



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

SISTEMA DE UNIVERSIDAD ABIERTA

REPORTE DE EXPERIENCIA PROFESIONAL COMO
REPORTERO DE *UNOMÁSUNO* EN LA ÚLTIMA
CAMPAÑA PRESIDENCIAL DE CUAUHTÉMOC
CÁRDENAS.

TESINA QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN
P R E S E N T A:
MAURICIO RODOLFO PADILLA ACOSTA



ASESORA: MAESTRA FRANCISCA ROBLES

MÉXICO, DISTRITO FEDERAL, 2008



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.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

SISTEMA DE UNIVERSIDAD ABIERTA

REPORTE DE EXPERIENCIA PROFESIONAL COMO
REPORTERO DE *UNOMÁSUNO* EN LA ÚLTIMA
CAMPAÑA PRESIDENCIAL DE CUAUHTÉMOC
CÁRDENAS.

TESINA QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN
P R E S E N T A:
MAURICIO RODOLFO PADILLA ACOSTA



ASESORA: MAESTRA FRANCISCA ROBLES

MÉXICO, DISTRITO FEDERAL, 2008

A mis padres: Rodolfo y Azucena

A mi amada esposa Erika y a mi hija Andrea con su curiosidad de
reportera

AGRADECIMIENTOS

Este no es un trabajo individual. Muchas personas de manera desinteresada aportaron algo: un consejo, una opinión, un comentario. Otras más hicieron todo de su parte para que llegaran a mis manos algunos datos útiles para su redacción. Desde aquí quiero expresar mi gratitud a todos.

De manera especial deseo mencionar a la maestra Francisca Robles, mi asesora, y a cada uno de los profesores a quienes correspondió dictaminar esta tesina: Patricia Ríos Reyes, Adriana Solórzano Fuentes, Sergio Anzaldo Baeza y Enrique José González Casanova Fernández.

Gracias por sus valiosas observaciones.

Expreso, además, mi más sincero reconocimiento a la Universidad Nacional Autónoma de México, y en especial a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, así como también a quienes me brindaron su confianza en *Unomásuno*.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO 1	
<i>UNOMÁSUNO</i> Y CUAUHTÉMOC CÁRDENAS.....	4
1.1 <i>Unomásuno</i> en el diarismo nacional.....	5
1.2 Línea editorial de <i>Unomásuno</i> en el proceso electoral de 2000.....	16
1.3 Posición de <i>Unomásuno</i> frente a Cuauhtémoc Cárdenas.....	22
CAPÍTULO 2	
EL REPORTERO Y CUAUHTÉMOC CÁRDENAS.....	25
2.1 Primer acercamiento a la campaña.....	26
2.2 El arduo trabajo en 139 días de campaña.....	38
CAPÍTULO 3	
BALANCE DE LA COBERTURA.....	47
3.1 Resultado profesional de la cobertura.....	48
3.2 Resultados tangibles de la cobertura.....	58
CONCLUSIONES.....	65
ANEXO.....	68
BIBLIOGRAFÍA.....	72
HEMEROGRAFÍA.....	73
OTRAS FUENTES.....	74

INTRODUCCIÓN

Al concebir el presente trabajo, me pregunté si acaso no resultaba una especie de lugar común hablar de todo lo que envuelve la tarea del reportero en el desempeño de su profesión. Sí, puede ser que así sea para quienes han dedicado parte de su vida a esa profesión, pero, como resulta obvio, no está dirigido a esos colegas.

Sin embargo, me convencí de que un reporte de experiencia profesional como éste, al ser una herramienta de información aportada por alguien que la obtuvo de primera mano, es totalmente justificado, por estar dirigido a quienes, estando aún en las aulas universitarias, pretenden incorporarse a los medios de comunicación como informadores.

Y es que con cierta frecuencia se expresa entre los recién egresados de las universidades y escuelas donde se imparte la carrera de Ciencias de la Comunicación, así como en las redacciones de los diarios, el divorcio entre la teoría y la práctica profesional, es decir, entre lo asimilado en las aulas y el trabajo cotidiano.

Ocurre además, que si bien los estudiantes tienen a su alcance amplias posibilidades de información bibliográfica referente a los diversos tópicos de esta profesión, carecen de fuentes que les permitan obtener una idea más clara de qué es a lo que se enfrentarán cuando ingresen a los medios.

Los egresados de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, en mayor o menor medida, no somos ajenos a esta realidad.

La teoría ahí está y es valiosa. No se trata de desdeñar su importancia, sino de hacer notar que la preparación del futuro reportero estará enriquecida en la medida en que tenga la posibilidad de hallar información del ámbito donde se desenvolverá, más todavía si quien la provee la obtuvo en el ejercicio periodístico cotidiano.

La cobertura de la última campaña presidencial del emblemático líder de la izquierda mexicana, Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, permitió al autor de este reporte acumular un amplio bagaje profesional que, tengo la convicción, debe ser compartido con los estudiantes y egresados que se sumarán en breve al ejército de informadores en los medios de comunicación.

Está claro que ningún libro, manual, guía o texto como el que aquí se presenta podría por sí mismo dotar al estudiante de periodismo de una preparación que le permita incorporarse al trabajo reporteril sin experimentar el trauma de las diferencias entre lo que aprendió en la facultad y lo que tendrá que ejecutar en la práctica cotidiana.

No obstante, la visión de un reportero dando cuenta de la cobertura de una campaña presidencial a lo largo y ancho de todo el país podría convertirse en un texto útil, dado que le permitirá al estudiante adentrarse en las implicaciones de la esencia de la labor informativa y al trabajo del reportero en su conjunto, aspectos que suelen tornarse complicados.

Este trabajo pretende ser una contribución social del autor, convencido de que la calidad educativa de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales se elevará en la medida de que los egresados con experiencia profesional compartan su bagaje con quienes todavía estudian la carrera.

CAPÍTULO 1

***UNOMÁSUNO* Y CUAUHTÉMOC CÁRDENAS**

Como primer paso para desarrollar este trabajo, es fundamental poner al lector en condiciones de conocer el medio de comunicación para el cual cubrí la última campaña presidencial de Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano.

A lo largo de este capítulo, el lector encontrará una breve reseña histórica del diario que jugó un papel preponderante en la evolución del diarismo nacional, al hacer un periodismo que en buena medida se alejó del poder y se acercó más a las causas sociales.

Para entender el devenir del diario a través de los años, su existencia se divide en cuatro etapas, al cabo de las cuales el lector se dará cuenta de que la de *Unomásuno* es una historia de éxitos y fracasos, de pugnas intestinas, crisis y escisiones, pese a la buena estrella con la que nació en 1977.

También el lector encontrará una explicación acerca de las características del periódico ya durante la etapa de la campaña presidencial de Cárdenas Solórzano, su línea editorial y su postura frente a quien fuera el abanderado de la izquierda en las elecciones de 2000.

1.1 *Unomásuno* en el diarismo nacional

Como si se tratase de un organismo viviente, el periódico *Unomásuno* nació, vivió, en cierto modo se reprodujo, y hoy parece destinado a una larga agonía en medio de la decadencia, tras un devenir de luces, pero también de sombras.

Publicado por primera vez el 14 de noviembre de 1977, a *Unomásuno* le tocó inaugurar una etapa de evolución dentro de los medios de comunicación impresos, sumidos durante la época de su aparición en el ejercicio de un periodismo poco creativo, subordinado al poder político y desvinculado de las causas sociales, del que sólo intentó ser ajeno el *Excélsior* de Julio Scherer¹.

En el lapso que comprende de finales de la década de los setenta hasta mediados de los ochenta, el diario fundado por el periodista Manuel Becerra Acosta² se consolidó como un referente obligado en materia periodística.

El tránsito de *Unomásuno* en el diarismo nacional puede dividirse en cuatro grandes etapas, cuyos lapsos comprenden el mismo número de direcciones que han tenido el control del diario. Cada una le imprimió su sello particular, fijó su línea editorial y de ello derivan las luces y sombras que marcan a un *Unomásuno* que no fue ajeno a conflictos y pugnas internas, como la ocurrida a finales de 1983, que desembocó en la fundación de *La Jornada*, luego de la salida de un grupo de disidentes de la dirección de Manuel Becerra Acosta.

¹ Periodista. Nació en el Distrito Federal en 1926. Hizo carrera en el periódico *Excélsior*, del cual era director en 1976, año en que una asamblea lo expulsó. Fundó ese mismo año el semanario *Proceso*, junto con un grupo de colegas que salieron con él del diario. (Musachio, Humberto. *Diccionario Enciclopédico de México*. T. II. Ed. Andrés León. México. 1989. p. 1887).

² Periodista. Nació en el Distrito Federal en 1932. Fue parte del grupo que salió junto con Julio Scherer de *Excélsior* en 1976, en el que ocupaba el cargo de subdirector. Con otro grupo de periodistas fundó *Unomásuno* en 1977. (Musachio, Humberto. *Diccionario Enciclopédico de México*. T. I. Ed. Andrés León. México. 1989. p. 183).

Para ubicar al periódico dentro del contexto del diarismo nacional, es necesario identificar sus orígenes, el momento histórico de su aparición y, sobre todo, sus aportaciones al periodismo.

Hablar de sus orígenes precisa destacar que, con Manuel Becerra Acosta a la cabeza, un grupo de periodistas decidió fundar un nuevo diario tras su salida de *Excélsior*, algunos expulsados y otros en repudio de la maniobra dirigida desde el gobierno de Luis Echeverría³ para desestabilizar la dirección encabezada por Scherer en julio de 1976.

El primer número y los subsecuentes fueron producto de “una reflexión estratégica conducente a la creación de un nuevo diario y un diarismo realmente nuevos”⁴, según uno de sus fundadores y más reconocidos articulistas por más de 20 años, Jorge Hernández Campos.

La idea de un diarismo realmente nuevo pasaba por innovar en todos sentidos, tanto en los aspectos de forma como de fondo.

En cuanto a la forma, *Unomásuno* presentó una propuesta de diseño del entonces novel pintor Pablo Rulfo⁵, llevada de la mano de un formato tipo tabloide mucho más cómodo para la lectura que el de medida estándar a la que estaba acostumbrado el lector mexicano, con diarios como *Excélsior*, *El Universal* o *El Heraldo*.

Por lo que toca a las cuestiones de fondo, por primera vez se presentaba un diario en el que no se fijaban fronteras entre la información y la opinión, para

³ Presidente de México en el sexenio 1976-1982. (Musachio, Humberto. *Diccionario Enciclopédico de México*. T. I. Ed. Andrés León. México. 1989. p. 546).

⁴ Hernández Solano, Ma. Ernestina. *Unomásuno. Testimonios 1977-1997. El periódico renovador*. Ed. Uno. México. 1998. p. 8.

⁵ Pintor. Nació en el Distrito Federal en 1955. Hizo el diseño original de *Unomásuno*. (Musachio, Humberto. *Diccionario Enciclopédico de México*. T. II. Ed. Andrés León. México. 1989. p. 1796).

terminar con la especie de “ghetto intelectual frente a la *demos* de la redacción”⁶, común en el periodismo de ese entonces.

Por el contrario, se entremezclaron notas informativas, reportajes y crónicas con columnas y artículos de fondo, en un afán por otorgar al diario una “más viva organicidad...de manera que la opinión editorial y el trabajo de la redacción se iluminarán recíprocamente”⁷, lo que se convirtió en una de las grandes aportaciones del periódico al diarismo mexicano.

El título Uno-más-uno aludía al vínculo entre “el que hace el periódico y los demás; la suma del lector y el editor”⁸, como explicaba su director fundador, Manuel Becerra Acosta.

En materia informativa, los periodistas de *Unomásuno* expresaron en su primer editorial el compromiso de utilizar “datos y hechos que deberán ser reales, indisculpadamente reales, para que nos merezcan validez”⁹.

Bajo esa línea, el periódico sumó adeptos. Grandes reportajes, crónicas magistralmente escritas y primicias periodísticas plasmadas en forma de nota informativa eran la constante en las páginas del rotativo. No así la información oficial emitida desde las esferas gubernamentales mediante boletines, que era la materia prima del diarismo en ese momento.

Sin duda la más grande aportación de *Unomásuno*, no sólo al diarismo nacional, sino al avance de la sociedad en su conjunto, fue la innovadora línea

⁶ Hernández, op. cit. p. 9.

