió su nombre al de Coordinadora Mexicana de Comunicadores. El Sindicato de Único de Trabajadores de **Notimex**, se creó el 16 de septiembre de 1984; otras agrupaciones fueron el Sindicato de Trabajadores del periódico **El Nacional**, y los de **TV-UNAM** y **Radio Educación**, así como el Frente Auténtico de Trabajadores de la Información.

⁷⁶ Los Periodistas, mayo 21 de 2003

Dado que instituciones como la UPD no cumplieron con las expectativas que de ella se esperaban, algunos de sus integrantes vieron la necesidad de crear una nueva organización con los mismos objetivos que aquella. Así, para agosto de 1995 fue fundada la Fraternidad de Reporteros de México, liderada por Raúl Correa y Juan Bautista, y que en sus inicios se integraba de unos 200 reporteros de los cuales, a decir de sus dirigentes, el 33 por ciento se encontraba en el desempleo.

No todos los grupos que se han formado tienen la misión exclusiva de procurar la defensa de los periodistas, también se han generado espacios donde se puedan expresar los periodistas independientemente de los medios para los que trabajan, y donde se analiza la situación por la que atravesamos quienes nos desenvolvemos en la profesión. Ejemplos de esto tenemos a la Fundación Manuel Buendía, El Centro Nacional de Comunicación Social (Cencos), Comunicadores por la Democracia y el Club de Periodistas.

Hay otras instancias como la de Reporteros Sin Fronteras que, como ya se estableció, su trabajo consiste en atender todo tipo de quejas y amenazas físicas o atentados personales en contra de estos profesionales. Los esfuerzos continúan, sin embargo, no se puede hablar de que se hayan experimentado cambios sustanciales en las condiciones y desempeño de esta extraordinaria labor.

Considero que los intentos por una mejora general van a persistir pero también va a ser muy difícil que haya una unificación de criterios y que todos caminen en una misma dirección porque aun prevalecen oscuros intereses que hacen avanzar con mucha dificultad la organización de los reporteros mexicanos, a pesar de que se ha dado una profesionalización y que ya no hay mucho espacio para la improvisación. Los autodidactas del periodismo hacen su trabajo y aunque no es comparable con la labor de una persona más preparada o especializada debieran hacer aportaciones en el desarrollo de la actividad y no denigrarla con su comportamiento o actitud. Pero debe reconocerse que hay profesionales cuya labor deja mucho que desear.

3.2 OPINIONES DE ENCARGADOS DE PRENSA ACERCA

DEL TRABAJO DE LOS REPORTEROS

La historia de las oficinas de prensa se remonta a 1876 cuando organizaciones políticas en varias partes del mundo enviaban desplegados a los periódicos. Desde aquella época los métodos y recursos de trabajo de las agencias publicitarias y oficinas de prensa se han depurado y paralelamente invadido casi todos los campos de la actividad, comercializándola en extremo, asegura Raúl Rivadeneyra en su libro **Periodismo, la Teoría General de los Sistemas y la Ciencia de la Comunicación**".

Agrega que las fuentes de información han desarrollado mecanismos propios para el procesamiento de materiales destinados a la prensa, adecuando el mensaje en su forma y contenidos a los intereses de la misma fuente. Dice que la tradicional técnica del aviso directo de un objeto publicitario ha cambiado e invade cada vez más el terreno de la noticia.

Señala que tanto las agencias de relaciones públicas como las áreas de prensa son fuentes de información. Las oficinas de prensa tienen por objeto procesar los datos de la fuente con criterio periodístico para distribuir los mensajes entre los medios; lo hacen en forma ordinaria por medio de boletines de prensa, declaraciones verbales o conferencias.

Rivadeneira expone que la labor del periodista se restringe ante el poderío económico y político de los monopolios de relaciones públicas y de las oficinas de prensa. Ante la amenaza de quedarse sin avisos, muchos diarios obedecen “dócilmente” las directivas de los consorcios comerciales y poderes públicos, argumenta el autor, y añade: “en su comportamiento como fuentes, agencias de publicidad y oficinas de prensa equivalen a mecanismos propagandísticos depurados, buscan por todos los medios, directos o indirectos, abiertos o encubiertos, establecer una relación comunicacional fuente-destino eliminando, en lo posible, la mediación imparcial del periodista”⁷⁷

Fernando Mejía Barquera, profesor de la ENEP Aragón. hace referencia a la creación del Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP) durante la Presidencia de Lázaro Cárdenas, y describe que era un organismo encargado de desarrollar y coordinar las actividades de difusión masiva del gobierno. Aclara que antes de la creación del DAPP las tareas de difusión masiva del gobierno corrían a cargo de la Dirección de Publicidad y Propaganda, dependiente de la Secretaría de Gobernación.

Asienta que para algunos estudiosos del tema esta área es aún hoy un paradigma de lo que debe ser la organización y uso de los medios de difusión propiedad del Estado; para otros es un ejemplo más de la inclinación que los gobiernos posrevolucionarios han tenido siempre a administrar los medios de difusión de una manera vertical y sin permitir el acceso a ellos de los sectores sociales. Añade Mejía Barquera: “Para posturas más radicales, el DAPP fue el instrumento utilizado por el régimen cardenista para imponer la censura e impedir la libertad de expresión”.

De acuerdo al autor, el Presidente Cárdenas pensaba que la difusión masiva de las tareas gubernamentales acusaban una grave falta de coordinación entre las diversas dependencias para transmitir su información. Esto, a su juicio, traía como riesgo que esas dependencias pudieran emitir información contradictoria al no estar la difusión masiva del gobierno regida por una política central.

⁷⁷ *Periodismo, la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*, 1999

Por ello vio la necesidad de crear un organismo vinculado directamente con el Presidente de la República que se encargara de centralizar la información proveniente de todas las Secretarías de Estado (8) y otros tantos departamentos autónomos (8), de procesarla conforme a la política del régimen y de difundirla siguiendo los mismos lineamientos. Ese organismo fue el citado Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad, creado en diciembre de 1936 aunque sólo operó tres años pues en 1939 desapareció para dar lugar a otra figura burocrática.

Pienso que este es el antecedente más formal de lo que en la actualidad conocemos como las oficinas de comunicación social, y así lo reafirma el catedrático cuando subraya: “el DAPP se convirtió en el laboratorio de comunicación social del gobierno cardenista”. Añade que otro de los objetivos inmediatos de Lázaro Cárdenas para crear la DAPP fue hacer frente a las campañas de propaganda en su contra promovidas por sectores opositores a su administración

Fernando Mejía habla, por tanto, que el gobierno requería contar con un dispositivo de difusión masiva que le permitiera, por un lado, explicar y justificar sus actos ante la población y, por otro, desarrollar una contrainformación permanente que le ayudara a combatir las críticas⁷⁸.

He aquí varias de las funciones que tenía previstas el DEPP citadas por el catedrático, algunas de ellas todavía vigentes:

1. Publicidad y propaganda oficiales;
2. Dirección y administración de las publicaciones periódicas dedicadas a realizar la propaganda especial o general de las dependencias del Ejecutivo;
3. Información oficial a la prensa nacional y extranjera a las agencias cablegráficas e informativas, a las autoridades civiles y militares y a los representantes de México en el extranjero;
4. Servicio de propaganda a los periódicos del país y del extranjero.
5. Proporcionar el servicio editorial de publicidad y propaganda (libros, folletos, álbumes y medios semejantes);
6. Realización de películas cinematográficas (informativas, educativas y de propaganda);
7. Otorgamiento de autorización para exhibir comercialmente películas cinematográficas en toda la República y exportación de las producidas en el país;
8. Dirección y administración de las estaciones de radiodifusión pertenecientes al Ejecutivo, entre otras.

⁷⁸ Mejía Barquera Fernando, *La industria de la Radio y la Televisión y la Política del Estado Mexicano*

De la década de los 70s hasta fines de los 90s las oficinas de comunicación social fueron catalogadas como el “filtro” entre los medios y las fuentes de información; en la actualidad, las salas de prensa siguen funcionando como un punto clave para el desarrollo de la actividad periodística porque de ellas emana parte del material que los reporteros utilizan para trabajar.

Rafael Rodríguez Castañeda en su libro **Prensa Vendida** nos dice: “Desde el funcionario del más bajo nivel hasta el Presidente, las instancias gubernamentales cortejan, corrompen y reprimen en búsqueda de una prensa sumisa”. A su juicio, estas relaciones “equivocas” quedaron concretadas el 7 de junio de 1952 cuando empresarios de medios hicieron un “reconocimiento público” al Presidente Miguel Alemán por su apoyo a la libertad de expresión⁷⁹.

En mi opinión actualmente dichas oficinas ya no juegan el papel de antaño --al menos en la capital del país, aunque hay algunas salvedades como es el caso de los sindicatos--; situación diferente se vive en el interior de la República porque en varias entidades federativas prevalece un clima no sólo de coacción o presión hacia la prensa, también las antiguas prácticas de concretar todo tipo de arreglos y componendas con los reporteros.

Durante el gobierno del ex Presidente Ernesto Zedillo fue creada la figura de la Coordinación de Comunicación Social del Gobierno Federal y fue designado un “vocero presidencial”, cargo que desempeñó en primera instancia Fernando Lerdo de Tejada para luego dejárselo a Marco Provencio Muñoz, quien tuvo la misma función en la Secretaría de Hacienda cuando la presidió José Angel Gurría Treviño.

La designación de un vocero en la SHCP venía desde que la encabezaba Guillermo Ortiz Martínez, y el encargado de dar la versión oficial de las diversas acciones en esta entidad era Alejandro Valenzuela. Incluso el “vocero” ofrecía conferencias de prensa mensuales para hablar de los acontecimientos económicos de mayor relevancia.

Una de las prioridades en el sexenio zedillista en el campo de la comunicación social era promover un mejor enlace con las oficinas de prensa de las dependencias federales y los gobiernos estatales, con objeto de unificar estrategias, objetivos y acciones.

Debido a los constantes llamados que muchos sectores hicieron --y siguen haciendo-- en cuanto a la autorregulación, durante su discurso con motivo del llamado Día de la Libertad de Prensa en 1996--que en ese momento se celebraba el 7 de junio--Ernesto Zedillo expresó: “toca a los propios medios de comunicación y no al poder público fijar reglas de ética y de responsabilidad profesional en la tarea diaria de informar”⁸⁰.

⁷⁹ *Proceso*, mayo de 1983

⁸⁰ *La Jornada*, 8 de junio de 1996

Este mensaje fue secundado por algunos legisladores del PRI en la Cámara de Diputados e incluso por la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), quien se pronunció a favor de crear normas de ética para todos los medios electrónicos. Sin embargo, diputados del PRD y PAN fueron más allá y demandaron al gobierno federal que se legislara en materia de comunicación, cosa que no sucedió.

Es obvio que los partidos políticos no tienen como una de sus prioridades u objetivos el mejor desempeño de los medios de comunicación, más bien enfocan sus baterías a tener ellos un acceso equitativo a los mismos, principalmente antes de procesos electorales.

OFICINAS DE PRENSA ¿CENTROS DE NEGOCIO?

A los espacios de oficinas de prensa asistían no solamente los reporteros, también eran asiduos visitantes columnistas, jefes de redacción, jefes de información e incluso editores, principalmente cuando había alguna información que le interesaba destacar a alguna dependencia, institución u organismo. Como se dice en el argot periodístico, iban para que se les diera “línea”.

No fueron pocas las ocasiones en que los reporteros tenían que mostrar sus notas a los jefes de prensa para ver que eran favorables a una institución determinada. Esto básicamente cuando los periodistas eran parte de la nómina mensual de la misma.