⁷ *Idem*.

⁸ *Ibidem* p. 55.

⁹ *Unomásuno*. Diario. Editorial. México. 14 de noviembre de 1977. pp.

editorial que marcadamente se colocó del lado de la pluralidad y de las causas sociales.

Pero, ¿cuál era esa línea editorial? En 1982 el periodista Jorge Ramírez S. la definió así: “La progresista, pero dentro de ese marco, el diario está muy lejos de ser revolucionario, de ser un periódico de clase. El periódico alberga muchas posiciones. En él escriben desde un Moreno Sánchez hasta un Adolfo Gilly, contrastando con miembros destacados del Partido Comunista y aguerridos militantes del sindicalismo nacionalista revolucionario. ¿Cuál de todas estas posiciones es la que determina la selección y jerarquización de las notas informativas y los reportajes? Parece ser la reformista crítica, la hambrienta de justicia social, la cansada de la corrupción gubernamental. En suma, el progreso reivindicativo y liberal”¹⁰.

Respecto a esta cita, es preciso destacar que su autor se refiere a Manuel Moreno Sánchez, un militante del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y hombre del gobierno, a quien contraponen con el argentino militante de la izquierda, Adolfo Gilly, el cual incluso militó en la guerrilla guatemalteca en la década de los sesenta.

Otra destacada analista de los medios de comunicación, Fátima Fernández Christlieb, también definió de alguna forma la línea editorial asumida por *Unomásuno* en sus primeros años: “liberal” y de “solidaridad con los movimientos democráticos”¹¹.

¹⁰ Secanella, Ma. Petra. *El periodismo político en México*. Ed. Prisma. México. 1986. p. 42.

¹¹ Fernández Christlieb, Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*. Ed. Juan Pablos. México. 1985. p. 253.

Unomásuno tuvo la virtud de convertirse en tribuna para los reclamos de grupos y movimientos sin voz en la sociedad de aquel entonces, cuyos medios de comunicación andaban de “romance con el poder” y haciendo periodismo “ante y para el poder”¹², como sugiere quien fuera fundador de ese diario y luego su director general a partir de 1989, Luis Gutiérrez Rodríguez¹³.

Así, por primera vez las mujeres, obreros y homosexuales, por ejemplo, tuvieron una tribuna para dirigirse a la sociedad, además de expresiones políticas como la izquierda, que, en el sistema de partido hegemónico donde dominaba el PRI, estaban proscritas prácticamente de las páginas de los diarios.

En síntesis, aquel diario abrazó las causas sociales y criticó los excesos cometidos desde el poder; en sus páginas se impulsaron reformas legales para fortalecer la vida democrática, como la de 1979, tendente a dar mayor margen de participación política a las corrientes opositoras, fundamentalmente la izquierda, postrada por aquellos años en los linderos de la marginalidad. Por ejemplo, *Unomásuno* publicó a mediados de los ochenta la primicia periodística de la existencia de la Corriente Democrática del PRI, encabezada por Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano y Porfirio Muñoz Ledo¹⁴, desde la que criticaron la falta de mecanismos claros para designar candidatos a puestos de elección popular.

¹² Gutiérrez Rodríguez, Luis. Conferencia. *El periodismo ante el cambio*. Jalapa. 1992.

¹³ Periodista. Nació en Tierra Blanca, Veracruz, en 1945. Discípulo del escritor y periodista Martín Luis Guzmán, con quien trabajó en la revista *Tiempo*; pasó por las redacciones de *Excélsior*, *El Universal* y *Unomásuno*, del que llegó a ser director en 1989. (Gutiérrez Rodríguez, Luis. *Crónicas, cuentos veras y otros textos*. Ed. Uno. México. 1992. Solapas).

¹⁴ Político. Nació en el Distrito Federal en 1933. Ocupó diversos cargos en los gobiernos priistas hasta mediados de la década de los ochenta; presidió al partido entre 1975 y 1976; renunció al PRI en 1987 junto con Cuauhtémoc Cárdenas, aduciendo falta de democracia interna. Participó en el Frente Democrático Nacional que compitió con Cárdenas a la cabeza en la elección presidencial de 1988. Más tarde cofundó el Partido de la Revolución Democrática. (Musachio, Humberto. *Diccionario Enciclopédico de México*. T. II. Ed. Andrés León. México. 1989. p. 1323).

Pese a sus marcados logros, el diario no pudo quedar al margen de pugnas internas. Hacia finales de 1983, un grupo encabezado por el entonces subdirector general, Carlos Payán Vélver¹⁵, impugnó la concentración de acciones de la empresa en manos de Becerra Acosta, cuando suponían o argumentaban que el periódico era de propiedad colectiva, mediante una sociedad cooperativa.

Los disidentes, un grupo de cinco directivos y medio centenar de periodistas y trabajadores fundaron al año siguiente *La Jornada*. De ahí que se afirme, al principio de este capítulo, que *Unomásuno*, en cierto modo, se reprodujo.

El rotativo tampoco estuvo exento de problemas financieros. Sobrevinieron cuando *Unomásuno* tuvo que enfrentar la presión que desde las esferas del poder político se ejercía contra los medios de comunicación incómodos.

La apertura de las páginas del diario a la información de la Corriente Democrática del PRI, y la presunta simpatía del director fundador, Manuel Becerra Acosta, hacia Cuauhtémoc Cárdenas, candidato del Frente Democrático Nacional en la elección presidencial de 1988, influyó en el devenir de *Unomásuno* cuando Carlos Salinas de Gortari¹⁶ arribó a la Presidencia de la República.

Poco tiempo después de iniciado el sexenio salinista, comenzaron a llegar al periódico requerimientos de tipo fiscal y de pagos de deuda adquiridos con la Productora e Importadora de Papel (PIPSA)¹⁷, sociedad formada a instancias del presidente Lázaro Cárdenas en 1935, cuyo fin original fue abaratar al máximo el

¹⁵ Político y Periodista. Nació en el Distrito Federal en 1929. Luego de ser directivo de *Unomásuno*, fundó *La Jornada* en 1984. (Musachio, Humberto. *Diccionario Enciclopédico de México*. T. II. Ed. Andrés León. México. 1989. p. 1510).

¹⁶ Presidente de México en el sexenio 1988-1994. (Musachio, Humberto. *Diccionario Enciclopédico de México*. T. II. Ed. Andrés León. México. 1989. p. 1814).

¹⁷ Acuerdo de creación de la Productora e Importadora de Papel S. A., publicado en Cataño, Luis. *Régimen legal de la prensa en México*. Ed. Porrúa. México. 1962. p. 325.

papel en beneficio de los editores, pero que a la postre sirvió para ejercer sobre éstos un “poder formal –más no real- sobre las empresas periodísticas privadas, quienes dependen prácticamente del Estado para la edición de los diarios”¹⁸.

“A Manuel lo presionaron desde el gobierno –contó el entonces gerente general del diario Luis Gutiérrez Rodríguez-, pero en parte él tuvo la culpa. Tomó partido en la sucesión presidencial e involucró al diario, lo que fue un error mayúsculo...Nos presionaron muchísimo por la vía fiscal y Manuel intuyó lo que se venía encima: un peligroso enfrentamiento con Salinas”¹⁹.

Y así fue. Vía la Secretaría de Gobernación, encabezada entonces por Fernando Gutiérrez Barrios²⁰, desde el poder se le hizo llegar un mensaje a Becerra Acosta: un millón de dólares a cambio de la dirección del diario, pero también su salida del país.

Se presume la simulación de la venta de las acciones de Becerra Acosta a un comprador que prestó su nombre, el empresario Ángel Borja Navarrete²¹, porque a pesar de que eso se dijo, tal personaje nunca se presentó al diario a reclamar su propiedad.

Luego de algunas semanas de incertidumbre, Luis Gutiérrez Rodríguez, a la sazón gerente general del periódico, asumió formalmente la dirección del mismo, cuando la administración salinista, por medio de Banobras, le otorgó un crédito a

¹⁸ Fernández, op. cit. 35

¹⁹ Hernández, op. cit. p. 36.

²⁰ Político con formación militar. Nació en Veracruz, Veracruz, en 1927. Murió en octubre de 2000. (Musachio, Humberto. *Diccionario Enciclopédico de México*. T. I. Ed. Andrés León. México. 1989. p. 807; Guarneros, Fabiola y Herrera, Jorge. *El Universal* [en línea] pp. México. Dirección URL <http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id=3336&tabla=primera>)

²¹ Arquitecto. Nació en el Distrito Federal en 1921. Directivo de Ingenieros Civiles Asociados. Presidió la Fundación UNAM. (ITAM [en línea]. México. Dirección URL <http://nuestroitam.itam.mx/antecedentes.html>).

él y a nueve de sus compañeros –un millón de dólares- para pagar las acciones que se suponía pertenecían a Borja Navarrete.

Para algunos inconformes como Fernando Martí, periodista cesado poco después de que Gutiérrez Rodríguez se hizo cargo de la dirección, todo era una simulación: “Hay que decirlo con todas sus letras: el gobierno le regaló *Unomásuno* a Luis Gutiérrez”²².

Al iniciar esa nueva era, al periódico se le colgó la bandera de gobiernista, aunque para su nuevo director, esa era una acusación, “una falacia de gente que cree en clichés; es el resultado de una larga campaña calumniosa”²³.

Gobiernista o no, lo cierto es que la línea editorial ya no era la misma, aunque vale la pena destacar que se mantuvo un nivel de calidad periodística, en parte por la experiencia de periodistas que permanecían en la plantilla de directivos, reporteros, columnistas y articulistas, y por ser Gutiérrez Rodríguez un conocedor de la profesión, además de un avezado escritor de todos los géneros, sobre todo la crónica.

La gestión de Gutiérrez en *Unomásuno*, que se prolongó nueve años, estuvo además marcada por la asfixia financiera. Con el transcurrir de los años, los salarios de los trabajadores se fueron deteriorando, sin la posibilidad de aumentos reales, y las prestaciones se fueron aminorando.

En 1997, cuando quien esto escribe ingresó el periódico como auxiliar de redacción, el proceso de producción informativa utilizaba todavía máquinas mecánicas de escribir, en un contexto en el que los procesadores de texto eran

²² Puig, Carlos. Denuncia de un colaborador cesado contra la dirección de *Unomásuno*. *Proceso*. Número 652. 1 de mayo de 1989. p. 29.

²³ Hernández, op. cit. p. 40.

una realidad en las redacciones de los demás diarios. Simplemente no había dinero para emprender la modernización tecnológica.

En 1998, el diario entró a su tercera etapa, cuando Gutiérrez Rodríguez lo vendió a Manuel Alonso Muñoz, ex vocero presidencial en el sexenio de Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988) y cabeza del grupo Impulsora de Periodismo Mexicano. La transacción se hizo pública mediante una breve nota informativa en la edición del diario del 5 de enero de 1998.

Es en esa etapa en la que transcurre la cobertura de la campaña presidencial de Cuauhtémoc Cárdenas en el año 2000, objeto del reporte de experiencia profesional que se presenta en este texto.

A pesar del esfuerzo del nuevo dueño por modernizar el diario, al final fracasó, no obstante que se había logrado optimizar el proceso de producción de la información con el uso de la tecnología informática, además de que se había introducido el color a las páginas de *Unomásuno*, lo que le dio un nuevo rostro en el mercado de los periódicos.

La causa del fracaso puede ubicarse en la línea editorial que se marcó al diario en este periodo, pero hay que aclarar que este punto se abordará en el siguiente apartado.

Sin embargo, vale la pena indicar que se trató de una tendencia gobiernista sin tapujos ni ambages, la cual incluso trajo consigo la censura contra el trabajo de los reporteros.

Carente de experiencia profesional en el manejo de una empresa del ramo periodístico, Alonso Muñoz –eso sí, reconocido en el ámbito de la comunicación social y las relaciones públicas- hizo naufragar el diario con una oferta de baja

calidad, sin información relevante y sujeto al gran mal del periodismo mexicano: la *declaracionitis*.

Clave en el devenir de esta etapa resultó la elección presidencial de 2000, que ganó el candidato del Partido Acción Nacional coaligado con el Verde Ecologista de México, Vicente Fox Quesada. Para su desventura, había apostado todo a favor del entonces candidato oficial, Francisco Labastida Ochoa.

Al asumir Fox Quesada la Presidencia de la República (2000-2006), se cerró a *Unomásuno* la llave de la publicidad oficial de la cual dependía el diario.

Incapaz de hacer frente incluso al pago quincenal de sus trabajadores, Alonso Muñoz tiró la toalla hacia finales de 2001: promovió un juicio concurso mercantil, con el objetivo de buscar la quiebra del diario, y a la par pactó la venta del cabezal de *Unomásuno* en cinco millones de pesos con el empresario mexiquense Naim Libien Kauí, propietario de los medios *Amanecer* y *La Tarde* de discretísima circulación en la capital del país y Toluca, Estado de México.

Puede considerarse a esta etapa como la más ignominiosa para un periódico que gozó de respeto. Hoy, que es utilizado como medio para la extorsión de funcionarios públicos que se niegan a signar convenios de publicidad con la empresa, tira “mil ejemplares según la Unión (de Voceadores), con una devolución de entre 15 y 20 por ciento, lo que se traduce en una venta de 850 a 800 ejemplares”²⁴.

Cuando los trabajadores de *Unomásuno* tuvieron el primer contacto con quien sería su nuevo patrón, puso éste las cartas sobre la mesa: “a partir de ahora sólo

²⁴ Islas Reyes, Laura. Los diarios ahora. *Etcétera*. Número correspondiente a noviembre de 2003.

serán publicadas notas informativas de aquellas dependencias y personajes públicos dispuestos a pagar por ellas”²⁵.

Sólo un puñado de empleados se prestó para hacer “un periodismo *light*, de chantaje y de corrupción”²⁶.

La mayoría inició un movimiento laboral que al día de hoy todavía no termina, en demanda de sus liquidaciones, mientras los despojos del diario circulan con titulares amarillistas y en forma de pasquín a imagen y semejanza de sus hermanos *Amanecer* y *La Tarde*, en busca de adeptos mediante una lastimosa publicidad en la que quedó atrás la connotación del vínculo entre el lector y el editor, porque hoy “*Unomásuno*: igual a dos pesitos”, según reza su mercadotecnia.

²⁵ Ortega Pizarro, Fernando. *Unomásuno*: el desastre financiero y periodístico. *Proceso*. Número 1354. 22 de diciembre de 2002.

²⁶ *Idem*.

1.2 Línea editorial de *Unomásuno* en el proceso electoral de 2000

Perder de vista que un medio de comunicación antes que eso es una empresa con fines mercantiles o difusor de la ideología de grupos determinados, sería desconocer lo que ha ocurrido en el diarismo. No hay, por lo tanto, periódico que pueda presumirse ajeno a algún interés.

Ernesto Montero, autor de la tesis *Unomásuno: Un proyecto y tres poderes*, afirma: “por lo general los medios impresos surgen cuando se defienden intereses en coyunturas políticas”²⁷. Y ejemplifica: “*El Universal* fue el vocero de los aliados durante la Primera Guerra Mundial. *Excélsior*, creado en 1917, difundía la tesis de los conservadores frente al Congreso del 17. *El Nacional* tuvo su momento político como órgano oficial del PNR, hoy PRI...”²⁸.

Con la compra de *Unomásuno* por parte de Alonso Muñoz, llegó al periódico una línea abiertamente gobiernista que no se escondió ni disimuló como en los años de Luis Gutiérrez Rodríguez.

El paroxismo de tal oficialismo tuvo lugar en la contienda presidencial del año 2000, con un abierto apoyo al candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI), Francisco Labastida Ochoa, y una campaña de ataques contra el principal opositor, Vicente Fox Quesada, a la postre Presidente de la República entre 2000 y 2006.

Había dos motivos poderosos para entender la línea oficialista con el que se vistió al periódico: uno, el nuevo propietario, Manuel Alonso Muñoz, es un personaje íntimamente ligado a las esferas gubernamentales priistas desde la

²⁷ Montero Aguirre, Ernesto. *Unomásuno: Un proyecto y tres poderes*. Tesis de licenciatura. UNAM. México. 1993. p. III.

²⁸ *Idem*.

década de los setenta y también al PRI, del cual fue secretario de Prensa y Propaganda; otro, la posibilidad de obtener jugosos convenios de publicidad gubernamental en el sexenio 2000-2006, gracias al apoyo irrestricto al candidato del partido al que siempre había estado ligado.

El currículum de Alonso incluye puestos como el de jefe de Información y Prensa de la Comisión Federal de Electricidad de 1976 a 1980, aunque el cargo más relevante dentro de las administraciones priistas lo ocupó entre 1982 y 1988, cuando se desempeñó como director general de Comunicación Social y Relaciones Públicas del gobierno de Miguel de la Madrid.

Sin experiencia en el manejo de una empresa periodística y con una visión irremediamente oficialista, Alonso Muñoz también llevó a *Unomásuno* la censura.

Desde el momento en que adquirió el periódico, “el trabajo de los jefes de sección, reporteros y colaboradores es cuidadosamente revisado para evitar ataques al gobierno y al PRI”²⁹. Objeto de esta supervisión también fue Rafael Cardona, a quien Alonso Muñoz delegó la dirección del periódico, luego de un breve lapso de transición en el que mantuvo a Luis Gutiérrez Rodríguez, quien le vendió el diario.

El semanario *Proceso* publicó tres cartas confidenciales, dos dirigidas por Alonso Muñoz a Gutiérrez Rodríguez, ratificado transitoriamente en la dirección una vez que lo vendió, y una al entonces editor de *Página Uno*, Gregorio Ortega,

²⁹ Correa, Guillermo. Órdenes escritas: cero ataques al gobierno y al PRI. *Proceso*. México. Número 1137. 15 de agosto de 1998.

en las que les reprochó la publicación de textos que, a su juicio, no debieron ser incluidas en ese suplemento dominical.

El 2 de marzo de 1998, el dueño del diario recriminó a Gutiérrez mediante un leguaje escrito poco claro y atropellado:

“1.- El artículo *Entrampados*, que yo te pedí no publicáramos porque me parecía sumamente agresivo al gobierno y que para que mi amigo el doctor Raúl Olmedo volviera a escribir en el periódico, debía hablar antes conmigo, para que conociera bien la línea política editorial del diario.

“2.- Por otra parte, hoy dedicamos la última página al supuesto deterioro de la red eléctrica del DF, con bastante extemporaneidad, dado que ese tema, en forma escandalosa y amarillenta fue tratado tres días siguientes (sic) de la semana anterior, por el noticiero de Guillermo Ortega en *Televisa*. La información es tendenciosa, llena de mentiras y/o exageraciones, destruyendo el ambiente y los esfuerzos que yo había logrado para que CFE y Cía. De Luz nos apoyaran con su publicidad”³⁰.

El reportaje sobre las condiciones del sistema eléctrico aludido por el dueño había sido encomendado por el entonces jefe de información, Víctor Torres, al autor de este informe, en su calidad de reportero, y al compañero Joaquín Álvarez, no como refrito de lo difundido por *Televisa*, sino como investigación obligada por la serie de apagones que en las últimas semanas se habían registrado en diversas zonas del Valle de México.

Luego de dos entregas (1 y 2 de marzo de 1998), la última ya no se publicó, sin explicación de por medio. No se trataba de información “tendenciosa” como sugirió

³⁰ *Idem.*

el dueño; todo estaba sustentado con testimonios de trabajadores de la empresa y en una investigación de campo ejecutada en las instalaciones subterráneas de la red.

Por esas fechas, el periódico había adoptado el color en sus páginas y la tecnología para la optimización de la producción informativa era una realidad; pero la investigación periodística prácticamente desapareció. Atrás quedaron los reportajes con temas de interés general y sus páginas se convirtieron en reflejo de la nota del día y la *declaracionitis*, en detrimento de los hechos y los datos.

El 1 de junio también de 1998, de acuerdo con la información publicada por *Proceso*, al escritorio del director llegó un segundo reclamo:

“Por un descuido en la revisión del contenido del suplemento *Página Uno*, pues se publicó un artículo que nunca debió haber salido. Me refiero al que escribí Mauricio A. Villarreal acerca del Lic. Mariano Palacios Alcocer, presidente del Comité Directivo (sic) del PRI en forma muy agresiva y ofensiva, siendo ésta la segunda vez en que ocurre la misma situación en contra de ese distinguido dirigente del PRI”³¹.

La tercera misiva se la hizo llegar directamente a Gregorio Ortega, director del suplemento dominical, un mes y 20 días después, y en ésta le hizo notar su “desilusión, enojo y tristeza al ver el suplemento a tu cargo del domingo pasado en el que dedicamos dos páginas enteras, precisamente las centrales, a un jocoso Sr. Isidoro Díaz Sáenz. Mientras la justicia no lo declare inocente, nosotros no tenemos porque brindarle las páginas de *Unomásuno* para que desahogue sus resentimientos y ataques al presidente de la Comisión Nacional Bancaria y de

³¹ *Idem.*

Valores, que es un funcionario honesto y probo...”³². El nombre correcto del banquero aludido es Ángel Isidoro Rodríguez, y quien fue acusado en 1996 por violaciones a la Ley de Instituciones de Crédito.

Se presentaron los primeros despidos en el diario, entre estos, los del editor Gregorio Ortega y el del reportero de la fuente presidencial, Jorge Octavio Ochoa. Algunos colaboradores fueron conminados a ya no mandar más textos para su publicación y otros prefirieron irse antes que ser censurados.

Sin entender que Alonso tenía sus intereses, tal como sucedió con los otros directores, Gregorio Ortega aseveró que el nuevo dueño no quiso entender que “el periodismo debe estar al servicio de la sociedad, no de intereses y proyectos personales”³³. Y en entrevista con *Proceso*, sugirió que la llegada del ex vocero presidencial a *Unomásuno* obedecía a un compromiso político para la sucesión presidencial.

Compromiso o no, lo cierto es que el mismo 2 de julio de 2000, día de la elección presidencial, *Unomásuno* convocó, sin ningún velo, a votar por Labastida Ochoa mediante un editorial publicado en primera plana, en el que se aludía al candidato priista como “el que tiene la decisión, el valor y la solidez intelectual y la honestidad para cambiar este país”³⁴.

Ese texto era el colofón de dos más publicados los días previos a los comicios en los que sin la más mínima prudencia se calificaba al principal candidato opositor, Vicente Fox, como “cacique”, “auténtico demagogo”, “populista reaccionario”, “rey de las ofensas”, “ciego”, “sordo” y “necio”.

³² *Idem.*

³³ *Idem.*

³⁴ *Unomásuno*. Diario. Editorial. México. 2 de julio de 2000. pp.

La tendencia de *Unomásuno* era más que evidente: pro gobiernista a ultranza y crítica acérrima de la idea del “cambio”, un cambio al que *Unomásuno* calificaba sin ideas ni sustento, como oferta política de Fox.

De acuerdo con los editoriales publicados desde dos días antes de los comicios, los más de 70 años de gobiernos del PRI habían sido productivos, entre otras razones, porque en ese periodo se habían gestado y consolidado las instituciones de la nación y México tenía que mantenerse en esa línea.

Pero como ya se mencionó, detrás de la defensa de esa idea también se alojaba la intención de obtener los beneficios previsibles que le significarían al dueño del diario los convenios de publicidad que el gobierno de Labastida Ochoa le otorgaría desde la Presidencia.

La postura de desbocado respaldo al candidato oficial no estaba en sintonía con el México donde los medios impresos –cuando menos los más importantes–, a pesar de sus intereses particulares, caminaban en el rumbo de la pluralidad.

1.3 Posición de *Unomásuno* frente a Cuauhtémoc Cárdenas

A pesar de su línea gobiernista a ultranza, para *Unomásuno* el candidato de la izquierda Cuauhtémoc Cárdenas fue motivo de cobertura a nivel nacional durante su campaña proselitista con la adscripción de quien esto escribe, en su calidad de reportero, para seguir sus actividades diarias.

Para ubicar la posición del diario frente a quien fuera el abanderado del Partido de la Revolución Democrática (PRD) y de otras fuerzas políticas unidas en la denominada Alianza por México, sólo hace falta leer lo que la empresa plasmó en su editorial del viernes 30 de junio de 2000.