En otras situaciones, para que los responsables del área de prensa favorecieran, por decirlo de alguna forma, al reportero, tenía que mostrarles la nota publicada y de esta manera podía pasar a “cobrar” su estímulo por la colaboración que hacía; en el sector privado no se daba tan abiertamente —en efectivo— el apoyo, más bien se disfrazaba facturándole al reportero alguna nota de “X” espacio: un cuarto, media plana, plana completa, según la trascendencia.

Hay también salas de prensa que se improvisan en hoteles u otras instalaciones, esto principalmente en casos de giras de políticos aspirantes a algún puesto de elección popular, y algunas veces de gobernadores, presidentes municipales, etcétera, y ahí sus jefes de prensa también “atienden” a los periodistas para que “los traten bien”. Insisto, muchas de estas prácticas han disminuido por la constante profesionalización del sector, aunque no desaparecido del todo, y en otras ocasiones porque también a las áreas de prensa han llegado gentes con mayor conocimiento de lo que es la información, más profesionales y capacitados, y con ética que saben que no necesariamente hay que pagar para que se publique bien o se transmita la información.

Se estilaba que periodistas, como lo he señalado en diversos espacios de este trabajo, son comisionados no sólo para cubrir la información que se genere en sus fuentes, también se les pide —o se exige—, que lleven publicidad, y qué mejor que ir personalmente a las oficinas de prensa para “negociarla”.

Cuando es el aniversario de fundación del medio, principalmente prensa escrita y revistas, a todo el equipo de reporteros se les encarga conseguir “publicidad de aniversario”, y aun cuando no siempre se consigue, máxime en las condiciones económicas actuales del país, se otorga determinado material a publicarse, acompañado de una factura de la cual el reportero se lleva una comisión que varía según el medio, pero no pasa del 15 por ciento del total facturado.

“El gobierno federal debiera propiciar las condiciones institucionales, infraestructura y los mecanismos para que los medios tengan un verdadero acceso, un alcance real a la opinión pública”, nos dice Fernando Pérez Correa en un artículo que presentó en el marco del II Foro Internacional de la Comunicación, celebrado en México en 1987.

Aseveró que en la Presidencia de Miguel De la Madrid se asumió como una “obligación” de la administración aportar información cabal, oportuna y veraz (a través de las instancias de información y comunicación social del gobierno) en cuanto al acontecer diario y sobre sus propias acciones. Así pues, remataba Pérez Correa, corresponde al gobierno, aportar todos los días un significativo caudal de información para contribuir al periodismo informativo.

En el mismo evento el periodista Froylán Flores Canela ex director del semanario **Punto y Aparte**, afirmaba que la relación entre los medios de comunicación y el gobierno “no tiene por qué ser cordial ni debe ruborizar a nadie”, sólo que dicha relación debe darse en términos de respeto, y una relación de respeto no implica acto de complicidad, de abyección o colaboracionismo.

Afirma que un apoyo a los actos de gobierno por parte de la prensa es válido cuando los permea un sentido democrático, pues se estimula a los actos gubernamentales siempre que éstos sean populares y nacionalistas. Aclara, sin embargo, que la prensa está en su derecho y obligación de denunciar, de criticar y cuestionar los actos gubernamentales cuando éstos son antidemocráticos o lesionan la convivencia social; lo que hace el gobierno y no es progresista deberá rechazarse porque es una función vital de la prensa denunciarlo⁸¹.

Robert N. Pierce escribió en su libro **Libertad de Expresión en América Latina** un capítulo dedicado a nuestro país titulado “El Mito Imperecedero de México”, en el que, entre otras puntos, se cuestiona ¿Por qué México carece casi por completo de mass media que fiscalicen con sentido crítico la acción del gobierno? Y se responde: “Por desgracia, la respuesta no puede emerger de una mirada directa a las mordazas gubernamentales sobre la prensa, que no son pocas”.

Describe que observadores prestigiosos exponen dos conclusiones casi universalmente aceptadas: 1) los periodistas mexicanos en general se cuentan entre los más “colaboracionistas” del mundo con respecto al gobierno, y 2) El gobierno tiene gran variedad de recursos —la mayoría benignos— para “manipular” a los medios de comunicación.

⁸¹ II Foro Internacional de Comunicación, México, 1987

Agrega el autor que en todos los niveles se ha aceptado la autocensura, desde el reportero al director; así, la mayoría de reporteros y colaboradores o saben hasta dónde pueden llegar o no sienten la tentación de llegar muy lejos⁸².

Francisco Javier Torres, autor del libro **El Periodismo Mexicano, Ardua Lucha Por su Integridad**, describe que en México se aplican seis tipos de control a la prensa: a través de la corrupción; censura o represión; asesinatos; a través de la venta de papel; por medio de la publicidad y por la vía de la distribución⁸³.

Por años este tipo de controles se han aplicado desde las oficinas de prensa. Ahí se estila desmentir notas, hablar con los reporteros para reclamar o en su caso adular cierta información. También desde esos espacios se acordaba con los editores de medios mover reporteros “incómodos”, poner otros a modo y, por supuesto, los apoyos vía publicidad e incluso los famosos “chayos o embutes”.

Afortunadamente pasaron los tiempos en que desde esos lugares se podían cambiar las notas de primera o se cancelaban posibles comentarios en radio y en televisión contrarios a informaciones oficiales, situaciones que muchas veces padecieron periodistas como Miguel Angel Granados Chapa, Enrique Quintana, José Cárdenas, Francisco Huerta, Lorenzo Meyer e incluso el jefe de fotógrafos de **La Jornada** y director de la agencia de fotografía **Cuarto Oscuro**, Pedro Valtierra, entre muchos.

Con objeto de abundar más en esta parte del trabajo, sostuve diversas entrevistas con funcionarios y encargados de comunicación social del sector oficial y el privado, que si bien reconocieron el valor de las áreas de prensa, también señalaron que en algunos casos hay deficiencias en su manejo dado que quienes tienen bajo su responsabilidad la conducción de ellas, o carecen de la experiencia necesaria o de plano son incompetentes para esta función.

CÓMO OPERAN Y CÓMO DEBIERAN SER

LAS OFICINAS DE PRENSA

Francisco Garduño, coordinador de Prensa en el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), opinó que en general el trabajo desarrollado por las áreas de comunicación social sí cumplen con su cometido aunque ha habido casos como el de la Secretaría de Economía al inicio del sexenio de Vicente Fox luego que cambió de titular, ya que el primer Secretario fue Luis Ernesto Derbez quien delegó su área de comunicación social en la persona de Alan Nahum, hombre sin experiencia en este campo, pero quien se apoyó en el equipo de trabajo de tres o cuatro personas que llevaba ya varios años en la Secretaría, encabezada por

⁸² *Libertad de Expresión en América Latina*, 1982

⁸³ *Periodismo Mexicano, ardua lucha por su Integridad*

Armando Segura quien y quien había trabajado dentro del área de prensa en la ex Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), hoy Economía (SE).

Cuando Derbez se fue a la Secretaría de Relaciones Exteriores en sustitución de Jorge Castañeda, llegó como Secretario de Economía Fernando Canales Clariond –ex gobernador de Nuevo León--, quien trajo gente improvisada e inexperta que no sabía el manejo de la información, y menos tenía idea que este es un punto estratégico dentro de la dependencia por lo que incurrieron en numerosos errores que afectaron la imagen de la institución; pero lo peor fue que tuvieron fuertes enfrentamientos con los representantes de los medios por la falta o poca información que se daba, o el desconocimiento de los temas⁸⁴.

Como ese hubo otros casos a lo largo de esta administración pero sólo citaré algunos ejemplos: A la oficina de Comunicación Social de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, presidida por Francisco Gil Díaz, llegó Patricia Quezada, de quien se dijo era sobrina del Presidente de la República, pero también sin experiencia en el medio y menos como funcionaria pública. De acuerdo a comentarios que ella misma hizo, su conocimiento de este sector se limitaba a “algunas” colaboraciones que como economista hizo en medios de su natal Querétaro.

El resultado, una corta estancia en esta dependencia junto con casi todo su equipo de trabajo que provenía de la misma entidad. Antes de un año dejó su cargo. La relevó en el cargo Raúl Martínez-Ostos, quien si bien logró enderezar el barco para el Secretario Gil Díaz, dejó la oficina en menos de dos años ante un mejor ofrecimiento laboral en la iniciativa privada.

Al relevo de Martínez-Ostos llegó el economista y escritor Luis Pazos, quien tenía una larga experiencia con la prensa, pero solamente duró 15 días al frente de comunicación social de la SHCP, pues el Presidente lo nombró director de Banobras; su lugar fue ocupado por Isabel Suárez Mier, quien tenía experiencia en relaciones públicas pero no en el manejo de prensa, lo que dificultó su labor.

Parte del equipo de comunicación social en esta dependencia fue Aurelio Bueno, con cargo de director de Información. El, con su experiencia de reportero editor y columnista, básicamente en **El Heraldo de México**, estaba consciente de las carencias que había al interior y de las necesidades informativas de los periodistas. Por ejemplo, a pesar de la importancia que reviste esta entidad gubernamental no se contaba con una sala de prensa, los faxes en comunicación social, herramienta útil tanto para el reportero como para el personal de la unidad fallaban, el correo electrónico tenía constantes problemas, en fin, situaciones que hacen muy complicado poder desempeñar una labor al frente de esta dirección.

Yo como integrante de la misma Unidad de Comunicación Social en esta dependencia, a la cual ingresé en 1997, le consulté a Aurelio Bueno en diversas

⁸⁴ Entrevista realizada el 21 de abril de 2003

ocasiones cuál era su opinión sobre el desempeño de quienes cubrían esta fuente y coincidía en que salvo tres o cuatro casos, la mayoría no contaba con las bases mínimas para hacer un buen trabajo en el sector económico-financiero: “No se preparan, no se empeñan en mejorar su trabajo y menos se ocupan en investigar, aunque hay algunas excepciones”.

De las conversaciones concluyo que el problema no es exclusivo de los dueños de medios quienes no les exigen mucho, y por iniciativa propia un reportero debiera estar mejor preparado para el futuro. Desde la óptica del área de comunicación social de la SHCP, a pesar de las limitaciones y obstáculos a los que se enfrentan los reporteros de la fuente hacendaria, también debe reconocerse que ya no conservan las características de sus similares de antaño: luchones, incisivos y tenaces. Esto confirma que hacen falta incentivos o formas de impulsarlos para que desarrollen de mejor manera su tarea.

Los problemas de lo que se calificó como “incomunicación del gobierno del Presidente Vicente Fox” se dieron en otras dependencias como la Secretaría de Desarrollo Social, en la de Turismo, en la Secretaría de Energía, y como lo señaló en un capítulo anterior, en la propia Presidencia de la República.

Pero a pesar de los errores hubo intentos de corregir la situación en algunos casos con la incrustación en las oficinas de prensa de periodistas con amplia trayectoria en el medio, capacidad y conocimiento. Cito ejemplos específicos: A la Secretaría del Trabajo llegó Herminio Rebollo, columnista financiero y editor de Finanzas en **El Heraldo de México**; en la Secretaría de Desarrollo Social fue nombrado por un corto tiempo el periodista Rodolfo Guzmán, con una kilométrica carrera periodística en diversos medios, principalmente prensa escrita, radio, y televisión -en 1991 fungió como Jefe de Información en los noticieros de **Canal 11--**.

También el reportero de radio Victor Manuel Subverza Blanco, por muchos años integrante del noticiero **Monitor de Radio Red**, se desempeñó en el área de Información de la Presidencia de la República. En esta misma área del Ejecutivo trabajó el ex reportero Jorge Camargo; además está el caso de la experimentada reportera del área financiera Marcela Ojeda, quien ha laborado en diarios como **El Nacional, Reforma** y **El Sol de México**, entre otros.