El programa y la plataforma de su partido, dice el texto, son prácticamente los mismos con los que se había presentado al electorado en las dos elecciones previas que disputó, la de 1988 y 1994, por lo que a juicio del diario “si no atrajeron al electorado en el pasado, seguramente que tampoco lo harán ahora”³⁵.

Por esas fechas, las diversas encuesta levantadas para identificar las preferencias electorales ubicaban a Cárdenas en un tercer lugar, detrás de Francisco Labastida y Vicente Fox.

Bajo esa premisa, el hijo del ex presidente Lázaro Cárdenas no era motivo de preocupación para el diario, de tal modo que se adoptó una posición de respeto frente a él, y en cierta forma fue utilizado como arma para atacar al candidato que sí le apretaba el paso a Labastida, es decir, Vicente Fox.

En la etapa de los cierres regionales de la campaña del perredista, Cárdenas lanzó constantes críticas contra Fox, quien por esas fechas le demandaba declinar a su favor como medio para asegurar el triunfo de la oposición frente al PRI.

³⁵ *Unomásuno*. Diario. Editorial. México. 30 de junio de 2000. pp.

Esa situación, como ya se dijo, la aprovecharon los directivos de *Unomásuno* para criticar al panista y alabar al líder moral de la izquierda, al calificarlo incluso como “valiente” frente a las “baladronadas del señor Fox”, pues con sus argumentos para negarse a la declinación había logrado “desenmascarar y revelar, tal como es, con todos sus defectos”³⁶ al guanajuatense.

Para *Unomásuno*, Cárdenas mantenía una actitud “seria y ello le ha ganado un importante número de simpatizantes; quizás no el suficiente para que la tercera sea la vencida, pero sí para que tenga un buen número de legisladores (su partido) el próximo sexenio”³⁷.

Como reportero que cubrió las actividades de Cárdenas entre el 1 de febrero y hasta la noche de la elección de manera ininterrumpida, puedo decir que solamente una vez se me dictó línea sobre la forma en que debía enviar la información generada durante un mitin que encabezó el candidato en Villahermosa, Tabasco, durante el que lanzó severas críticas al candidato del PRI por presuntos actos de corrupción de su partido.

Al comentar la tarde de un sábado los pormenores de la nota con el jefe de información suplente, Óscar Vázquez, me “sugirió” minimizar los dicho contra el PRI y su candidato, y dar prioridad a otros temas como las propuestas de Cárdenas respecto a la industria petrolera, a fin de evitar que los directivos del diario ordenaran, más tarde, modificar la nota.

Un balance personal de la postura del diario frente a Cárdenas permite establecer que, en los albores de la contienda electoral, *Unomásuno* publicó la

³⁶ *Idem.*

³⁷ *Idem.*

información del perredista con la mera consigna de ofrecer la cobertura de los tres principales candidatos.

Al avanzar la carrera presidencial y ubicar a cada uno de los candidatos en su lugar, se optó por aprovechar los ataques cardenistas contra Fox, lo que incluso le valió la publicación de sus declaraciones en primera plana, como el 26 de junio de 2000³⁸.

³⁸ Padilla, Mauricio. Fox, perdido: CCS. *Unomásuno*. México. 26 de junio de 2000. pp.

CAPÍTULO 2

EL REPORTERO Y CUAUHTÉMOC CÁRDENAS

En este capítulo, el lector tendrá un acercamiento a la actividad que desarrolla el reportero en cobertura de una campaña presidencial.

Además, se narran algunas vicisitudes a las que se enfrenta el reportero en la interacción con sus colegas de los demás medios de comunicación, cuando concurren en una fuente de información, y con los que se convivirá un prolongado periodo.

Se describe cómo transcurre un día en la campaña, la mayor parte del día a bordo de un autobús, y se detalla cómo se lleva a cabo el trabajo del reportero, desde la recopilación de la información, el reporte, y la redacción de los textos periodísticos, pasando también por los avatares que se deben sortear para enviarlos a la redacción del diario.

En las líneas subsecuentes, el lector encontrará información acerca de las características de la campaña a ras de tierra que emprendió el candidato presidencial, y lo que ello significó para los reporteros en cuanto a las repercusiones en la salud y estado de ánimo.

Toda esta información, en su conjunto, sin lugar a dudas valiosa para quienes están interesados en convertirse más adelante en reporteros.

2.1 Primer acercamiento a la campaña

Una enorme calcomanía del rostro sonriente de Cuauhtémoc Cárdenas (ver anexo p. 68) pegada en el autobús de prensa parece darme la bienvenida al *pool*³⁹ de reporteros que sigue a diario, a lo largo y ancho de todo el país, sus actividades de campaña en pos de la Presidencia de la República.

Reparo en lo fingido que se ve, pero lo justifico: está en campaña y hasta el rostro más adusto tiene que sonreír para parecer atractivo al electorado.

El autobús había sido dispuesto, como desde hace varias semanas, para trasladar a los reporteros a una gira más del perredista; la primera para mí como reportero de *Unomásuno* asignado a la cobertura de las actividades del candidato de la llamada Alianza por México.

Esta vez la campaña toca suelo oaxaqueño, en una intensa jornada proselitista por su región mixteca, compuesta entre otros, por los municipios de Huajuapán de León, Tlaxiaco y Asunción de Nochixtlán, en los que estará el candidato, para arribar por la noche a la capital del estado.

Solemos los reporteros conocer a casi todos los colegas, cuando menos de vista, gracias al trajín cotidiano en la cobertura de las fuentes informativas, que no son otra cosa que los “centros donde ocurren sucesos, donde se emiten opiniones, donde se tiene informes frecuentes”⁴⁰, y que se “agrupan por actividades; políticas, religiosas, deportivas, policíacas...”⁴¹.

³⁹ En la jerga periodística, nombre que se le da a un grupo de reporteros que cubren la misma fuente de información

⁴⁰ Guajardo, Horacio. *Elementos de periodismo*. Ed. Gernika. México. 1982. p. 25.

⁴¹ *Idem*.

Invasado por la incertidumbre que genera lo desconocido, siento un poco de alivio al encontrar en el autobús a algunos rostros conocidos, en camino por el pasillo central en busca de un asiento disponible.

Ahí está Carina García, de *La Crónica de Hoy*, lo mismo que Joel Ruiz, de *El Sol de México*, y Jorge Herrera, de *El Universal*, con quienes intercambio saludos y breves comentarios sobre mi incorporación a la campaña.

Me arrellano en un lugar luego de colocar mi maleta en el portaequipaje, pero apenas me acomodo cuando me alertan sobre una especie de derecho de apartado imperante en el autobús del que son beneficiarios quienes desde tiempo atrás se han fletado en la cobertura.

Dispuesto a pagar mi noviciado, me resigno a viajar prácticamente como en gayola, es decir, hasta atrás del autobús, área a la que todos rehuyen, entre otras cosas, por el temor a sufrir una lesión en la espalda provocada por los exasperantes brincos tras el paso del pesado medio de transporte por un tope o un bache.

El autobús parte de las inmediaciones de la sede nacional del Partido de la Revolución Democrática, en ese entonces situadas en la colonia Roma – Monterrey 50 -, con rumbo a la salida a Puebla.

Los paisajes lucen espectaculares en el trayecto: atrás quedan los densos bosques que circundan al Popocatepetl y al Iztaccíhuatl, y ya de camino a la región mixteca, cerros y más cerros rocosos de tonalidad beige llenos de cactáceas inundan la vista, mientras me sumerjo en las reflexiones de las que no me he podido despojar desde que mi jefe me asignó a la cobertura de la campaña.

Sólo habían pasado algunas horas desde aquella llamada telefónica que de súbito me colocó ante una invaluable oportunidad de cubrir una campaña presidencial, que para ese momento ya comenzaba a experimentar.

Rememoré el diálogo.

-Desde mañana cubres la campaña de Cárdenas-ordenaba por el auricular mi jefe, Emilio Vázquez Pérez, a la sazón coordinador general de información de *Unomásuno*.

-¿Te echas ese trompo a la uña?-apresuró una respuesta.

-Claro-respondí sin vacilar, consciente de que se trataba de una oportunidad invaluable, en una profesión en la que éstas son contadas y en la que no hay lugar para los dubitativos.

Pero en la vida profesional del reportero todo tiene una carga de presión y su dosis de estrés y adrenalina. Y aquella noticia, a pesar de su carga positiva, no podía dejar de estar aderezada con esos factores.

-Te encargo mucho la información; ahí de ti si te quedas abajo de alguna gira porque te chingo. Ah...y ¿sabes por qué bajamos de la campaña a Luis García?

-No.

-Porque ya tenía hasta la madre al director; no le gustó cómo estaba manejando la información.

El mensaje era claro y para crispar los nervios del reportero: mi relevo también sería fulminante, de no cubrir las expectativas de los directivos del diario.

Mientras yo estaba sumergido en dudas y más dudas relativas a mi trabajo en la campaña, los reporteros que ya cubrían las actividades de Cárdenas desde hace varias semanas o meses me parecían en exceso relajados.

Había de todo: veteranos en las lides reporteriles como el siempre afable Juan Antonio Zúñiga, de *La Jornada*; Rosa Elena Luna, de *Monitor*, o Héctor Álvarez, de la agencia *Notimex*. Los había de trayectorias medianas, así como de carreras breves, como la mía.

En mis alforjas acumulaba una experiencia de tres años. En 1997 ingresé a *Unomásuno* en calidad de practicante; meses después hubo la oportunidad de ocupar una plaza como *hueso*⁴².

Tenía bien puesto en la mira el objetivo de aprender la profesión de reportear. De convertirme en reportero, de asumir el rol de proveer al diario de noticias, “materia prima del periodismo sin la que no puede haber periódicos”⁴³.

Esa profesión que, según Vicente Leñero y Carlos Marín, precisa de ciertas cualidades, a saber: vocación, sentido periodístico, aptitud adquirida, honradez, tenacidad, dignidad profesional, iniciativa, agudeza, e incluso salud⁴⁴.

Por eso es que le solicité a mi entonces jefe, Víctor Torres, que me diera la oportunidad de cubrir las órdenes que desdeñaban los reporteros por insignificantes que fueran.

-Está bien, pero con la condición de que por las mañanas cubras la orden o las órdenes que yo te asigne y por las tardes vengas a la redacción a cubrir tu horario y tus funciones como *hueso*-me respondió.

Acepté, pero era extenuante, estresante y agobiante -pues en las redacciones todo urge y casi nada se puede postergar-, con jornadas de hasta 12 horas

⁴² Los reporteros de la vieja guardia suelen llamar así a quien ocupa en la redacción de los diarios el cargo de auxiliar.

⁴³ Borrego, Salvador. *Periodismo Trascendente*. Ed. Jus. México. 1980. p. 31

⁴⁴ Leñero, Vicente y Marín, Carlos. *Manual de Periodismo*. Ed. Grijalbo. México. 1986.

diarias. Empezó Víctor Torres asignándome una orden, después dos y a veces hasta tres.

Llegar por las tardes a cubrir mis funciones de auxiliar era una ardua tarea, porque a la par de redactar mis primeras notas informativas, tenía que lidiar con los reporteros que suelen confundir al *hueso* con un mandadero.

“¡*Hueso*, llévate esta nota!” “¡*Hueso*, cuartillas!” “¡*Hueso*, papel carbón!” “¡*Hueso*, *budget*⁴⁵!” “¡*Hueso*, tráeme el boletín!”, eran algunos de los gritos que solían lanzar a media redacción.

La confianza de mis jefes hacia mi trabajo se acrecentó en forma paulatina. Hubo regaños y críticas siempre constructivas.

De pronto, mi nombre figurando en las órdenes de trabajo junto con el de los demás reporteros, y lo mejor: ya no se me encomendaban sólo actos aislados, sino fuentes completas para su cobertura.

Desfilé por muchas fuentes como reportero suplente, sin descuidar por las tardes mi trabajo como *hueso*, pues formalmente mi puesto en el diario era el de auxiliar de redacción.

Sector obrero, campesino, policiaco (federal y local), ambiental; también partidos políticos, Cámara de Diputados y Cámara de Senadores, con frecuencia me eran asignadas, y hasta Presidencia de la República, aunque muy esporádicamente.

Hasta mi designación como reportero adscrito a la campaña de Cárdenas Solórzano, tenía como fuente de información partidos de izquierda, entre éstos el

⁴⁵ También conocido como *lead*, sirve a los reporteros para enterar a sus jefes o directivos del periódico de lo más destacado, importante y atractivo de la noticia que consiguieron; se redacta en apenas unas cinco o seis líneas.

de la Revolución Democrática. Ello, sin duda, influyó para que mi jefe me viera como opción para entrar al quite en la cobertura, luego de los disgustos de los directivos con el colega que me antecedió.

Conocía la vida interna del partido y mantenía contacto cotidiano con sus dirigentes, entre ellos, la actual gobernadora zacatecana, Amalia García Medina, a la sazón presidenta nacional de ese instituto político, y demás integrantes del Comité Ejecutivo Nacional.

Para ese entonces se había formalizado ya mi nombramiento como reportero dentro del diario, pues en lo hechos ya me desempeñaba como tal, aunque con mucho camino por recorrer, sin duda.

Había acumulado un bagaje breve, pero invaluable y nada despreciable para la talacha reporteril. Aun así, frente al reto de cubrir la campaña, sentía una incertidumbre que no me daba un momento de tranquilidad.

Viajaban conmigo en la parte trasera del autobús algunos fotógrafos, los estenógrafos contratados por la campaña y gente del equipo de comunicación del candidato; también Ernesto Núñez, de *Reforma*, que sudaba copiosamente las calenturas de una gripe espantosa que lo aquejaba, envuelto en una chamarra y una bufanda que desentonaban con el clima de aquel mes de febrero.

En otro autobús, ostensiblemente lujoso y que puntea siempre la caravana, va el candidato acompañado por sus colaboradores y estrategas de la campaña: Pedro Etienne, encargado de la coordinación de las giras; Adolfo Gilly, su asesor; Imanol Ordorika, responsable de la “respuesta rápida” ante la coyuntura política; Julio Moguel, coordinador de programas; y Carlos Mandujano, artífice de la logística, entre otros.

En toda campaña siempre hay alguien encargado de la relación con los reporteros, se trata de las denominadas áreas de comunicación social. Armando Machorro, cercano colaborador de Cárdenas desde los tiempos en que era gobernador de Michoacán (1980-1986), viaja en el primer asiento del autobús de los reporteros, y tenía encomendada esa labor.

Su tarea consistía en dotar a los reporteros de las transcripciones de todo, o casi todo, lo que dice, declara y opina el candidato. Ello es de gran utilidad para el periodista, pues en esas horas de estrés y presión facilitan la redacción de la información que se enviará al diario.

Proveía la información relativa a las siguientes giras, que resulta imprescindible para que los reporteros gestionen ante las áreas administrativas de los medios de comunicación la entrega de viáticos y boletos de avión cuando así se requiere.

A diferencia de lo que era costumbre en las campañas de los priistas, los reporteros que cubrimos la de Cárdenas siempre pagamos con dinero de nuestros medios de comunicación hospedaje y alimentación, pues de lo único que siempre se hizo cargo la campaña fue del transporte en autobús y camionetas en los estados que se visitaban.

Ello de suyo es bueno, pues no se crean compromisos que ponen en entredicho la independencia del reportero. Sin embargo, tal situación precisa un escrupuloso manejo del dinero, y hasta ciertos dotes de administrador, porque al regresar de cada gira se tiene que hacer la comprobación de viáticos ante el área contable del periódico.

Una vez en el primer punto de la gira, luego de un trayecto de poco menos de tres horas, la caravana arriba a Huajuapán de León, que recibe a Cárdenas con el

estampido de cohetes y la algarabía de una población gobernada por el perredismo.

En derredor de un templete colocado a espaldas de la Presidencia Municipal, unos mil lugareños se han congregado a escuchar las propuestas del candidato, a saludarlo, a tocarlo. Desbordan la pequeña plaza central con todo y su quiosco.

A bordo del autobús comienza el ritual que se repetirá centenas de veces: los reporteros se alistan con sus herramientas de trabajo: grabadoras y libretas para bajar a hacer la talacha.

En lo personal, como reportero de un diario, no recomiendo hacerse adicto al uso de la grabadora; es más práctico tomar apuntes, memorizar, entender un mensaje, un discurso, etcétera. Se desarrolla así la habilidad para detectar la nota, lo más trascendente, lo relevante, informativamente hablando.

Cuando uno se atiene a la grabadora, es demasiado fácil perder la atención, y las consecuencias vienen después, cuando se tiene que escuchar la grabación casi de manera íntegra, para rastrear lo importante; tal situación representa pérdida del valioso tiempo del reportero.

En el caso de la campaña, casi no fue necesario el uso de la grabadora, salvo para los reporteros de radio, que tienen la necesidad de aderezar su nota con el audio del personaje del cual se reporta.

Luego de una breve caminata hacia el templete, durante la que el candidato se deja abrazar y tocar por sus seguidores, sube al templete, escucha los discursos de bienvenida que lo ponen al tanto de las carencias más sentidas de la región.

El calor, producto de un sol que se posa en lo más alto del cielo oaxaqueño, obliga a buscar alivio en cualquier sombra. Los reporteros que han aprendido a

lidar con ese clima sacan de sus bolsas del pantalón paliacates para secarse el sudor, mientras yo, todo inexperiencia, comienzo a sufrir por el ardor que me produce el sudor en los ojos.

Cárdenas toma el micrófono. Sorprende su parquedad. Lanza algunas críticas contra la gestión del entonces presidente Ernesto Zedillo; tomo nota. Luego, señalamientos directos a la administración federal, a la que fustiga por su desempeño.

La gente, que en su mayoría viste camisas de manta, calza huaraches de cuero y se cubre con sombreros de palma, se emociona, grita, aplaude.

La crítica al gobierno zedillista llega a su clímax cuando Cárdenas lo considera “peor” que el de Carlos Salinas de Gortari.

Para algunos colegas reunidos alrededor de una gran bocina dispuesta al lado del templete esa es la nota, lo relevante, lo que se tiene que priorizar. Y, sí, el olfato periodístico indica que, en efecto, esa es la nota. Porque si Cárdenas tiene un odiado enemigo en la política, ése es Carlos Salinas de Gortari, con quien compitió en la polémica elección presidencial de 1988.

El primer mitin del día concluye en menos de 40 minutos. Luego del acto político, conducen al candidato al restaurantito del único hotel que hay en el zócalo local para ofrecer una conferencia de prensa.

La mayoría de los reporteros traemos la consigna, ordenada por nuestros jefes, de preguntar a Cárdenas su postura sobre la reciente entrada de la Policía Federal Preventiva a Ciudad Universitaria.

El candidato no duda su respuesta, y sentencia que dicho cuerpo policiaco está convertido en el brazo represivo del gobierno de Ernesto Zedillo. Dice que con

dinero del Estado se deben reparar los daños causados a la Universidad Nacional, durante 10 meses de conflicto⁴⁶.

En la vorágine de la efervescencia electoral, la mayoría de las veces lo más noticioso es lo coyuntural, y en este caso, la postura de un candidato presidencial sobre el tema del momento es lo que requieren en las redacciones de los diarios.

La conferencia no dura más de 20 minutos. Cárdenas y su comitiva se dirigen a su autobús; lo mismo hacemos los reporteros para continuar con el itinerario.

En la parte trasera del autobús, los estenógrafos ya transcriben el discurso y la conferencia de prensa.

Los colegas comentan la nota, mientras otros vaticinan que, si no ocurre algo extraordinario, lo dicho ya por el abanderado presidencial se perfila para ser la nota del día, sin que varíe en el resto de la jornada. Al candidato le conviene dar la nota lo más temprano posible para garantizar buenos espacios en los noticiarios radiales del día y en las planas de los diarios al siguiente.

Y así sucede. En otros dos mítines, prácticamente lo mismo. Sólo detalles y pinceladas que servirán para aderezar la nota.

Por ahí de las seis de la tarde decido que es hora de redactar la nota que ya esperan en la redacción del diario, y cuyo *budget* o adelanto de información religiosamente se tiene que enviar antes de las cinco de la tarde para ser considerado durante la junta de evaluación del periódico.

⁴⁶ Padilla, Mauricio. Pide Cuauhtémoc Cárdenas reparar daños de la UNAM con dinero del Estado. *Unomásuno*. México. 11 de febrero de 2000. p. 8.

Algunos reporteros llevan para ello su *laptop*, especialmente los de aquellos diarios que acostumbran dotar a sus enviados con la mejor tecnología; pero *Unomásuno* no tiene para darle esa comodidad a su reportero.

En la parte trasera del autobús, amontonadas, semi olvidadas, llevan tres máquinas de escribir que casi nadie utiliza para redactar sus notas, por la incomodidad que representa hacerlo sobre una mesa de autobús en marcha.

Decido probar suerte con una, mientras el autobús ya va en trayecto a la capital oaxaqueña. Resulta demasiado incómodo, a pesar de mi habilidad para mecanografiar, pero luego de ciertas complicaciones logró escribir la última línea de la nota de cuartilla y media que más tarde envió por medio de un fax público.

En tales circunstancias, es imprescindible que el reportero domine la redacción bajo los parámetros de claridad, sencillez y concisión, pues no es obligación del editor ni del lector tratar de descifrar los del reportero. Por mera vergüenza profesional, se debe tener claro que es el redactor quien tiene la obligación de hacer buen uso del lenguaje, en este caso escrito.

Cuando se cometen errores o imprecisiones en la redacción de los textos, no es nada grato que lo busquen a uno desde la redacción del diario para que aclare que quiso expresar, situación que, además de incómoda tanto para el editor como para el enviado, retrasa el proceso de edición del diario. De ahí la importancia de escribir bien.

Hay colegas que prefieren redactar a mano sus notas y dictar al auxiliar de redacción o al reportero de guardia de su medio; otros, los más avezados, lo hacen como se dice en la jerga periodística: *al vuelo*, es decir, hilando las ideas a partir de la lectura de sus datos en la libreta.

El arribo a la capital oaxaqueña ocurre en las primeras horas de la noche. Me reporto con mi jefe de información mediante un teléfono público; no llevo teléfono celular con el que me haya equipado la empresa para la cobertura. En cambio, sí cuenta el diario con una línea 01 800, mediante la que puedo establecer contacto sin costo.

Es obligación del reportero estar siempre en permanente contacto con la redacción; al término de una jornada, para saber si no se “ofrece algo”, como resolver alguna duda de la mesa de redacción, pero fundamentalmente para recibir instrucciones sobre la cobertura del día siguiente de parte del jefe de información.

Aquella llamada nocturna tras mi primera jornada de trabajo en la campaña revestía algo especial. ¿Habré cubierto las expectativas?

Emilio Vázquez, no me hace ningún comentario sobre mi desempeño, pero cuelgo el auricular con la confianza de haber hecho bien mi trabajo.

Al otro día, mi segunda jornada en campaña que consistirá en un solo mitin en la capital, y se cierra el primer acercamiento del reportero a la campaña de Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano.

2.2 El arduo trabajo en 139 días de campaña

Hay de campañas a campañas, y la de Cuauhtémoc Cárdenas fue de aquellas que denominan a ras de tierra.

A diferencia de otros aspirantes a la Presidencia de la República, el candidato de la Alianza por México dedicó buena parte del periodo de campaña para recorrer por tierra el vasto territorio mexicano.

Aquella etapa en la que estábamos inmersos reporteros y políticos, comentaba Pedro Etienne, coordinador de giras de la campaña, podría llamarse “la vida en el autobús”.

Y sí, porque en promedio las extenuantes jornadas en la cobertura de campaña se prolongaban hasta 14 horas al día a bordo del autobús.

Cárdenas nunca se trasladó, por ejemplo, en un helicóptero para llegar a un mitin. Todo, estrictamente todo, era a ras de tierra, salvo los viajes en vuelo comercial para arribar al estado marcado como punto de partida de dos, tres o hasta cuatro días de trabajo en campaña.

En los corrillos políticos, desde otras campañas y desde los círculos de los expertos en marketing político, se solía criticar, y hasta burlar, de la obstinación de Cárdenas de “ranchear” o “puebloar”.

Él, en cambio, afirmaba convencido que ni el mejor spot televisivo o radial podía sustituir el contacto directo con la gente.

Esa visión que le imprimió Cárdenas y su equipo a la campaña, marcó el rumbo de la experiencia profesional adquirida, y demandó de los reporteros un esfuerzo físico y mental que, con el paso del tiempo, dejó hundido a más de uno

en severas crisis de estrés, como en el caso de quien esto escribe, y a la mayoría con una implacable obsesión: dormir.