Jorge Antonio García, también por mucho tiempo reportero de diversos diarios fue nombrado Subdirector de Proyectos y Eventos Especiales de la Secretaría de Gobernación. Otros reporteros, con quien compartí mi experiencia en **unomásuno**, Marco Antonio Aguirre, Joaquín Alvarez y Rubén Vázquez llegaron a apoyar el área de comunicación social en la Sedesol; el ex reportero de radio (**Estéreo 100, MVS, Notimex**), René Avila, ingresó a la Subdirección de Síntesis en la Secretaría de Relaciones Exteriores y luego pasó a la Secretaría de Energía.

En la Secretaría de Salud fungió como Subdirector de Prensa el ex reportero Alberto Petrearse, mientras que en la Secretaría de la Contraloría –quien después cambió su nombre a la Secretaría de la Función Pública—tenía entre su cuadro de

comunicación social a los ex reporteros Victor Hugo Rubio (**Notimex, Canal 11**) y Enriqueta Luna (**Notisistema**), entre otros. En la Secretaría de Energía se desempeñó por un tiempo quien trabajara por años en el **IMER**, Mercedes Carrillo.

Con esto quiero decir que la nueva administración tuvo que echar mano de personas del medio para poder sacar adelante esta tarea importante que es la comunicación social del gobierno. Si bien es difícil que los compañeros de los que he hablado hayan tomado decisiones importantes en cada una de las dependencias, su trabajo se veía reflejado en la mejor distribución del material de cada una de ellas entre la prensa, tanto nacional como extranjera.

Como decimos en el medio: saben hacer su chamba porque conocen las necesidades, limitantes y presiones a las que el gremio se ve sujeto; en resumen, los entendemos, y me pongo en este lugar porque mi estancia en la Secretaría de Hacienda me ha servido mucho la experiencia en la reporteadada que tuve a lo largo de poco más de 10 años para poder hacer mejor el trabajo del otro lado del escritorio.

El gerente de Comunicación Corporativa de **Telmex**, Renato Flores Cartas, señaló que las salas de prensa tuvieron su auge hace varios años pero que ahora son pocas las que operan y que solamente sirven para los intereses de la empresa o la oficina oficial de que se trate. Lo que es importante de las que quedan, señaló, es que se modernicen pues la tecnología es indispensable para facilitarles el trabajo tanto a ellos como a los reporteros.

Respecto a la elaboración de boletines y la manera en que son redactados, Flores Cartas puntualizó: “sólo contienen información que les conviene a la parte emisora, y así como hay quienes los hacen en forma clara y entendible para quien los va procesar, hay quienes los diseñan para que el reportero no se preocupe por comprenderlo y, por lo tanto, opte por transcribirlo textual”.

Añado yo a eso que en contadas ocasiones los reporteros nos damos a la tarea de investigar si lo que se dice en los comunicados que llegan a nuestras manos son verídicos o tienen información fehaciente. Tal vez sea la falta de tiempo o la excesiva carga de trabajo, aunque también hay quienes pese a tener forma de constatar lo que se les envía, por apatía o desconocimiento no lo hacen.

El funcionario de Telmex calificó como falta de interés personal del reportero su impreparación y argumenta: “una empresa periodística no te va a pagar más porque tengas muchos años con ella; en cambio, debe reconocer tu trabajo cuando te has preparado constantemente, mejoras día con día y lo reflejas en tu desempeño”. Esto, creo, es una buena idea pero no se da en la práctica, por lo regular⁸⁵

⁸⁵ Entrevista realizada el 3 de junio de 2003

Juan Moreno Paredes, Director de Prensa de la Confederación Nacional de Cámaras de Comercio (Concanaco), manifestó que el buen manejo de las oficinas de prensa depende de quiénes están al frente de ellas; coincidió con el entrevistado de Telmex en cuanto a que el cambio político en México motivó que a muchas dependencias gubernamentales llegara gente nueva que no sabía de la materia y del trato con los medios, por lo mismo desconocen las necesidades de los periodistas lo que redundó en el trabajo, tanto en el funcionamiento de las oficinas de comunicación social como la operatividad de los reporteros.

A su juicio la relación entre medios y oficinas de comunicación social no siempre es buena por lo que es necesario que haya personas que conozcan el medio, el sector y a los reporteros porque de esa manera es posible que haya química entre las dos partes, lo que no quiere decir, desde mi punto de vista, que esto conlleve a que se hagan notas a modo para la fuente generadora de la información.

Frecuentemente las jefaturas de información de todos los medios reciben boletines que emiten las oficinas de prensa o notas de reporteros trabajadas a través de ese medio y por su poca trascendencia son sujetas al llamado “artículo cesto”, que es simplemente tirarlo al bote de basura.

Juan Moreno me habló del caso especial de la Concanaco, cabeza central del sector comercial donde él, por su larga experiencia en diversos medios –como **El Sol de México**, diario en el cual coincidimos como reporteros algún tiempo--, tenía una buena relación con los compañeros que cubrían el sector privado (IP) y conocía tanto su comportamiento personal como las actitudes que tenían durante las ruedas de prensa que organizaba. Atendía sus necesidades de información u organizaba entrevistas exclusivas a quienes así lo solicitaban.

A pesar de las modificaciones en la relación prensa-gobierno, aún son muchos los editores o dueños de medios que prefieren que sus reporteros le lleven un espacio publicitario a una buena nota; no obstante, ahora ya hay una mayor conciencia de que una excelente información –máxime sí es exclusiva--, también puede ser comercializada, enfatizó el directivo de Concanaco, quien recordó una frase muy popular entre los editores o dueños de las empresas: “se te puede ir la nota pero no la publicidad”. Esto resume cuál es el objetivo central de los empresarios, indicó Moreno Paredes.

Manifestó que todos los problemas que vive el periodismo mexicano se reflejan en las formas de obtener información ya que en las más de las ocasiones los reporteros se van con la simple declaración, el boletín o la entrevista de banqueta –chacaleo--. No reportean, como se estilaba antes, no investigan por su actividad y las cuantiosas fuentes que tienen a su cargo.⁸⁶

René Avila Subdirector de Análisis de la Secretaría de Relaciones Exteriores estimó respecto al trabajo en las oficinas de prensa, básicamente en el lado oficial,

⁸⁶ Entrevista realizada el 3 de junio de 2003

que se sigue manejando la información como si fuera secreta o se tratara de dañar la imagen de las dependencias. Por eso toca a la prensa libre no quedarse con lo que en estas se dice porque un medio no tiene por qué ser eco o vocero de la administración pública, ni tampoco de los organismos privados.

Lamentó que muchos reporteros carezcan de ética lo que ocasiona que otros sectores menosprecien la actividad periodística y esto es más notorio por el egoísmo que hay entre los propios compañeros. De esta manera coincide con la opinión de Juan Moreno, quien aseveró que incomprensiblemente persiste el individualismo entre los reporteros que no llevan a ninguna parte en cuanto a organización y cooperación.

Para la responsable de la sala de prensa del gobierno del Distrito Federal, Susana Coeto, se ha perdido el sentido periodístico en los medios de información, y en mayor medida el trabajo de investigación por el exceso de trabajo lo que dificulta leer, escuchar o ver notas exclusivas, pues casi todos los medios se van con la llamada nota del día, algunas generadas en las oficinas de prensa o en las direcciones de comunicación social.

Ex reportera de medios como **Radio Mil**, **Canal 11** y el desaparecido periódico **Suma** Susana Coeto describe al periodismo como una actividad apasionante aunque los salarios sean “de vergüenza”, y no se toma en cuenta que aquí no hay horario, se disfruta poco la vida particular y se malpasa uno en la alimentación; tampoco hay un reconocimiento a la labor profesional y la mayoría de los empresarios ven esto como un simple oficio⁸⁷.

El subdirector de Prensa de la Secretaría de Economía, Héctor Samuel León, manifestó que actualmente el trabajo periodístico se ve favorecido por una combinación de tres hechos: la profesionalización de los reporteros; que en las dependencias de gobierno existe una mayor apertura y ha llegado mucha juventud con especialización, lo que disminuye las improvisaciones.

De igual manera, al interior de las oficinas gubernamentales también la sangre joven ayuda a que las relaciones entre los dos sectores sean, si no cordiales, de un mejor entendimiento, tanto de comprensión a la labor periodística como la del propio funcionario.

Para el entrevistado, antes las oficinas de prensa bloqueaban la información y ahora deben jugar el papel de enlace y permitir que la información fluya a la sociedad a través de los medios. Pese a la juventud que prevalece en las redacciones, Héctor Samuel consideró que sigue presente la llamada “vieja guardia” entre los reporteros que aunque no son de mucha edad tienen experiencia lo que les da cierta ventaja porque manejan mejor la fuente; el ímpetu de los de menor edad subsana en ciertas ocasiones esa diferencia, pero el “colmillo” siempre va a ser importante y a veces es determinante.

⁸⁷ Entrevista realizada el 14 de diciembre de 2002

En mi opinión ya no son tiempos de evitar a la prensa por parte del sector público, por el contrario, se debe enfrentar y acercar para que haya un equilibrio en la información pues de lo contrario habrá más golpes al o a los gobiernos y a las entidades gubernamentales.

Jaime Contreras Salcedo afirmó que las oficinas de prensa, tanto públicas como privadas, cumplen, teóricamente, con su función: difundir mensajes e información de sus titulares; empero, aclaró, cuando sus responsables se empeñan en cubrir cosas que no se están haciendo bien enfrentan en el corto plazo la realidad, esa que debe difundirse en cualquier medio informativo⁸⁸.

Mable Martínez Valle describió en su libro **Medios Gráficos y Técnicas Periodísticas** que las oficinas de prensa de instituciones privadas funcionan estructuralmente en forma similar a las oficiales y su diferencia varía según la institución o empresa de que se trate. En algunas actúan en forma independiente y en otras están fusionadas con áreas de relaciones públicas. Dependiendo de eso, añade la autora, puede cambiar la forma de presentar la información

Martínez Valle recomienda al reportero “tener mucho cuidado” en evaluar la información que recibe en las oficinas de prensa, asegurarse que está confirmada y que no se trate solamente de trascendidos. Además, debe revisar bien la elaboración del material para redactarlo de acuerdo con el estilo del medio, o corregirlo si es necesario, de tal forma que pueda ser publicado de inmediato⁸⁹.

En ese sentido yo creo que aunque los boletines o comunicados que se emiten en las oficinas de prensa son redactados de una sola forma, el reportero tiene que trabajarlo, o en su caso traducirlo, de acuerdo a la línea de su medio, porque no es lo mismo pasar una información económica para **El Financiero**, **Reforma**, que para **La Prensa**, **El Sol de México**, o para **La Jornada**. Mismo caso se da en radio y televisión pues cada noticiero tiene sus propias características ya que hay medios donde la prioridad es el análisis político, en otras los temas económicos son los que privan, algunos más se dedican a dar información general sin entrar en más detalles.

Hablé con el director de Prensa de la Asociación de Bancos de México (ABM), Eduardo Kuri, quien manifestó que adicional al material que las oficinas de prensa elaboran, también tiene que haber una responsabilidad de estas para, en la medida de lo posible, capacitar a los reporteros dentro del sector que les compete:

Por ejemplo, recordó, la ABM, Canacintra, Concamín o instituciones como Banco de México y en algún momento la Comisión Nacional Bancaria y de Valores daban cursos de actualización a los reporteros en materia económica y financiera, e incluso firmaban convenios con instituciones de educación superior como el

⁸⁸ Jaime Contreras presidió el Consejo de Administración de Excélsior en 2003 por espacio de medio año.

⁸⁹ Mabel Martínez Valle, *Medios gráficos y Técnicas Periodísticas*

Tecnológico de Monterrey para que ahí se impartieran diplomados en periodismo financiero.

Son contados los reporteros que comprenden los temas financieros y que debe buscarse la forma de preparar al periodista, aunque la tarea es competencia primordial de los propios medios, todo en aras de la objetividad informativa, porque es frecuente que habiendo información buena ésta se pierde por desconocimiento o desinterés de los editores, reconoció⁹⁰.

EL FOXISMO CAMBIÓ LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL GUBERNAMENTAL

Desde inicios de la administración del Presidente Vicente Fox la política pública de de comunicación social tuvo un giro completo. Ya cité el ejemplo que por experiencia propia viví en la cual sobresalió una drástica disminución en el presupuesto a estas áreas primordiales y un ajuste de la nómina con la consiguiente baja de personal tanto operativa como de confianza.

La misma Presidencia de la República, que en gobiernos anteriores era de las que más recursos manejaba en la materia, al iniciar este gobierno tuvo una reestructuración fuerte dentro de comunicación social. Así, más de 180 trabajadores de las áreas de síntesis matutina, análisis, fotocopiado, prensa extranjera y prensa de los estados fueron recortados a través del denominado “Programa de Retiro Voluntario”. Versiones oficiales señalaban que de una plantilla de 245 trabajadores se planeó reducirla a 110, con objeto de “hacer más eficiente la labor de comunicación social”. Paradójicamente, la síntesis informativa se encargaría a una empresa privada y esto también sucedió en otras dependencias como la Secretaría de Hacienda.

Si bien las afirmaciones oficiales hablan de un ahorro de 127 mil pesos mensuales por concepto de renta del edificio donde rehacía esta labor, personal del área denunció en agosto de 2002 que las concesiones a las empresas se dieron sin licitación y que las compañías cobraban más de lo que se ahorraba. Esta política se extendió a casi todas las oficinas de comunicación social de la administración federal.

Sin menoscabo de la relevancia que en estos tiempos tienen las salas de prensa y oficinas de comunicación social, quiero exponer, de acuerdo a las entrevistas realizadas, que se tiene que trabajar mucho para que jueguen un papel preponderante y no se dediquen exclusivamente a ser la voz oficial de un funcionario o un directivo y, por el contrario, reflejen el punto de vista institucional

⁹⁰ Entrevista realizada el 20 de enero de 2004

pero no exclusivamente el lado bonito, pues es imprescindible referirse a las cosas que faltan por hacer, sea en trabajos para la comunidad, en el ámbito de salud pública, combate a la pobreza, etcétera, cosa que casi nunca ocurre.

Aun más, tienen también la obligación de proporcionar información transparente de lo que al interior de la administración se hace y que se cuente con el material suficiente en torno a las mismas, pero lo que sería mejor es que toda la documentación pueda estar a disposición de los reporteros y de la sociedad en general porque ésta es una de las exigencias más sentidas de la propia gente, su derecho a estar bien informada y para ello utilizar uno de los principales conductos que existen: la prensa en sus diversos canales.

El director del semanario **Zeta** de Tijuana, Baja California, Jesús Blancornelas participó en agosto del año 2000 en la IV Cumbre de las Américas que efectuada en Puerto Vallarta, Jalisco donde señaló que el gobierno foxista debía resistirse a la tentación de sobornar para tener voceros encubiertos en la prensa, o apropiarse de periódicos manejándolos a través de amigos o colaboradores sustentándolos con mucha publicidad oficial.

Destacó que el Presidente mexicano no debía permitir que permanezcan los adeudos de las empresas de comunicación con el IMSS, pues la costumbre había sido hasta ese momento que la prensa pagase con anuncios las cuotas de sus trabajadores, no obstante que existen casos en que el adeudo es más grande que el valor de la misma empresa periodística.

3.3 MATERIAL QUE EL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

PROPORCIONAN A LOS REPORTEROS

Hay una enorme variedad de materiales que se generan en las oficinas de prensa públicas y privadas y que se proporcionan o envían a los reporteros o a sus redacciones. El más común de ellos es, desde luego, el boletín: pero también están los comunicados de prensa y documentos de análisis o estudios que cada institución elabora de acuerdo a su área o función; la mayoría de estas oficinas también se encargan de facilitar a los periodistas las versiones estenográficas de conferencias de prensa y las entrevistas banqueteras o personales.

El número de comunicados o boletines que se mandan a las redacciones es variado. Con base en un muestreo que realicé tomando de 2002 a 2004 en 6 dependencias, encontré que en promedio estas manejan 300 por año.

Desde luego que quienes más elaboran dicho material son las Secretarías de Estado del gobierno federal, las entidades paraestatales, los organismos descentralizados y, en menor medida, las dependencias de los gobiernos estatales. El poder legislativo --Cámaras de Diputados y Senadores-- también son

grandes generadores de información. Mismo caso es el del poder Judicial, aunque esto sería parte de otro estudio.

Dentro de la administración pública, la Presidencia de la República, la PGR y las Secretarías de Gobernación, de Salud y Agricultura son de las que más comunicados hacen.

SECTOR PÚBLICO CENTRALIZADO

DEPENDENCIA	AÑOS	NUMERO DE BOLETINES ⁹¹
SEGOB.	2002-2004	1,192
PGR	“	3,193
SSA	“	890
SHCP	“	417
STyPS	“	527
ECONOMIA	2004	140

En cuanto a las agrupaciones empresariales, sólo las de mayor importancia son quienes más trabajan boletines y comunicados: El Consejo Coordinador Empresarial, Concanaco, Concamín, Canacintra; la Asociación de Bancos de México, la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio (ANTAD) y la Asociación Mexicana de Bancos.

Todo organismo tiene, o debiera contar con un órgano de prensa que se encargue de tener contacto directo con los medios, trátase de centrales obreras, campesinas o las mismas empresas privadas, quienes dentro de sus oficinas de relaciones públicas aglutinan áreas de prensa

Mabel Martínez Valle define a las oficinas de prensa como “las dependencias de organismos estatales o instituciones privadas que se ocupan de transmitir la información emanada de ellos”⁹².

⁹¹ Con datos de las dependencias federales

⁹² Op. Cit.

Describe que para suministrar su información se utilizan distintas técnicas, condicionada por la naturaleza de las noticias que se suministren, entre las que destaca:

- Partes de prensa o gacetillas;
- Comunicados escritos;
- Declaraciones verbales;
- Boletines de prensa;
- Conferencia de prensa;
- Desplegados, y
- Entrevistas solicitadas.

Existen grupos de la IP más pequeños que procuran tener contacto continuo con los medios ya sea a través de ruedas de prensa periódicas, o hablando directamente con los reporteros que los cubren para darles a conocer alguna información para ellos importante, o exponer sus puntos de vista tocante a algún tema de actualidad; o como lo describí en páginas anteriores, la búsqueda es de los reporteros hacia ellos, esto básicamente cuando dentro de la orden de trabajo se pide llevar “reacciones” a determinada información.

Dentro de esta actividad como en muchas otras hay máximas: Para el caso de los boletines se dice que “el buen reportero no es aquél que lo espera sino el que va por él”. Esto como una “mofa” de aquellos reporteros que no trabajan, no investigan y tampoco hacen acto de presencia en los eventos y sólo se confían que les llegue la información a su redacción, a sus correos electrónicos o por fax. Desafortunadamente este fenómeno sucede con gran frecuencia todavía.

FILTRACIONES, FUENTE DE NOTA

El fenómeno de las “filtraciones” es otra de las maneras en que se maneja información que le interesa a determinado sector. No obstante, éste no es un tema exclusivo de la administración pública ya que también sucede, aunque en menor medida, en los círculos privados.

Jorge Fernández Menéndez considera que la práctica de inducir información daña al gobierno y los propios medios porque no se tiene claro de qué forma se publica y en qué contexto. Dice que es común que esa práctica propicie contradicciones y por eso, recomendó, todo aquél periodista que reciba una filtración debe primero confirmar y abundar en ella para poder publicarla.

Mabel Martínez coincide con la postura de Fernández y subraya la necesidad de que los reporteros, luego de revisar concienzudamente la información que proviene de una oficina de prensa lo trabaje con base en el estilo del medio, y corregirlo de ser necesario⁹³.

Ahora, no a todos los reporteros se le filtra información a no ser o que pertenezcan a un medio importante o él sea muy conocido en el medio. Por lo general son los columnistas, conductores de radio o televisión de renombre o los editorialistas quienes reciben primicias a través de esta modalidad y que son, en los más de los casos, herramientas útiles para destacar alguna noticia.

Las filtraciones cumplen varios objetivos básicos: dar a conocer algo relevante para la entidad que la emite y que se le dedique buen espacio en medios que tengan repercusión tanto en el ámbito local como al interior del país e internacionalmente, pero también desacreditar u obtener notoriedad política de una o un grupo de personas

A lo largo de la historia del periodismo muchas notas fuertes se dieron a través de esta modalidad. Cito algunos ejemplos recientes de este tipo de filtraciones: el caso de los llamados “videoescándalos” en los que René Bejarano, ex asesor de Andrés Manuel López Obrador, jefe de Gobierno capitalino fue captado recibiendo dinero del empresario Carlos Ahumada Kurtz y que ameritó el encarcelamiento temporal del también líder del PRD en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal.

Asimismo, la videograbación en que el ex secretario de Finanzas del mismo gobierno de la Ciudad, Gustavo Ponce, fue captado apostando en un casino de las Vegas lo que costó también ir a prisión.

Otro video noticia fue en el que se apreció al líder del Partido Verde Ecologista de México, Jorge Emilio González, concertando un acuerdo con un grupo empresarial para que su partido --el PVEM—apoyara la construcción de un complejo turístico en Cancún, y donde preguntó cuál sería la ganancia para él y su organización política, sólo que por el “fuero” que como senador tenía González Martínez de evitó que pisara la cárcel.

Son innumerables las ocasiones en que “misteriosamente” llegan documentos a las redacciones de los periódicos o en oficinas del Congreso donde se dan detalles sobre temas candentes. Por ejemplo, la fracción del PRD en la Cámara de Diputados en la LVII legislatura recibió documentación precisa sobre las auditorias

⁹³ op.cit. p.140

del Fobaproa en el que, a decir de los legisladores de esa fracción parlamentaria, se demostraba una gran cantidad de empresas fueron favorecidas indebidamente a través del llamado rescate bancario.

Una filtración de un video o una grabación como las que se dieron a conocer de la líder moral del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación, Elba Esther Gordillo en el año de 2004, u otras donde se presumía que diputados del PRD incitaban a sus diputados a la toma de la tribuna de Palacio Legislativo son producto, primero, de una práctica recurrente de espionaje telefónico y después, ya obtenidas las conversaciones, son enviadas a alguna empresa editorial, periódico, revista o a los medios electrónicos y se usan como una arma política que casi siempre es muy efectiva.

En el campo económico no son raras las noticias de primera plana o que encabezan la emisión de un noticiario y que tienen su origen en documentos o declaraciones que algún funcionario hizo, pero por lo general sin que su nombre o el área de donde salió salgan a la luz pública; por eso se les considera filtraciones.

Alicia Salgado, reportera de **El Financiero** es claro ejemplo de la forma cómo se filtra información, básicamente oficial, y que es clave para sacar notas de primera, muchas veces catalogada como “primicia”, ya que la buena relación que ella ha sabido mantener con funcionarios públicos o líderes empresariales le ha valido para que se le pase información de primera mano y que nadie o pocos tienen.

Otro de los reporteros que en su momento —y en buena medida por el prestigio de que gozaba **Excélsior**—tenía mucha “suerte” de que se le dieran documentos, declaraciones o tips, y por supuesto que pocas ocasiones compartía con los compañeros de la fuente financiera o comercial, era Jaime Contreras, lo que le valió el reconocimiento de los propios funcionarios porque el obtener informaciones completas no era de gratis, era producto del trabajo constante y diario, cosa que, sin caer en adulación, hacía bastante bien.