No era para menos. Durante 139 días cubrí la campaña en forma continúa, es decir, poco más de cuatro meses y medio que significaron cero descansos y entre cinco y seis días fuera de la ciudad de México.

Y no sólo eso; además, la tediosa rutina de levantarse, en promedio, entre las cinco y seis de la mañana, así como acostarse para tratar de dormir cuando el reloj marcaba las últimas horas del día o primeras de la madrugada.

Un par de párrafos de la nota del colega Juan Antonio Zúñiga, de *La Jornada*, registra en forma fidedigna el ritmo y los tiempos de un día en campaña. El 15 de abril publicó parte del itinerario del candidato del día anterior en tierras michoacanas:

“Cárdenas Solórzano visitó Muruata, la cabecera municipal de Aquila; de ahí se trasladó al poblado maderero y ganadero de Chinicuila, en el centro de la Sierra Madre Occidental, donde es visible la presencia militar y ostensible la de la policía judicial; luego, también en la sierra, se dirigió a Coalcoman, pasó por Tepalcatepec; fue detenido por campesinos y gente muy humilde del poblado 18 de marzo, en el municipio de Buenavista, quienes se apostaron en plena carretera para saludarlo.

“A las 21:30 horas llegó a la cabecera municipal de Buenavista, donde lo esperaba una multitud festiva y bullanguera que convirtió el mitin en toda una

celebración, y posteriormente se trasladó a Uruapan, donde ya al filo de la medianoche los pobladores lo esperaron para realizar otro multitudinario mitin”⁴⁷.

Con ritmos de trabajo como el descrito, apenas quedaba tiempo para medio cenar en el hotel reservado con antelación por el equipo de campaña, y apresurar los alimentos y ganar tiempo para dormir.

En esa etapa de mi desempeño profesional, concedí razón a las sabias palabras pronunciadas por quien fuera mi primer jefe de información, Víctor Torres, cuando a mediados de 1997 me presenté ante él en la redacción de *Unomásuno* para solicitarle trabajo.

Se levantó de su sillón, erigió su espigada figura ante mí, me miró severo y soltó en un tono algo ríspido:

-El periodismo es una profesión en la que se requiere tener mucha disciplina. Guardando las debidas proporciones, se precisa una disciplina casi como la del militar. Así que tú sabes si le entras.

Sinceramente me pareció una desproporción, pero al cabo de tres años, al experimentar en carne propia las exigencias que demanda el ejercicio de la profesión desde la cobertura de la campaña presidencial, me convencí a plenitud del significado de lo que me había dicho.

Ningún reportero de los adscritos cubrió la campaña en forma continua en un periodo tan prolongado como lo hice yo, con excepción de Héctor Álvarez, colega de *Notimex*, quien siguió a Cárdenas desde la etapa de precampaña. Ambos,

⁴⁷ Zúñiga, Juan Antonio. Desechar la contrarreforma de CSG en materia agraria, demanda Cárdenas. *La Jornada*. Diario. México. 15 de abril de 2000. pp.

desde el momento en que nos asignaron, no faltamos a una sola gira del candidato.

Mi permanente presencia en el autobús me dio el preciado derecho a tener un espacio reservado en los primeros asientos, a diferencia de lo que ocurrió a mi llegada a la campaña, cuando tuve que soportar el rudo zangoloteo del camión al que todos rehuían, y que era motivo de airados reclamos a *Mogoyán* o a *Toño*, los experimentados choferes que se alternaban en la conducción.

Desde la comodidad de la parte delantera del autobús, casi siempre teniendo como compañero de fila al entrañable Roberto Morales, de *El Economista*, recorrí desde las más importantes ciudades y municipios del país, hasta los poblados, localidades y rancherías más recónditas.

Fueron extenuantes las jornadas de trabajo en las diversas regiones en las que se dividen los casi dos millones de kilómetros cuadrados de la geografía nacional: la alucinante travesía vespertina por el desierto de Altar, en Sonora; las diáfanas aguas turquesa de El Caribe; las exuberantes selvas del sureste chiapaneco; los desolados poblados del seco Valle del Mezquital, en Hidalgo; los espesos bosques colindantes entre el Estado de México y Michoacán; las escarpadas montañas de la Sierra de la Rumorosa, en Baja California; la pujante comarca lagunera; la vertiginosa zona de Los Altos de Chiapas; la tierra caliente compartida por guerrerenses y michoacanos; la zona petrolera del sur de Veracruz; el área dispersa de cenotes en la Península de Yucatán; el territorio sudbajacaliforniano donde el desierto se junta con el mar; los fértiles valles sinaloenses; las playas casi vírgenes de Michoacán y Colima; las tres huastecas (hidalguense, veracruzana y potosina); los calurosos valles los Yaqui y del Mayo, en Sonora...

No fueron pocas las veces en las que se nos sometió con un alto grado de desgaste, aunque tengo la certeza de que en ello no hubo mala fe, sino fallas de índole logística por parte del equipo de campaña que programaba las giras.

Recuerdo que luego de una prolongada y tediosa jornada que culminó ya entrada la noche en Zamora, Michoacán, había que viajar hasta Aguascalientes, siguiente estado marcado en la agenda, a cuya capital arribamos cerca de las 3:00 de la mañana.

Entre somnoliento, fatigado y molido, el grupo de reporteros, al calor de la pasión y sin reconocer que ese no era un su papel, tuvo fuerzas para protestar por tan mala planeación, al informársele que la salida sería a las ¡siete de la mañana!

Y uno se preguntaba, con la cólera invadiendo el cuerpo, el por qué de tan mala planeación; el por qué de la desconsideración de programar una pernocta de tres, a lo mucho tres horas y media de descanso.

También ocurrió que, como parte del trabajo reporteril, en ocasiones recorrimos tortuosos trayectos para cubrir las actividades del candidato ante reducidísimos grupos de posibles electores.

En Xichú, Guanajuato, distante dos horas y media desde Dolores Hidalgo, cuna de la Independencia, Cárdenas remontó junto con los reporteros las estribaciones de la Sierra Gorda para encontrarse con no más de medio centenar de lugareños, a quienes prometió llevar la tecnificación a las parcelas que a duras penas daban para el autoconsumo de aquellos hombres y mujeres postrados en el olvido⁴⁸.

⁴⁸ Padilla, Mauricio. *Desenmascara CCS la pobreza en Guanajuato. Unomásuno*. México. 28 de febrero de 2000. p 6.

Narrar aquellas peripecias al final del día, mediante una nota informativa salpicada de detalles que le daban un matiz de crónica, hacía olvidar hasta el más grave malestar derivado de los riesgos que se corrían.

Sucedió también, que en una ocasión, de gira en la Sierra Norte de Puebla, más de un diario, y ese fue el caso del que yo representaba, no publicó al día siguiente una sola línea de lo acontecido en la jornada proselitista del candidato.

Las comunidades visitadas en su mayoría carecían de teléfono, y la nula señal de los celulares nos metió en un gran problema, derivado todo ello también de la falta de previsión por parte de la gente de la campaña.

Aquello era la locura entre el *pool*, porque era simplemente inverosímil que siendo enviado a la campaña no hicieras llegar información a la redacción.

Afirman Carlos Marín y Vicente Leñero que el reportero en calidad de enviado especial, antes que nada, “debe asegurar que podrán enviar su material”⁴⁹, y en ese sentido, quizá, varios cometimos ese error.

Frente a ese episodio, se ideó un plan emergente: abandonar el convoy del candidato para tratar de llegar a una población donde el servicio telefónico fuera suficiente, y desde ahí dictar la información.

Pero todo salió mal. Alrededor de las 10 de la noche llegamos al citado punto, sólo para encontrarnos con la angustiante realidad: dos teléfonos funcionando, que de poco servían para más de 15 reporteros que en tropel descendieron del autobús en franca disputa por enviar, antes que otro, la información a su redacción.

⁴⁹ Leñero, op. cit. p. 30.

Fue un desastre. Terminé de dictar mi nota informativa por ahí de las 11 de la noche. Era obvio que para esa hora las planas del diario ya estaban cerradas y nadie en la redacción se atrevería a hacer un cambio.

Al otro día, a más de uno nos llamaron la atención, pese a los argumentos que esgrimimos en nuestro descargo. Y es que es común que quienes esperan la información en las redacciones de los diarios, casi siempre se imaginan al reportero viviendo en la comodidad, conociendo lugares a costas del periódico, comiendo bien, y dejando la responsabilidad así, sin más, a un lado.

Situaciones como las descritas, las constantes presiones, el estrés y el cansancio que poco a poco se acumula en el *pool* de prensa, se tradujeron en más de una ocasión en diferencias entre los reporteros.

Si bien es cierto que entre la mayoría había un gran espíritu de camaradería, a veces surgían conflictos como el de la tolerancia que se les debía otorgar a quienes por costumbre solían abordar tarde el autobús para partir; la pugna entre los fumadores y no fumadores era otro punto de choque, así como la tardanza en la que incurrían algunos colegas para redactar su información y enviarla a su redacción.

En alguien cupo la prudencia, al proponer un diálogo sereno para tratar de llegar a los acuerdos necesarios que evitaran el deterioro de la convivencia diaria.

Abordo del camión, con el jefe de prensa de la campaña, Armando Machorro, como testigo, el diálogo fructificó: se fijaron tiempos de envío de la información y tolerancias para abordar el autobús; se determinaron zonas para fumadores y no fumadores. Se notó la determinación de todos por llegar a buenos arreglos.

Aquella plática y negociación se desarrolló en el municipio jalisciense de Ahualulco de Mercado, de ahí que aquellos consensos fueron bautizados como los Acuerdos de Ahualulco.

Al amparo de esos acuerdos, los colegas determinaron dejarnos a Roberto Morales de *El Economista* y al autor de este reporte, en Tuxtepec, Oaxaca, por no llegar dentro de la tolerancia marcada para la partida del autobús. Maleta en mano, salimos ambos del hotel donde nos hospedábamos cuando ellos ya habían partido para comenzar la jornada ese día.

No nos quedó otra que reencontrarnos con el *pool* horas más tarde, mediante la contratación de un viaje en taxi que le salió carísimo a nuestros respectivos periódicos.

La campaña avanzaba pero el candidato simplemente no prendía en el ánimo de la gente; un constante tercer lugar en las encuestas hacía vaticinar su derrota el 2 de julio.

En el ánimo de los reporteros, como en mi caso, se comenzó a ansiar el fin de la campaña. Cada itinerario que se nos entregaba, donde se detallaba una nueva gira, para muchos más bien era “una menos”.

El tedio de levantarse casi de madrugada para abordar un avión dos o tres veces a la semana, poco a poco se convirtió en un martirio. Y es que la implacable necesidad de dormir no cedía, por el contrario, aumentaba.

La “otra orilla” a la que ansiábamos arribar, como solíamos llamarle al final de la misión, se nos presentó con una carga aún más intensa de trabajo.

Los cierres regionales programados no guardaban una relación geográfica armónica. Es por ello que, de última hora, los organizadores de la campaña

contrataron un avión de los llamados *charter*, porque sólo de esa manera era posible cumplir con tan alocada agenda final.

En su último día de campaña, 28 de junio, cuatro días antes de la elección, por inverosímil que parezca, Cárdenas Solórzano tuvo cierres en Ciudad del Carmen, Campeche; Tapachula, Chiapas; Chetumal, Quintana Roo, y Juchitán, Oaxaca.

A las 21:10 horas de aquel día, el candidato cerró su campaña, luego de arengar a miles de lugareños de la región ístmica a no votar por sus contrincantes Vicente Fox y Francisco Labastida Ochoa⁵⁰.

Como conclusión, he de decir que con la cobertura durante casi 140 días de la campaña presidencial de Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, doy fe de que, en efecto, como me lo dijo algún día Víctor Torres, mi primer jefe de información, el ejercicio del periodismo demanda a quien lo ejerce una disciplina que en mucho se asemeja a la del militar.

⁵⁰ Padilla, Mauricio. Ni un voto al PRI, ni un voto al PAN, pide Cárdenas en Oaxaca. *Unomásuno*. México. 29 de junio de 2000. p. 6.