El me contó una anécdota que vale la pena citar: Pedro Aspe Armella, que fue Secretario de Hacienda con Miguel de la Madrid y Carlos Salinas de Gortari, nunca hacía declaraciones de banqueta, pero en cierta ocasión en una Convención Bancaria —evento que anualmente organizan los bancos en México, que no mexicanos—Jaime se acercó para tratar de entrevistarlo y él en un primer momento no le respondió.

Esto no desanimó al reportero quien lo siguió. Aspe al percatarse que no iba a dejarlo en paz, le sonrió y lo invitó a subir a su camioneta que lo trasladaría al aeropuerto para su regreso al Distrito Federal. Ahí las preguntas siguieron y el silencio del funcionario fue cambiado por leves movimiento de cabeza para afirmar o rechazar, o simplemente levantaba los hombros para decir quién sabe, y con eso Jaime publicó una nota de ocho con una entrevista de la cual no hubo transcripción, y la gente de prensa del titular de Hacienda le preguntó al reportero sobre la grabación que obviamente nunca existió.

Para algunos la actitud asumida por Aspe Armella en esa ocasión fue de haber favorecido a este diario con una “filtración”. Yo no lo veo así, por el contrario, lo tomo como una forma hábil del periodista por obtener la información, saberla interpretar y, por supuesto, darla a conocer a la opinión pública.

Otros periódicos que son constantemente favorecidos por esta forma de información son **Reforma**, **La Jornada**, **Milenio**, y **El Universal**. Por ejemplo, en el caso específico de **Milenio Diario** éste tiene una columna titulada “Trascendidos” la cual se elabora con base en informaciones que no son del dominio común pero que dan pauta para notas adicionales.

Esto difiere de la tarea que llevan a cabo los columnistas o comentaristas de radio y televisión porque a ellos se les proporciona material ex profeso para publicarse con detalle, en tanto que una filtración sólo se limita a dar el hecho central sin abundar y no se hace masivamente.

Ahora, es claro que esa forma de hacer periodismo aunque válida, no siempre se debe a que los reporteros son muy hábiles; más bien, los hábiles son aquellos que pasan los documentos porque saben que la reacción les va a favorecer. Pero también puede dividir al gremio porque se considera que sólo a los “consentidos” se les revelan informaciones importantes y al resto de la fuente sólo le queda dar seguimiento a la información o buscar reacciones a la misma. Pero en los hechos, esta forma de información no ayuda y contrariamente convierte en elitista la nota.

DIÁLOGOS EN “CORTO”

Es común que posterior a una rueda de prensa o cualquier encuentro, muchos reporteros hablan con personajes destacados por su encargo o puesto para aclarar ciertos puntos que se tocaron, pero algunas veces lo que ahí se dice “en corto” es utilizado para ampliar o hacer una nota por separado.

Queda a criterio del emisor si lo que diga puede adjudicársele o no, pero casi siempre se recomienda a los reporteros no citar la fuente y menos grabar, o de plano se les pide referirse a ella en forma ambigua. Como por lo regular ha concluido una reunión, la mayoría de reporteros que asistieron se retiraron por lo que lo que se diga fuera de eso solamente es captado por unos cuantos.

Como lo he referido, en esta profesión hay ciertas “mañas” y se vale de todo aunque en los medios oficiales no se vea con buenos ojos. Por ejemplo, en usual que a algún “X” funcionario o empresario se le cuestione por declaraciones que hizo otra persona y como de antemano se sabe que la mayoría de gentes públicas reaccionan y se sueltan a hablar del tema, los periodistas saben de antemano que ya tienen una nota asegurada aparte del evento.

Otro recurso del que se echa mano frecuentemente es el “tomar prestados” documentos de las oficinas de prensa. Allá por el año de 1993 en la sala de

prensa de la entonces Secretaría de Comercio (SECOFI), y cuando estaban en su apogeo las negociaciones de México con Estados Unidos y Canadá para el establecimiento del TLC, llegó un fax a la sala de prensa de un grupo empresarial que asesoraba al gobierno mexicano llamado Coordinadora de Organismos Empresariales de Comercio Exterior (Coece) documento que algunos reporteros de la fuente comercial fotocopiaron y trabajamos para después dejarlo en su lugar.

Las notas de varios diarios al día siguiente fueron destacadas por la información que se desprendió del texto, lo que propició que los responsables de prensa de la Secretaría encabezadas por Joaquín Gazca se molestaron, a tal grado que desde ese momento el fax de la sala de prensa fue retirado.

DE CIFRAS Y ESTADÍSTICAS

Instituciones como el INEGI, Banco de México, la propia Secretaría de Hacienda, PEMEX, la Secretaría de Economía, entre otras, publican documentos y estudios con muchos números sobre la situación de la economía; contienen cifras comparativas de estándares internacionales lo que los convierte en una herramienta de mucha utilidad.

Por lo que compete a la IP, también tienen centros de análisis estadísticos como el Centro de Estudios Económicos del Sector Privado (CEESP). También están los distintos estudios que elabora la Asociación de Bancos de México (ABM) que, como su nombre lo indica, comprende a todas las instituciones bancarias.

La Bolsa Mexicana de Valores (BMV) realiza estudios de todas las empresas que cotizan en el mercado de valores nacional; además, da a conocer los reportes que cada una de las emisoras envía a la institución. Otros organismos que proveen información en cuanto a números son la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), y las empresas calificadoras como Estándar & Poor's y JP Morgan.

Como lo he mencionado, pocos reporteros tienen una preparación o formación para poder interpretar cantidades, por eso la mayoría solamente revisa los puntos generales porque de antemano saben que en su redacción no se interesan en números y más números, lo importante es el hecho concreto y así se los piden; por ende así lo redactan. Claro que en el campo noticioso lo importante es hacer digerible lo que se informa, que la mayoría de quien ve o escucha alguna noticia lo entienda, más cuando se trata de temas económicos.

A excepción de diarios como **Reforma**, **El Financiero**, **El Universal** o **El Economista**, la mayoría no publica los llamados datos duros pues se remiten exclusivamente al hecho central y manejan cantidades cerradas que pocas veces son desagregadas.

Como he señalado reiteradamente, el uso del Internet es básico para las áreas de prensa ya que es a través de esta vía que se envía cualquier número de documentos a los reporteros, artículos especializados y estadísticas y gráficas.

AL RESCATE DE LA NOTA

Aunque ya son pocos los casos que se presentan, hay veces que fotógrafos o camarógrafos no llegan a alguna reunión y piden a o las áreas de prensa respectiva se les facilite imagen o copias de las fotografías que se tomaron. Ello, aunque no es una responsabilidad del área en cuestión, sí se hace como forma de apoyo a los periodistas.

Misma situación se presenta cuando algún reportero no estuvo presente en la conferencia de prensa, entrevista, o cualquier otro evento y por obvias razones necesita la grabación de lo que ahí se trató. Como una de las actividades que desarrolla una oficina de comunicación social es registrar todo lo que sucede, principalmente cuando es una reunión en instalaciones de la misma dependencia, se proporciona el material a quien lo pida.

Otras de las funciones que se realizan en las oficinas de prensa oficiales es la cobertura de eventos fuera de la Ciudad de México, y ocasionalmente en el extranjero. Dicha tarea normalmente se efectúa para tener en un archivo las actividades que los funcionarios realizan durante su gestión; claro que para ello debe tenerse la agenda de trabajo de ellos, máxime cuando asisten a eventos públicos.

Sin embargo, en ocasiones el reportero o no se entera o no llega al acto y pide le hagan llegar versiones, documentos, sonidos y en ocasiones video. Sobre todo si es que hay alguna declaración destacable, importante o trascendente.

Pero no siempre el personal de prensa de una dependencia espera que le soliciten material para enviarlo. Si se quiere poseer algún dato o toda una información de lo sucedido, principalmente cuando es positivo para el funcionario o para la institución, pues se hace el envío a toda la fuente, columnistas y comentaristas como forma de procurar “empujar” lo más posible la nota.

Esto es parte de lo que se hace en las áreas de prensa, amén de los análisis o estudios que son preparados, aunque no siempre en las propias oficinas de prensa sino que se recopila de lo que se trabaja en las diversas estructuras de la o las entidades públicas o privadas y que es usado por los periodistas como referencia para realizar una nota, un reportaje, alguna investigación especial, o como la base central de su trabajo.

Resumiendo: ahora las áreas de comunicación social tienen una función similar a las de antaño, pero con pleno conocimiento de causa puedo afirmar que han

dejado atrás, la mayoría de ellas, su característica de ser centro de captación de conciencias y compra de espacios para los medios informativos.

CONCLUSIONES

En este trabajo como se dice comúnmente no descubro el hilo negro. Simplemente he tratado de confirmar que la situación del gremio periodístico, en especial el de los reporteros, que es por el que tengo particular interés y del que puedo hablar o escribir por experiencia propia, es bastante complicado: insuficientes fuentes de trabajo, empleos mal remunerados, inseguridad, pésimas condiciones laborales, deterioro físico y de salud paulatino, poca o nula capacitación y actualización, desorganización del gremio y la prioridad del interés comercial sobre el interés periodístico por parte de los dueños de medios.

No se puede negar que hay avances en cuanto a la apertura y la libertad informativa en los últimos años pero aún no se destierran del todo viejas prácticas de amedrentar o censurar el trabajo reporterial, lo que equivale a decir que hemos avanzado pero nos falta camino por recorrer.

La Federación Latinoamericana de Periodistas dio a conocer que en los primeros cuatro meses de 2005 de ocho profesionales de la comunicación fueron abatidos en América Latina, dos casos sucedieron en México, además de estar un reportero desaparecido⁹⁴.

Desde la cúpula de la administración federal constantemente se usan foros para hablar de la libertad que tienen los reporteros para comunicar sus informaciones sin ningún tipo de censura. Por ejemplo, el Subsecretario de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación, Enrique Aranda, resaltó que nunca como en el sexenio del Presidente Fox los periodistas habían gozado de total autonomía para comunicar con absoluta libertad.

Según el funcionario, se han erradicado las presiones económicas y políticas para inducir la información en un sentido determinado, y la publicidad gubernamental promueve la pluralidad política por lo que, aseguró, en la actualidad las limitantes del ejercicio periodístico son la verdad, la legalidad, el respeto a la vida privada y a la legitimidad⁹⁵.

⁹⁴ Hernán Uribe, presidente del Comisión Investigadora de Atentados a Periodistas (Ciap), ante la reunión anual del Comité Ejecutivo de la Federación Latinoamericana de Periodistas (Felap), realizada en Morón, Gran Buenos Aires, agosto de 2005

⁹⁵ *notimex.com.mx* 8/XI/2005

Pero Aranda reconoce, porque él también es periodista y conoce del tema, que aún hay sectores, principalmente estatales y municipales, que se niegan a aceptar las condiciones que impone la “democracia informativa”, de ahí, justificó, los ataques que han sufrido los comunicadores.

Las aseveraciones del Subsecretario de Gobernación quedan en entredicho también cuando sale a la luz pública información como el hecho de que el propio titular de la dependencia, Santiago Creel Miranda, favoreció a **Televisa** con contratos para operar casinos en vísperas de un proceso electoral, lo cual, en parte, le mereció su derrota como aspirante presidencial por el PAN para los comicios federales de 2006.

También está el caso de **Televisión Azteca** que se opuso férreamente a la aprobación de la nueva Ley del Mercado de Valores que el Ejecutivo Federal envió para su discusión al Congreso y, a decir de diversos analistas políticos, para esto contó con el apoyo de algunos legisladores quienes vieron amenazados los espacios publicitarios que tendrían sus partidos si aprobaban una ley contraria a los intereses de la televisora de Ricardo Salinas Pliego; es decir, tendrían menor oportunidad de contratar spots publicitarios de su o sus candidatos a puestos de elección popular.

De la misma forma se ha manejado en algunos medios los privilegios de que fueron objeto los hijos de la esposa del Presidente Vicente Fox, Marta Sahagún, los hermanos Bribiesca, producto de su primer matrimonio, y cómo se les favoreció al otorgarles contratos públicos a empresas de las son socios; pero no todos las notas han sido objetivas ¿por qué? Debe haber razones de peso para no hacerlo de otra manera.

Julio Scherer disertó sobre la libertad de prensa en el gobierno Foxista durante un homenaje que se le rindió en la Universidad de Guadalajara en noviembre de 2005, donde apuntó que persiste un “torpe empeño” gubernamental por limitar la fuerza expansiva de la palabra impresa.

Uno de los principales fundadores de **Proceso** manifestó que el semanario ha sido calificado en muchas épocas como un medio “estridente”, cosa que avaló porque, dijo, “el país no está para la crítica prudente a la que muchos se acomodan”⁹⁶.

Los cuestionamientos provenientes de un medio plural, que sí los hay en el país, causan no sólo molestia e incomodidad entre políticos o autoridades de cualquier índole, e incluso dentro de la misma iniciativa privada. También, y más peligrosamente, entre la delincuencia organizada, básicamente los cabecillas del narcotráfico que responden a los “periodicazos” con extrema violencia –amenazas, atentados, secuestros o de plano ejecuciones--; los casos más claros los tenemos

⁹⁶ La Jornada, 29/XI/05, p.5a

en periódicos o estaciones de radio de los estados del norte de México, en especial Tamaulipas, Chihuahua, Sonora y Nuevo León, aunque también han acaecido casos en el estado de Guerrero.

El Distrito Federal, que es el campo de mi análisis, también ha sido escenario de infinidad de ataques violentos por parte de diversos grupos ante los cuales los informadores se encuentran indefensos y hasta cierto punto desamparados pues, salvo excepciones como el caso de conductores de radio y televisión como Joaquín López Dóriga, José Gutiérrez Vivó, Javier Alatorre, Adela Micha, Pedro Ferrís de Con, Jacobo y su hijo Abraham Zabludovsky, cuentan con protección personal, estoy seguro que más del 90 por ciento de los reporteros están a merced de algún ataque o atentado y por los regular andan solos, y a no ser porque se ven involucrados en algún incidente debido a su trabajo que implique que se les procure seguridad, o ellos mismos lo soliciten, están indefensos.

También hay casos contados de periodistas como Jesús Blancornelas, diarista de Baja California y colaborador del diario capitalino **La Crónica**, que por haber sido objeto de algún atentado y muchas amenazas cuentan con protección que la autoridad les brinda. Pero en general, insisto, la mayoría sigue trabajando como cualquier ciudadano.

Yuri Serbolov considera que actualmente hay un mejor periodismo, más crítico, más cerca de la población y más alejado del gobierno, pero considera que el futuro de la profesión dependerá de la evolución del país porque “el periodismo mexicano irá de la mano de la realidad nacional”.

Convencido de que es posible trazar un nuevo camino para la prensa pese a las carencias, el crítico propone crear un Colegio Mexicano de Periodistas que imponga criterios de calidad, ética, de moralidad, integridad y profesionalismo que, a su vez, haga las funciones de auditoría para disminuir o hacer más difícil la corrupción, los sobornos, los chantajes e, incluso, las intimidaciones contra los periodistas⁹⁷.

Comparto la opinión del analista al señalar que parte de ese arduo trabajo corresponderá al Estado, otra parte a los dueños de los medios quienes deben dejar de ver estas empresas como botín y asignarle un carácter más social y de interés público; una tercera parte le tocará desempeñar a los propios periodistas.

Como también lo he comentado, la labor que se desarrolla en las salas de prensa deja mucho que desear. Hay mayor apertura informativa, es cierto, pero aún encontramos trabas y otra serie de dificultades como la falta de modernización, desde el punto de vista periodístico, en las oficinas de prensa, tanto en dependencias oficiales como privadas.

⁹⁷ <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/anteriores/rmc45/realidad.html>

Otro de los aspectos que ha sido muy criticado no sólo por los reporteros nacionales pues también lo ha sido por los corresponsales extranjeros y nacionales, es que muchas dependencias, básicamente las federales, no tienen una persona que sea la responsable de las declaraciones oficiales ante los medios; en su mayoría, los titulares de las Unidades de Comunicación Social se desempeñan sólo como supervisores de la elaboración de boletines o comunicados de prensa.

Exceptuando al Vocero presidencial, la Secretaría de Gobernación, y de Hacienda, en las demás dependencias de la administración pública federal no se tiene una persona con las características de vocero.

Es frecuente que aquellos periodistas que requieren ampliar una información, resolver una duda, confirmar datos o se acercan a una oficina de prensa para cualquier solicitud reciben como respuestas, invariablemente: “sólo manejamos el boletín o llámame mañana”; situación insostenible para la tarea diaria del reportero que casi siempre es requerido de una nota completa con la versión oficial por el titular u otra persona a la que se le puedan adjudicar declaraciones o posición oficial.

En su mayoría, los reporteros se indignan cuando se les remite a consultar un comunicado o un boletín. Creo que se menosprecia al profesional en cuanto a su habilidad para poder clarificar y posteriormente exponer su información al público y sólo se le da un escueto documento donde no puede ampliar más. Entonces, a las limitantes que he asentado hay que agregar que los mismos emisores de información obstruyen la labor con esos argumentos.

En cuanto a la propuesta de llamar otro día para ver si “hay algo”, obviamente que esto supone una evasión de la responsabilidad de un área de prensa y desestimar la importancia que para el medio tiene contar con datos de primera mano; hay quienes consideran que esta maniobra muestra pleno desconocimiento del funcionamiento de un área de comunicación social, pero considero que no es tal, pues todo se hace con plena conciencia de lo que significa darle al reportero lo que pide y por ello se trata de ocultarle o darle largas para que no tenga los elementos completos que pueda usar, básicamente cuando la nota puede ser negativa para la entidad.

Otra punto es si lo que se va a publicar es positivo. Entonces sí los mismos responsables de prensa buscan al periodista para proporcionarle información, se la envían vía fax o por correo e incluso le contactan entrevistas con funcionarios para que tenga todo los elementos necesarios para poder sacar “una buena nota”.

Ciertamente hay a quienes se les encarga algún trabajo particular y al no conseguir el material en las áreas adecuadas se remiten a estudios, opiniones o puntos de vista no oficiales y se corre el riesgo de hacer afirmaciones fuera de contexto. Aunque no se puede culpar del todo al reportero, siempre es él o ella quien carga con la responsabilidad con la consecuente sanción (una

amonestación, suspensión, disculpa pública e incluso la salida del medio), dependiendo de la gravedad al manejar información equivocada, o las repercusiones que haya causado la nota.

Es por ello que se necesita una mejora total al interior de las oficinas de comunicación social, que haya gente de verdad preparada, que conozca los medios; acabar con el amiguismo que, dígase lo que se diga, prevalece, y que permite que en lugares clave se coloque a personas no aptas para entablar una buena relación con los periodistas.

La necesidad de contar con instalaciones de prensa adecuadas, que haya las herramientas básicas que requiere un reportero como son computadoras con Internet, faxes, líneas telefónicas suficientes, espacios físicos para trabajar sin que ello implique alguna dependencia o compromiso de una de las partes. El hecho de que una entidad pública proporcione lo necesario para el trabajo periodístico no tiene por qué influir en el contenido de la o las informaciones. Sí, en cambio, debe privar una buena relación y respeto al trabajo de cada quien.

De igual manera, los reporteros tenemos la obligación de exigir que se nos dé un trato de profesionales de la información y no únicamente se nos catalogue o señale como simples “boletineros”. Claro está que mucho de esto se va a conseguir a través del trabajo diario, la preparación que se tenga e incluso la organización de quienes nos desempeñamos en este espléndido, pero a veces ingrato, trabajo.

En algunos casos se nos pide enviar por escrito la consulta o solicitud de información, lo que hace que este proceso se hunda en la burocracia administrativa. Esto a todas luces debe cambiar, máxime si los trabajadores de la pluma se amparan en la Ley de Transparencia de la Información; de hecho, ya muchos de los compañeros se han apegado y solicitan a través de esta entidad --- que tiene por misión hacer que la administración pública transparente su información o amplíe y explique cifras, datos, estadísticas, etcétera—el material que requiere.

Pero considero que la claridad en lo que se da a conocer por parte de dependencias públicas no debe hacerse a través de vías coercitivas; por el contrario, tiene que ser parte del avance de la sociedad mexicana, y las estructuras de gobierno tienen que obedecer a principios básicos de claridad, eficiencia y transparencia. Con ello, el trabajo periodístico será más objetivo y habrá menores posibilidades de que un reportero “vuele” la nota, situación que sucede con alguna frecuencia.

Existe la idea en el medio que en la mayoría de situaciones las oficinas de prensa y los métodos utilizados en ellas no tienen otro objetivo que poner “filtros a la información” o para anularla. Es por eso indispensable que los titulares de las mismas reviertan tal concepto y con un trato también profesional mantengan una

relación de respeto, de trabajo y colaboración con los representantes de los medios.

LA UNIDAD PERIODÍSTICA

Veo con interés y simpatía la idea de Yuri Serbolov de crear un colegio de periodistas, aunque vale la pena destacar los esfuerzos que se han hecho en los últimos años para tratar de encontrar el mecanismo apropiado para lograr este objetivo, como los casos de la Fraternidad de Reporteros, la Unión de Periodistas Democráticos, que si bien no alcanzaron a concretarse, quedan como un antecedente del interés que hay por parte de muchos colegas por unir al gremio, que no unificarlo porque, como en todo, hacer que haya una uniformidad de criterios es más que imposible, pero sí se puede trabajar porque haya mayor coordinación y unidad.

Además, prevalecen diferencias entre los representantes de todos los medios y esto se hace evidente en las actividades cotidianas, por un lado trabajan los reporteros de periódicos, por otro los de radio y televisión y en otro extremo podemos colocar a los de revistas. Los representantes de las agencias informativas no tienen problema y se pueden coordinar con compañeros de cualquier sector.

Aquí encaja perfectamente lo escrito por Gabriel García Márquez en su novela **Memoria de mis putas tristes** cuando el protagonista de la novela, un viejo periodista es agasajado por motivo de sus 90 años de vida y aún en activo, por compañeros de su periódico como de otros medios: “No era extraño que estuvieran juntos, pues dentro del espíritu de la ciudad fue siempre de buen recibo que se mantuvieran intactas las amistades de la tropa mientras los mariscales libaban la guerra editorial”⁹⁸

Eso quiere decir que mientras los editores, jefes de información, de redacción, etcétera, de todas las compañías periodísticas mantienen una seria pugna por ver quién tiene la mejor nota de primera, cada uno en su respectiva empresa, los reporteros conservan una estrecha relación porque, como se dice ahí, “somos tropa”.

La competencia es buena pero habrá que ver hasta qué punto ésta es sana con la desigualdad de remuneraciones, cuando algunos sí son capacitados por la propia organización o se les consigue una beca fuera, se les paga, o al menos les cubren una buena parte del costo diplomados o especializaciones, o cuando se les manda a estudiar un idioma, inglés, principalmente, o cuando vemos que en los medios llamados grandes se incentiva a los trabajadores con bonos de productividad y

⁹⁸ Gabriel García Márquez, *Memorias de mis putas tristes*, p. 44

existen expectativas de ocupar otros puestos. En la mayoría todavía, básicamente periódicos y revistas, se les sigue ofreciendo comisiones sólo si llevan publicidad.