CAPÍTULO 3

BALANCE DE LA COBERTURA

En este capítulo se sopesará el resultado de la cobertura de la campaña presidencial. Se señalará qué le dejó al reportero haber recorrido en la labor informativa prácticamente todo el territorio nacional, detrás de un político en busca de los votos que lo llevaran a la Presidencia de la República.

Para conformar un balance como el que aquí se plantea, y fundamentar a la vez los resultados de la cobertura, es indispensable responder a dos preguntas: ¿qué se hizo durante la campaña presidencial?, y ¿qué se vio durante ese periodo?

En un apartado, por otra parte, se describirá cuáles fueron los resultados tangibles de la cobertura y, por último, para qué sirvió el trabajo del reportero.

3.1 Resultado profesional de la cobertura

Solía decir a un viejo periodista que cuando los reporteros se forjaban a fuerza de empirismo en las redacciones de los diarios y en la brecha del trabajo cotidiano en las fuentes de información –previo al auge de las carreras universitarias de periodismo y ciencias de la comunicación-, se requerían unos siete años para atesorar las aptitudes necesarias que les permitieran sobrevivir en la profesión.

Verdad o mito, quién sabe, pero mi caso particular creo que se cuece aparte por dos razones fundamentales: primero, por incursionar en las aulas universitarias y, segundo, vivir la experiencia de cubrir la campaña presidencial de Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano en 2000.

Este segundo aspecto me dio la oportunidad de acumular, en menos tiempo de los supuestos siete años, las aptitudes a las que se refería aquel avezado reportero.

Ello, estoy convencido, es el resultado profesional más tangible e importante de la cobertura de la campaña.

Sin embargo, tal resultado se complementa con el hecho de que la campaña me permitió conocer a fondo el ejercicio del periodismo, al que define Martín Vivaldi como “medio de comunicación social, cuya misión fundamental es la de difundir entre los hombres información, orientación y pasatiempo en intervalos de tiempo determinados”⁵¹. El periodismo, dice el autor, es una “necesidad existencial del hombre moderno que se siente ciudadano del mundo y necesita saber lo que

⁵¹ Martín Vivaldi, Gonzalo. *Géneros Periodísticos*. Ed. Paraninfo. Madrid. 1979. p. 370

pasa a diario en él. Sociológicamente debe considerarse al periodismo como un servicio público o como el ejercicio privado de una función pública”⁵².

A la par, la cobertura también me colocó ante otra ventaja invaluable: encararme con mi nación, mirarla de frente, conocer sus problemas, lo que para el periodista es indispensable para ejercer.

En mi nación vive la sociedad a la que se busca servir desde la trinchera periodística, y en esa nación interactúan Estado, poder político, poder económico, cultura, tradiciones; además, su riqueza territorial, sus abundantes recursos, pero también su miseria y atraso en no pocas regiones.

¿Qué se hizo durante la campaña? Reportear, para ponerlo en términos llanos; se ejerció la profesión de reportero, cuya misión, define Vicente Leñero y Carlos Marín: “busca noticias, hace entrevistas...vive con interés constante y sonante en lo que sea que atraiga atención pública; está enterado de los principales acontecimientos y tiene frecuente contacto con los protagonistas y proveedores de la información. El reportero es un cazador en estado permanente de alerta”⁵³.

En este caso, proveer de información desde la campaña presidencial para jerarquizarla de acuerdo con los criterios noticiosos o factores de interés periodístico como les llaman Leñero y Marín, autores que hacen la siguiente clasificación: actualidad, conflicto, expectación, hallazgo, hazaña, humorismo, magnitud, progreso, prominencia, proximidad, rareza⁵⁴.

Reportear en la campaña implicó, primero, emprender una labor de compilación de datos. Por ello, en cientos y cientos de hojas de libreta quedaron

⁵² *Idem.*

⁵³ Leñero, op. cit. p. 23-24.

⁵⁴ *Ibidem* p. 53-59

plasmados miles de ellos, a los que, avanzada la tarde o entrada la noche, había que darles coherencia periodística en hora u hora y media de apresurada mecanografía, para ser enviados a la redacción del diario.

Estos datos e información se recogieron de diversas formas: a través de la toma de notas de discursos pronunciados en mítines, conferencias de prensa, entrevistas informales o *banqueteras*, también conocidas como *chacaleos*. En algunos casos, de documentos que se elaboraron en el equipo de campaña para una mejor contextualización de la gira del candidato (población de municipios, trascendencia histórica, tendencia política, entre otros datos).

Así, se obtuvieron datos valiosos que garantizaban buen despliegue en las planas del diario; en su mayoría, simples opiniones y declaraciones que adquirieron relevancia al calor de la efervescencia electoral.

No pocas veces meros *dimes y diretes* –que no información- que se tienen que consignar en los textos periodísticos, porque la estridencia, el vituperio y la descalificación, hay que reconocerlo, han ganado terreno en la planas de los periódicos y en los otros medios de comunicación, y más todavía tratándose de una campaña presidencial.

En la campaña también se obtuvo información fuera de grabadora, *off the record*, esa que, de acuerdo con Héctor Borrat, “el periódico no publica...ni, por consiguiente, la atribuye a fuente alguna”⁵⁵. Se trata de información para consumo personal, seguir pistas, confirmar o desechar versiones.

Nombres de personajes, municipios, pueblos, localidades, rancherías, sierras, montañas, monumentos, plazas, ríos, también quedaron asentados en las libretas

⁵⁵ Borrat, Héctor. *El periódico, actor político*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona. 1989. p. 58.

como datos, muchos de éstos para poner en contexto el acontecer del candidato Cárdenas Solórzano a su paso por el vasto territorio de la nación.

También frases, cientos de éstas, tanto del candidato como de sus interlocutores; como aquella que le soltó un campesino, en Río Verde, San Luis Potosí, quien le dijo sin tapujos: estamos “empobrecidos, jodidos, encabronados”, al quejarse de las condiciones laborales en el campo⁵⁶.

En los apuntes del reportero quedaron plasmadas también las monótonas cifras y estadísticas que sirven al poder político y a los políticos para dimensionar los problemas del país; en algunos casos para evidenciar al oponente , y en otros para incitar el voto, o sea, como promesa de campaña: crecimiento económico de siete por ciento acumulado al término del sexenio; creación de un millón 200 mil empleos; pérdida de 25 por ciento del poder adquisitivo; aumento equivalente a ocho por ciento del Producto Interno Bruto al sector educativo; 89 por ciento de habitantes del estado (Guanajuato), esto es 4.5 millones, en condiciones de pobreza; inversión de 45 mil a 50 mil millones de pesos en cada uno de los próximos tres años, destinados a la industria de la construcción...

Detalles y situaciones útiles para aderezar la crónica cuando la ocasión así lo ameritó; como el “imponente cuaco El Tostón”, en cuyo lomo el aspirante presidencial arribó al zócalo de Apatzingán, Michoacán, y del cual se tenía que describir su espectacular pelaje tordillo tostado⁵⁷.

⁵⁶ Padilla, Mauricio. Acepta Cárdenas participar en un debate entre los seis aspirantes a la Presidencia. *Unomásuno*. México. 21 de febrero de 2000. p. 6.

⁵⁷ Padilla, Mauricio. Llama Cárdenas a priistas y panistas desilusionados a sumarse a la Alianza. *Unomásuno*. México. 21 de mayo de 2000. p. 8

El tortuoso y peligroso –por serpenteante- viaje en camionetas por las brechas y voladeros en las entrañas de la Sierra Gorda guanajuatense, en travesía desde la cuna de la Independencia, Dolores Hidalgo, hacia un pueblito llamado Xichú, donde el candidato reúne en la placita local a no más de 100 de personas para prometerles llevar la tecnificación a sus tierras yermas que apenas hacen crecer cultivos para medio comer⁵⁸.

O el rostro que dibuja la inocultable molestia e incomodidad de Cuauhtémoc Cárdenas, cuando al finalizar un mitin en Huanímaro, Guanajuato, un grupo de porristas, quizá previendo ya el destino final de la campaña, agitaban sus bolas de rafia y gritaban a todo pulmón: “¡Cuauhtémoc ganará/Cuauhtémoc ganará/y si por las dudas llegara a perder/Cuauhtémoc no llorará/no llorará/uhhh!”⁵⁹.

“¡Aquí, compañeras y compañeros, oyendo al grupo de entusiastas compañeras –dijo aludiendo a las espontáneamente mal vistas mujeres- nadie sabe perder, aquí vamos a ganar...no tenemos más destino que la victoria el 2 de julio!”⁶⁰, trataba de enmendar la plana el candidato, que tuvo que regresar al templete, pues el incómodo estribillo lo agarró a media escalera cuando ya se retiraba del lugar luego de pronunciar un discurso.

En los apuntes quedaron registrados el sombrero multicolor con el que ataviaron al candidato los pobladores chiapanecos de la región de Los Altos; los atuendos indígenas, que hubiera sido imperdonable no describir, como aquellos huipiles impecablemente blancos y tocados con flores de rosa intenso bordadas a

⁵⁸ Padilla, Mauricio. Desenmascara CCS la pobreza en Guanajuato. *Unomásuno*. México. 28 de febrero de 2000. p. 7.

⁵⁹ Padilla, Mauricio. Inventan la porra del candidato perdedor CCS. *Unomásuno*. México. 17 de abril de 2000.

pp.
⁶⁰ *Idem*.

manos, o la falda de manta, huaraches y sombreros con tiras de colores que vestían a las mujeres y hombres del color de la tierra con los que tuvo contacto el candidato.

¿Qué se vio durante la campaña?

Lo que se vio fue gracias al recorrido por los caminos de México. Por ello, antes de entrar de lleno a responder este punto, resulta preciso dimensionar en qué consistió el paso por el territorio nacional durante casi 140 días de cobertura de la campaña presidencial de Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano.

Ello dará una idea de que la campaña resultó enriquecedora para alguien que optó por la profesión de reportero. Y es que la travesía por México no pudo dejar mejor resultado: la observación de buena parte de los problemas que aquejan a una sociedad a la que se busca servir desde la trinchera periodística.

Entre febrero y julio de 2000 recorrí junto con los demás reporteros la ostentosa cifra de 100 mil kilómetros a lo largo y ancho del territorio nacional, en avión, autobús, camionetas y vehículos, siempre detrás del candidato durante su trabajo proselitista en busca del voto de los ciudadanos.

De Tijuana, Baja California, a Tapachula, Chiapas, y de La Paz, Baja California Sur, a Cancún, Quintana Roo, es decir, de un extremo a otro.

La campaña me llevó, con excepción de Nayarit, a todos los estados del país siguiendo las actividades del candidato. Los reporteros nunca supimos por qué el electorado de esa entidad fue desdeñado por los estrategias de la campaña.

Con base en información estadística compilada por el equipo de campaña del candidato, se pudo establecer -además de la cifra de 100 mil kilómetros

recorridos-, que se visitaron 291 municipios, algo así como 390 ciudades y poblados, y 245 de los 300 distritos electorales en los que se divide el país.

De acuerdo con esos mismos datos, el candidato habría participado en poco más de 250 actos públicos, durante los que entró en contacto con 850 mil habitantes de las más diversas regiones de la geografía nacional.

Podría decirse que 245 municipios representan un porcentaje mínimo de los que existen en el país si se toma en cuenta que hay más de dos mil; lo mismo podría argumentarse del contacto con los 850 mil habitantes calculados, en una nación en la que por esas fechas rebasaba los 100 millones de personas. A pesar de ello siento que conozco a México.

Haciendo un repaso mental sobre aquella etapa, no puedo pensar en otra cosa sino en que en los cálculos de los hombres de la campaña hay algo mal. Tengo la percepción de que recorrimos mucho más. Quizá se deba a lo extenuante, tediosa y monótona en que terminó convirtiéndose la campaña hacia la recta final.

Con tales datos como contexto, ahora sí es conveniente responder a la pregunta: ¿qué se vio?

Se vio a una nación incapaz de despojarse de ancestrales problemas, los cuales cada seis años, cada campaña presidencial, son objeto de manoseo político y de promesas recicladas permanentemente incumplidas.

Porque estoy seguro de que las mismas propuestas que escuché y reporté durante mi trabajo periodístico en la campaña, con variantes por supuesto, las pusieron por delante de los electores muchos candidatos antes que Cárdenas Solórzano.