Si bien como mencioné las viejas prácticas del “chayo o el embute” han disminuido notablemente, aún persiste en ciertos segmentos, principalmente durante campañas políticas y por parte de algunos sindicatos. Aunque reprobable, esta añeja costumbre es comprensible, en parte, por los bajos salarios que se pagan en los medios y porque hay una inseguridad laboral permanente.

Urge una revisión al llamado salario profesional para periodistas y actualizarlo para, por ley, se paguen sueldos acorde al trabajo de los reporteros, además de que quede oficializada una revisión anual de los mismos porque hay que recordar que solamente así fue como la mayoría de los empresarios periodísticos mejoraron los sueldos de sus trabajadores, pero como no hubo un decreto que especificara que habría revisiones periódicas, tiraron en saco roto el ordenamiento y pagan lo que quieren, claro, con algunas excepciones. Así, hay reporteros que no han visto aumentado su sueldo en años.

Ha habido intentos por conseguir mejoras en la vida del periodista mexicano, como tramitar créditos para vivienda, préstamos personales e incluso seguros de vida por los mismos riesgos que implica la actividad, pero pocos han fructificado, y uno como reportero o consigue un crédito vía el Infonavit –cuando la empresa ha pagado las cuotas y se alcanza el puntaje necesario sin que esto sea garantía de que se obtendrá--, o se tramita a través de créditos bancarios con tasas de crédito comerciales demasiado elevadas.

En el caso de los seguros de vida, contadas son las compañías que brindan esta prestación a sus empleados, así que si un reportero desea tener un fondo económico para asegurar a su familia en caso de un fallecimiento prematuro tiene que pagarlo de su bolsa, y los ingresos no dan para tanto.

Esto incide en que los periodistas mexicanos no hayan podido construir un organismo que defienda sus derechos pero que también dé a conocer sus obligaciones, lo que facilita la labor empresarial para deshacerse de la gente con facilidad, incluso sin pagar las indemnizaciones de ley –véase el caso **unomásuno** o el de **Novedades**, la agencia **Lemus** o la de **Informex**, los cambios que se dieron en **El Heraldo de México** a raíz del cambio de propietario y de nombre, de la familia Alarcón al **Grupo Infored**--, sin que se pueda hacer gran cosa porque la necesidad obliga a buscar empleo nuevamente y contratarse bajo las circunstancias que marcan las empresas.

Subsisten sindicatos importantes como el de **La Jornada** o el de **Notimex** que velan no sólo por los intereses de sus afiliados, pues también se solidarizan con movimientos sindicales como el de los trabajadores de **CNI Canal 40** en su largo movimiento, o el de los ex trabajadores de **unomásuno**, que atraviesan por una situación más que difícil; sin embargo, hay organizaciones como el Sindicato de Trabajadores de la Organización Editorial Mexicana (**Sol de México, Esto, Sol de**

Mediodía, ABC Radio y los más de 30 soles en toda la República Mexicana) que solamente sirven de parapeto en cuanto a la defensa de los derechos laborales y siempre van de la mano con el interés de su presidente y director general: Mario Vázquez Raña, de no muy buenos antecedentes en el negocio de la prensa y menos en el ramo deportivo como presidente, por muchos años, del Comité Olímpico Mexicano (COM).

MEJORA ACADÉMICA, ELEMENTO ESENCIAL

Infinidad de estudiosos coinciden en que las escuelas de periodismo o de comunicación en México, y en todo el Continente Americano, nacieron impartiendo en una sola licenciatura la enseñanza de este amplio campo de conocimiento que supone esta profesión en sus diferentes manifestaciones: política, educativa, organizacional, propagandística, publicitaria, etcétera.

Con el tiempo han emergido las especializaciones, pero debieron pasar varios lustros para que esto sucediera, aunque sólo en algunos casos. Desde sus inicios, la ubicación de los nuevos estudios no fue fácil: facultades de ciencias políticas, de derecho, arte, ciencias sociales, humanidades o filosofía, fueron algunos de los espacios en donde fue acomodado el periodismo.

Hoy existen carreras con metas y especializaciones distintas que producen egresados con características diversas. Para quienes seguimos esta profesión también hay ya un buen número de maestros dedicados y especializados en las materias afines; antes impartían clases de la materia psicólogos, sociólogos, juristas, economistas, que aunque estoy seguro que no ha sido tiempo perdido tomar clases de materias como las citadas en lo que se denomina “tronco común”, sí era indispensable para el término del plan de estudios --al menos en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM--, tener profesores de primera línea involucrados directamente en los medios.

Puedo mencionar los casos de maestros como Fernando Benítez, Hernán Uribe, Juan María Alponente, Delia Covi, Carola García Calderón, Edmundo González Llaca, como algunos de los profesores de los que en mi trayectoria escolar recibí cátedra, y muchos más de no menor importancia que influyeron en mi formación profesional.

Las carreras de comunicación se multiplican. Este es un campo que se ha ido construyendo sin pausa y con éxito, considera la profesora Delia Covi. Sin embargo, reconoce que en materia de enseñanza de la carrera queda aún mucho por hacer. “Exigir una mayor profesionalización de los docentes, recuperar la experiencia que algunos profesionales adquieren en los medios para canalizarla a la enseñanza, responder al dinamismo del campo que igual exige actualización

para el manejo de nuevos medios y lenguajes y, sobre todo, formar comunicólogos críticos, capaces de reflexionar, cuestionar y proponer cuando se trata de elaborar contenidos”⁹⁹.

Identifica como puntos de presión en la enseñanza del periodismo y comunicación las lecturas que sobre estas disciplinas se hacen desde otros campos del conocimiento, y reconoce la importancia que para el desarrollo de la carrera han tenido materias como sociología, psicología, física, antropología y lingüística, entre otras. Es importante reconocer que algunas de estas áreas han incurrido en un cierto determinismo acerca de lo que es la comunicación, además que no han acertado a comprender que el proceso de comunicación va más allá del análisis de uno solo de sus componentes, establece la maestra Crovi.

Hay otro aspecto que ha sido dejado de lado en las escuelas de periodismo y que a final de cuentas incide negativamente en el desarrollo de los estudiantes y por supuesto afecta cuando ya se entra al mercado de trabajo: la poca o nula investigación.

Delia Crovi manifiesta que investigar en comunicación ha estado también sujeta a otras presiones y restricciones constantes que influyen en el desarrollo de los estudios; presiones tales como los bajos presupuestos para desarrollarla, y que lo que se hace está referido a trabajos administrativos aplicados y realizados por encargo para determinar aspectos específicos en una situación también particular. La comunicación política constituye un ejemplo de esto, resalta la maestra de la UNAM.

Pienso que esa situación también se refleja en el campo de trabajo toda vez que la mayoría de reporteros, como sostengo, hacen más investigación indirecta que de primera mano a consecuencia, básicamente, de la falta de tiempo y por qué no, de presupuestos inadecuados. Por esto se suele recurrir frecuentemente a las citas, ensayos o discursos sobre discursos, lo que a final de cuentas representa un riesgo de empobrecimiento para la comunicación en todos sus términos.

REFORZAR CREDIBILIDAD Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Como lo referí en otro capítulo, la prensa nacional, en especial la de la capital del país --y al decir prensa me refiero en términos generales: prensa escrita, radio, televisión, revistas, etcétera--, pasa de hace ya varios años por una situación difícil que se ha reflejado en cierre de empresas, despidos, y demás aspectos inherentes a todo ello.

⁹⁹ Delia Crovi.- “El siglo de la Comunicación”

Las carencias económicas y el escaso hábito que tenemos los mexicanos de leer periódicos se suman a una baja credibilidad y desconfianza que algunos sectores de la sociedad mexicana tienen en torno a los medios de información. Esto obliga a que los periodistas tengamos que hacer esfuerzos mayores por ser más claros y precisos en el trabajo que presentamos a la ciudadanía porque así como un artista se debe a “su” público, el reportero se debe a toda la sociedad.

Es recurrente escuchar comentarios como “qué caso tiene leer un periódico si dicen puras mentiras”; mismo caso sucede con las estaciones radiofónicas que tienen espacios informativos ya que las personas cambian de frecuencia porque no les interesa escuchar “chismes”. En parte la culpa, como lo manifiesto, es de los mismos medios y de los reporteros que continuamente caemos en las notas frías, sin ahondar e investigar, y sólo nos remitimos a ofrecer un panorama general y escribir lo mismo que todos traen, o notas sin trascendencia para la mayoría, que no les afecta en nada, y por lo tanto no tiene algún interés para la mayoría.

José Carreño Carlón realizó un breve ensayo para analizar la relación entre la prensa y el poder donde expuso que “la caída en tirajes y rangos de cobertura se explica en función de la aplicación de un modelo de existencia y sostenimiento de medios en el que tirajes y cobertura eran menos importantes que las autorizaciones, concesiones, apoyos materiales y estímulos de todo orden provenientes del poder público. Estas han sido las condiciones históricas del desarrollo de los medios y no los incentivos del mercado de lectores, audiencias y anunciantes”.

Añadió que este conjunto de características del modelo mexicano ha generado diversas actitudes de lectura y creado nuevos tipos de lectores de la información en México. Por un lado, un alejamiento de los espacios informativos de la mayoría de la población; lectores y audiencias le han dado la espalda a editores y otros comunicadores de noticias, y, por otra parte, las audiencias de radio y televisión suelen bajar a la hora de los noticiarios y caer todavía más durante la información política ante la percepción extendida de que éste es el campo más propicio y socorrido de las políticas oficiales¹⁰⁰.

Las actitudes escépticas de los lectores, radioescuchas o televidentes a que se refiere Carreño Carlón se manifiestan a través de dos rasgos aparentemente contradictorios. Por una parte, de incredulidad ante versiones uniformes de los medios sobre un hecho, con cabezas y narraciones a veces idénticas porque el receptor las percibe como productos creados ex profeso para un fin determinado y acordado de alguna o algunas cúpulas de poder.

Por otra parte, se da un descrédito ante la diversidad de versiones e interpretaciones u opiniones sobre un mismo hecho porque el lector las percibe,

¹⁰⁰ José Carreño Carlón, “Un modelo histórico de la relación entre prensa y poder en México en el Siglo XX”
Revista Mexicana de Comunicación, marzo-abril 2000

generalmente con razón, como producto de esos intereses muy particulares que están inmersas en una fuerte lucha de diversos grupos para tratar de imponer sus versiones e interpretaciones de los hechos.

Salvo que haya alguna información espectacular que pasa en los noticieros estelares tanto de **Televisa** o **TV Azteca** y que atrae la atención del público y propicia que se compre un periódico al otro día, realmente es poca la gente que se informa de todo lo que sucede a su alrededor o en el país.

Ante esto, opino que todos, empresarios, periodistas, autoridades, analistas y estudiosos del periodismo debemos estructurar estrategias de comunicación acordes a la demanda ciudadana con el principio básico de informar y procurar una retroalimentación con las personas y no seguir con los mismos mecanismos donde se considera que quienes nos ven, escuchan o leen simplemente son receptores; definitivamente no podemos ser dueños de la verdad porque hasta ahora esto ha propiciado desconfianza y falta de credibilidad.

El periodista independiente Marco Lara Clark –realiza colaboraciones para medios como **El Universal**—señala que la percepción sobre el trabajo de los reporteros entre estudiantes, jóvenes, académicos y la sociedad es que esta actividad es algo impenetrable, algo que no se entiende, que no se sabe cómo opera. Por lo tanto, hay que procurar que la sociedad maneje los instrumentos mínimos para entender cuáles son los contenidos a que está expuesto.

Mencionó que los medios son una responsabilidad de la colectividad y reconoció que históricamente los editores, dueños de medios y aún los propios periodistas hemos detentado la comunicación por lo que, aseguró, es fundamental que el ciudadano interiorice su derecho a la información, y una manera de exigir ese derecho es tener una actitud crítica, responsable y sustentable en el consumo de contenidos mediáticos. “Si nosotros –se refiere a la sociedad--no tenemos una ciudadanía actuante los medios de comunicación nunca van a cambiar”, advirtió.

En otro punto, retomo lo sugerido por el director de prensa y relaciones públicas de la Asociación de Bancos de México, Eduardo Kuri, quien propone que las instancias generadoras de información actualicen, capaciten y preparen a los reporteros a través de seminarios, cursos y pláticas, como forma de que los representantes de la prensa nacional puedan comprender de mejor manera los materiales a su disposición y, a su vez, transmitirla a la gente; con esto, estoy seguro, disminuiría sensiblemente la mala costumbre de únicamente “darle la vuelta” a la información y enviarla sin comprender de qué estamos hablando o escribiendo, que es otro de los temas de crítica que hay hacia el trabajo del reportero.

Pero no sólo son críticas de la gente. Infinidad de funcionarios públicos, empresarios, políticos, diplomáticos, tienen opiniones negativas acerca del trabajo informativo; casi en todos los sectores hay quienes denostan la actividad de los periodistas y, aunque no lo dicen abiertamente, nos tratan de ignorantes,

irreverentes, en fin, como lo cité en algún momento, nos ven solamente como un mal necesario.

Darle voz a la gente fue una tarea importante del trabajo desarrollado por el periodista Francisco Huerta con **Voz Pública**. Fue una tarea intensa que dio frutos pero acabó al terminar su existencia. Asimismo, ha habido otros intentos por involucrar a la gente que permitan la retroalimentación y que la comunicación no vaya en una sola dirección, pero falta mucho por hacer; obviamente que a los empresarios del sector no les llama mucho la atención que se dé esto pues tal vez no se vende y eso no es negocio, dirían ellos.

Hay ahora la figura de “reportero al volante” que introdujo **Monitor**, proyecto que como todo necesita afinarse porque simplemente se remite a que conductores de taxi denuncien o informen acerca de accidentes viales o problemas de delincuencia en las calles, pero no va más allá. Además, el tiempo que se les dedica es mínimo, si tomamos en cuenta los miles de afiliados al programa, a decir del promocional de la empresa de José Gutiérrez Vivó.

En televisión hay ciertos espacios también pero la mayoría son en programas de diversión y a través de encuestas dirigidas que no aportan mucho al resto de la población. Pero en materia informativa los mexicanos simplemente somos espectadores de la labor periodística de ese medio.

La radio por igual. Los espacios en los que puede participar la gente son contados, una que otra entrevista y ante un hecho consumado o simplemente se manda a las calles al reportero a encontrar opiniones sobre determinada decisión de la autoridad, con la “línea” de evidenciar el mal trabajo, el error, el abuso, etcétera, y se cae en diálogos sin sentido que frecuentemente no hacen sino ridiculizar al entrevistado e incluso, cuando los escuchas conocemos del tema, percibimos que el reportero no tiene ni idea de lo que pregunta o de lo que habla.

Uno como periodista por más imparcial que trate de ser es presionado para ubicar la nota en el ángulo que le interesa a la redacción —léase ejecutivo o dueño de la compañía— con la advertencia de que si es de otra manera está en riesgo “la chamba”. Las amenazas no son abiertas, pero la orden de trabajo es determinante e implacable: “reacciones a....; busca opiniones sobre.....; que te hablen de.....; has una pequeña encuesta donde se diga que.....”, etcétera.

Entonces, es un sector muy pequeño de la población que tiene cabida en un medio no obstante que toda decisión política, de gobierno, en materia de seguridad, salud, incluso religiosa, repercute en la mayoría. Por eso el reportero debe tener un papel más proactivo y propositivo en el desarrollo de su tarea y que, independientemente de cuál es la línea o la tendencia de la empresa para la que trabaja, busque mayor contacto con la gente común y se retroalimente de ella.

Jesús Ramírez López, ex reportero de **Excélsior** y colaborador del desaparecido suplemento **Ideas** del mismo diario, me contó una anécdota que vivió cierta

ocasión en que cubrió las actividades de lo que se conocía como Departamento del Distrito Federal y en un momento en el que, como se dice en el argot, no había nota.

“Salí a la calle del departamento central y busqué un bolero. Inicé la plática con él comentando temas diversos de la capital, y súbitamente me dijo que en breve se iba a tomar una decisión importante en materia de vialidad en la capital para procurar que los camiones de carga y tráilers con mercancía no ingresaran durante el día sino en la madrugada para evitar los congestionamientos diarios que se daban en los principales centros de abasto.

Sin decirle al bolero que era reportero, le pregunté cómo sabía de eso, a lo que contestó que se lo había escuchado decir al secretario particular del regente, Manuel Camacho Solís, porque entraba a su despacho a bolearle”.

Ramírez López me contó que como ese asunto le informó de muchos más, así fue que el reportero tuvo una muy buena información sin recurrir a los boletines o entrevista con funcionarios; claro, en este trabajo también tenemos que corroborar la información y asegurarnos de su veracidad, pero el hecho es que hay otras vías para hacernos de datos preparatorios para una nota o un buen reportaje, y en este caso fue un ciudadano quien fue una fuente valiosa de información¹⁰¹.

Finalmente, y haciendo una corta recapitulación del trabajo, dejo asentado que esta extenuante, absorbente, ingrata, mal remunerada actividad es también reconfortante, apasionante y nos deja infinidad de enseñanzas, nos ayuda a comprender y entender problemas diversos, conocer lo bueno y lo malo de lo que acontece en nuestra sociedad y nos ubica en la realidad, por cruel o cruda que sea.

Creo que el periodista tiene mucho qué hacer y si bien hay limitantes como las que he descrito, debemos hacer esfuerzos por sobreponernos a estas, buscar nuestra superación personal, profesional y familiar porque en la medida en que haya una mejoría general podremos hacer un trabajo más profesional desde el lugar donde nos encontremos: prensa escrita, radio, televisión, revistas, oficinas de prensa o trabajando por nuestra cuenta.

Como lo señala acertadamente Joaquín López Dóriga, quienes podemos dedicarnos a esta responsabilidad siempre seremos reporteros, estemos en la trinchera que sea. En definitiva, para mí esta es una profesión en toda la extensión de la palabra y conforme ha avanzado la impartición de la especialidad en las escuelas de educación superior se ha ido perfeccionando, amén de que hay más universidades y escuelas especializadas donde se estudia periodismo y comunicación.

¹⁰¹ Entrevista realizada el 10 de octubre de 2000

Se cuenta, además, con laboratorios más equipados para la práctica, profesores mejor preparados; pero ahora el problema está en darle cabida a toda la mano de obra que sale de las escuelas al mercado laboral, y aunque esta situación es un problema endémico en el país --mientras la demanda de trabajo es de más de 1.2 millones de plazas al año en toda la actividad productiva en los últimos cinco años no se han creado más de 400 mil por año--, el sector debe reactivarse, tiene que haber más inversiones en empresas periodísticas o abrirse otras alternativas para los egresados, aunque como lo cité, hay en el medio personas que no son profesionales de la comunicación de carrera. Economistas, ingenieros, abogados y hasta médicos quienes sí pueden ser periodistas, en cambio, un profesional de la comunicación difícilmente puede ocupar otra disciplina sin tener la certificación de estudios.

La vocación y el interés por el periodismo ha aumentado pero de la mano va la deserción en escuelas ante el gris panorama por la falta de empleo y la formación trunca no de cientos si no miles de estudiantes que abandonan sus estudios. Hay intentos por generar proyectos nuevos de algunos grupos organizados de reporteros como el que encabeza Ignacio Rodríguez Reyna, ex reportero de **El Universal**, pero la demanda de trabajo en un medio de comunicación sigue estando muy por arriba de la oferta; entonces, sin que se interprete como un slogan publicitario, se necesitan empresarios que inviertan en medios para darle oportunidad a los potenciales reporteros, quienes, aportando sus conocimientos, puedan convertirse en los excelentes periodistas mexicanos que demanda y requiere el nuevo siglo.

* * *

BIBLIOGRAFIA GENERAL

LIBROS

1.- Benassini Félix, Claudia

Carreras de Comunicación en México: Entre las crisis y la esperanza

Editado por la Universidad Iberoamericana, México, 2001

2.- Campbell, Federico

Periodismo Escrito

Editorial Alfaguara, Serie Circular, 296 pgs.

1996

3.-Fernández Christlieb, Fátima, Los medios de difusión masiva en México, Ed.

Juan Pablos, México, 1982, pp. 332.

4.- García Márquez, Gabriel

Memorias de mis Putas Tristes

Editorial Diana, México 2004

5.- Garza Mercado, Ario

Manual de Técnicas de Investigación

Colegio de México 1985, 187 pgs.

6.-L. Hester Albert, Lan Janie To Wai

Manual Para Periodistas del Tercer Mundo

Editorial Trillas

1990, 205 pgs.

7.-Mac Bride, Sean

Un solo Mundo, Voces Múltiples

UNESCO, 1981

F.C.E., 495 pgs.

8.-Martínez Valle, Mabel

Medios Gráficos y Técnicas Periodísticas

Ed. Macchi, Buenos Aires, 1997.

9.-Mejía Barquera Fernando

La Industria de la Radio y la Televisión, y la Política del Estado Mexicano

Ed. Fundación Manuel Buendía, México, 1989.

10.- Para Conocer a los Periodistas

Hernández López Rogelio
Colección Transición y Periodistas
1997, 147 pgs.

11.-Rivadeneira Raúl

Periodismo, la Teoría General de los Sistemas y la Ciencia de la Comunicación
Editorial Trillas, 1998
1999

12.-Sorensen, Carl,

La Cámara fue mi testigo.
Editorial Diana
1988, 207 pgs.

13.-Scherer García Julio

El Poder, Historias de Familia
Ed. Grijalbo
1995 128 pgs.

14.-Torres Francisco Javier

Periodismo Mexicano, Ardua Lucha por su Integridad
Ed. Coyoacán, 2001

15.- Taibo II, Paco Ignacio

Primavera Pospuesta: Una versión personal de México en los '90s
Ed. Joaquín Mortiz, México, 1999

REVISTAS

Etcétera
Kiosco, Colección "Todo para Periodistas"
Los Periodistas
Mujer Ejecutiva, 13 Líderes, octubre de 2004
Proceso
Revista Mexicana de Comunicación
Zócalo

PAGINA DE INTERNET

www.fremac.org.mx

www.mexicanadecomunicacion.com.mx/anteriores/rmc/

www.notimex.com.mx

PERIODICOS

El Economista
El Financiero
El Sol de México
El Universal

Excélsior
La Crónica de Hoy
La Jornada
Reforma
Unomásuno

OTROS

Catálogo de Instituciones de Enseñanza Superior en Ciencias de la
Comunicación (*CONIECO*)

Gaceta UNAM

Foro Sobre Medios de Comunicación Electrónicos

Cámara de Diputados, 26 al 29 de mayo de 2002

II Foro Internacional de Comunicación, México, 1987

Bitácora, Suplemento de la Revista Mexicana de Comunicación

Estadísticas de las Secretarías de Hacienda, Economía, Segob, SSA, STyPS y
la PGR.

Informe de la Comisión Investigadora de Atentados a Periodistas (Ciap),
durante la reunión anual de la Federación Latinoamericana de Periodistas.

Buenos Aires, agosto de 2005.

* * *