México sigue manteniendo, por ejemplo, a sus pueblos indígenas en la más ominosa de las pobrezas, lo mismo que a sus campesinos y obreros, y subyugados a realidades que se suponían rebasadas.

Lo paradójico es que, todo ello, en una nación cuyo territorio –alrededor de dos millones de kilómetros cuadrados- está lleno de riqueza natural, llámese petróleo, gas natural, recursos madereros, acuíferos, pesqueros, turísticos, mineros...

El paso por el México de contrastes me colocó frente a la miseria de los productores arroceros de Champotón, Campeche; de cara a la sed de miles de niños habitantes del árido Valle del Mezquital, cuyos primeros años los sobreviven bebiendo aguamiel y en no pocas ocasiones pulque, ante la falta de agua potable; y como espectador de los estragos que padecen los productores de manzana de Zacatlán, Puebla, cuyo fruto es incapaz de competir con la que se importa de Estados Unidos y que lleva por nombre la capital de ese país: *Washington*.

También fui testigo de la pobreza de los productores de vainilla en Papantla, Veracruz, víctimas de intermediarios y acaparadores que se quedan con la mayor parte de la riqueza generada en esa región, tal y como sucede en otros muchos lugares del país y no sólo en el ámbito agrícola, porque en el pesquero, por ejemplo, también se escamotea la paga a quienes en forma directa sacan los productos del mar.

En la llamada comarca lagunera vi la languidez de los otrora emprendedores productores algodoneros; y de los productores de lácteos, que se quejaron ante el candidato de la indiscriminada entrada a México de leches en polvo de los más insospechados países, situación que los mantiene en forma permanente al borde de la quiebra.

El recorrido durante la campaña también puso frente a los ojos de los reporteros la paupérrima situación de los trabajadores de la zafra, la copra y el café; del nopal, la tuna y el agave...y así, de casi todos los productos agrícolas de casi todas las regiones de la nación, como en Tlahualilo, Durango, famoso en el pasado por la producción de enormes sandías y jugosos melones, sólo presentes en aquellos tiempos de campaña en la memoria de los pobladores.

Los reporteros adscritos a la campaña también fuimos testigos de pueblos abandonados por sus hombres, y en los que sólo se ven mujeres y ancianos al cuidado de los hijos y los nietos, porque el papá tuvo que emigrar a Estados Unidos para ganar el sustento que en la patria no pudo obtener.

Escribir aquí todo lo que se vio sería un desafío a la memoria, pero además podrían consumirse hojas y hojas que rebasarían el número promedio requerido para un trabajo de esta naturaleza. Pero en el acontecer cotidiano de la campaña quedaron grabados los problemas de los comerciantes, los industriales, las mujeres, los obreros, los ganaderos, los pequeños empresarios, los sindicalizados.

Cuando hablo de realidades que se suponían rebasadas, las historias surgieron para ser contadas.

Como el doble rostro de un Cancún-Playa del Carmen, Quintana Roo, apto para atraer y hospedar a miles y miles de turistas nacionales y extranjeros en los más lujosos hoteles, pero incapaz dar vida digna a unos 20 mil habitantes de la colonia Luis Donaldo Colosio, carentes de los más elementales servicios.

Otro ejemplo: la ominosa difusión de mensajes radiales entre la población de Mérida, Yucatán, convocando a los beneficiarios de programas sociales para asistir a una reunión de evaluación del Progreso, justo a la misma hora en la que

el candidato Cárdenas encabezaría un mitin, hecho que los hombres de la campaña atribuyeron a maniobras desde el poder priísta local.

Uno más: la sentida demanda de gente que llegó a Torreón, Coahuila, acompañada de sus hijos, para pedirle al candidato meter al orden a la metalúrgica *Met Mex Peñoles*, responsable –acusaron- de envenenar con plomo, arsénico y cadmio el ambiente de la región.

Y si en el pasado se hablaba del acaparamiento de tierras por parte de terratenientes y latifundistas, en pleno Siglo XXI a Cárdenas lo pusieron al tanto de que en la comarca lagunera lo que se monopoliza es el agua, ya que tan sólo una familia de la región tenía bajo su control no uno ni dos ni tres pozos, sino 250.

Todas éstas son estampas de lo que a los hombres de la campaña, los cercanos a Cárdenas Solórzano, se les ocurrió llamar el *México profundo*, el México que para los políticos sólo es objeto de atención en época de campañas, y que para el resto de la sociedad prácticamente no existe.

Y no existe porque no lo han visto ni vivido tan de cerca, como los reporteros que estuvimos adscritos a aquella inolvidable cobertura de la campaña presidencial, en la que se nos metió por los sentidos la esencia del mexicano abandonado a su suerte.

3.2 Resultados tangibles de la cobertura

De nada valdría el trabajo de un reportero si lo que hace durante una jornada de talacha no se ve reflejado en productos tangibles, cuyo destinatario es el lector.

Para el profesional de la información, éstos no pueden ser otra cosa que los textos publicados en las planas del diario para el cual trabaja, y que, necesariamente, se envían a la redacción bajo las características del género periodístico que se decida utilizar.

Los géneros periodísticos, afirma Lorenzo Gomis, contribuyen a una “asimilación rápida de la realidad”⁶¹, y dan la posibilidad de “hacer llegar al receptor el mensaje, con relativa rapidez y seguridad”⁶².

Durante la campaña publiqué más de 100 textos periodísticos, en su mayoría notas informativas y, en segundo término, crónicas cuando la ocasión así lo ameritó.

Sin embargo, debo mencionar que desde finales de los setenta y principios de los ochenta, *Unomásuno*, un periódico vanguardista en esa época, ante la falta de espacio con el que contaban los de formato más amplio, se vio en la necesidad de publicar una especie de híbrido de nota y crónica.

A lo largo de la historia del diario, los diferentes jefes de información ordenaban a los reporteros lo que se bautizó como *nota cronicada*, una especie de género que, en mi caso particular, no conocí durante mi paso por las aulas universitarias, pero que le resolvió al diario el problema de no publicar la nota informativa plana caracterizada por el dijo, afirmó, expresó, manifestó, destacó, comentó, entre otros

⁶¹ Gomis, Lorenzo. *Teoría del periodismo*. Ed. Paidós. Madrid. 1991. p. 44.

⁶² *Idem*.

verbos, y si en cambio un texto con esas características hasta cierto punto, pero aderezado con lo que en el argot se denomina *color*, es decir, con datos que dan una idea al lector del ambiente que envolvía un mitin, una marcha, una sesión de algún órgano colegiado. En síntesis, con detalles descriptivos de la situación.

De esta especie de mezcolanza tuve que echar mano durante los tiempos de campaña, por órdenes de mi jefe de información y de *motu proprio*.

Ello me permitió, como reportero, ir más allá de lo que se enseña como académicamente correcto en el transe de la universidad, es decir, responder en el texto periodístico a las preguntas esenciales, que según Silvia González⁶³, son: qué, quién, cómo, por qué, dónde, cuándo.

Pero el reportero tiene la oportunidad, al escribir la *nota cronicada*, de dar a conocer al lector lo que vio, olió, oyó, para darle una idea más clara del contexto en el que sucedió lo noticioso que se está reportando. Incluso me di la libertad hasta de emitir algún juicio; no de manera malintencionada, sino para tratar de dar una mejor idea de lo que ocurrió.

Por ejemplo, durante el mitin que Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano encabezó en el campus de la Universidad Nacional Autónoma de México, hacia finales de junio de 2000, y en el que a mi juicio la nota no fue lo que dijo el candidato a la comunidad universitaria, sino lo que suscitó la presencia de éste en aquella concentración dividida entre sus partidarios y sus detractores.

En aquella *nota cronicada* quise informar y describir al lector, primero, que las condiciones de encono entre la comunidad universitaria habían llevado a pronunciar a Cárdenas uno de los discursos más cortos de su campaña, y

⁶³ González, Silvia. *El ejercicio del periodismo*. Ed. Trillas. México. 1997. p. 17.

enseguida, que la presencia del perredista polarizó todavía más a la comunidad estudiantil, porque al final terminaron liándose a golpes unos contra otros, en aquel espacio empastado que se ubica entre la Torre de Rectoría y la Biblioteca Central⁶⁴.

Los resultados tangibles de la cobertura de la campaña presidencial son cada letra, línea y párrafo que quedaron asentados en las páginas del diario entre febrero y julio de 2000.

Algunas de esas letras, líneas y párrafos que envié a la redacción en aquellos días de campaña, ganaron un lugar como nota principal del periódico; otros más, en primera plana sin ser principal, pero en su mayoría, mi trabajo, debo reconocerlo, se vio reflejado en las páginas interiores del diario, y no con el despliegue que hubiera deseado.

Me hubiera gustado que dentro de los productos tangibles de la cobertura pudiera mencionar una entrevista como género que le hice al candidato abordó del autobús que lo transportaba, pero ello no es posible.

El texto, a final de cuentas, no se publicó por falta de planeación en el periódico.

Este es el más claro ejemplo de lo que líneas atrás se escribió, en el sentido de que si el trabajo del reportero no se redondea con la publicación de un texto en las planas del diario, queda en el limbo.

Pero ese trabajo tangible ¿para qué sirvió?

⁶⁴ Padilla, Mauricio y Robles, Leticia. Cárdenas polariza aún más las posiciones en la UNAM. *Unomásuno*. México. 23 de junio de 2000. pp.

El esfuerzo desplegado por el periódico *Unomásuno* para tener un enviado permanente en la campaña, y del reportero para cubrir las actividades en forma cotidiana y constante, sirvieron para mantener informados a los lectores del periódico sobre el acontecer diario de uno de los frentes políticos, cuyo proyecto político de izquierda pretendía ser llevado a la Presidencia de la República.

Mediante mi trabajo, los lectores del periódico tuvieron información obtenida de primera mano, que de mi parte fue reportada siempre tratando de apegarme a los hechos tal como sucedieron, aunque debo reconocer que nunca perdí de vista mi condición de empleado de una empresa periodística con intereses particulares, filias y fobias. Está claro que *Unomásuno* tenía un candidato y ése era Francisco Labastida Ochoa.

Afirma Petra Secanella que “la famosa independencia del periodista es más un ideal que otra cosa. A veces un espejismo, una ilusión”⁶⁵. Coincido.

Pero a pesar de ello, en mi trabajo los lectores nunca encontraron autocensura, entendida ésta por el periodista Raymundo Riva Palacio como “la claudicación de una mente independiente y la subordinación intelectual al poder”⁶⁶.

Reproduje en mis textos periodísticos las críticas hacia el sistema político priista, salvo la ocasión en que expresamente el coordinador de información suplente me sugirió que no fuera así, en gira por Tabasco, hecho que describí en un capítulo anterior.

Hubiera sido un despropósito profesional no entenderlo de esa manera, porque a final de cuentas el lector sabe cuándo se le está tratando de tomar el pelo, y el

⁶⁵ Secanella, Petra. *Periodismo de Investigación*. Ed. Tecnos. Madrid. 1986. p. 13.

⁶⁶ Riva Palacio, Raymundo. *La prensa de los jardines*. Ed. Plaza y Janés. México. 2004. p. 23.

reportero tiene perfectamente claro que la amplísima oferta de medios de comunicación lo hacen fácilmente evidenciable.

Si hubo censura, ésta vino de parte de la empresa, y baste recordar aquí que, en el Capítulo I, di cuenta de la forma como Óscar Vázquez, encargado de la jefatura de información los fines de semana, durante una gira por Tabasco, me sugirió minimizar en mi nota las severas críticas que Cárdenas hizo contra el Partido Revolucionario Institucional y a su candidato, por la política petrolera por ellos emprendida.

Este hecho no me espantó ni me espanta, porque tuve claro que *Unomásuno*, como cualquier diario, tenía ciertos intereses.

Así fue mi desempeño en la campaña, durante la que tampoco tuve la intención de inflar o desinflar los mítines del candidato Cárdenas Solórzano, como solían hacer algunos colegas de ciertos medios de comunicación, que hablaban de cifras que parecían salir de su imaginación, o viceversa, porque también estaba el caso de los que se quedaban cortos en sus cálculos.

Siempre incluí en los textos enviados a la redacción del diario, las propuestas planteadas por Cárdenas Solórzano para mejorar los distintos ámbitos de la sociedad mexicana. Nunca reproduje solamente *dimes y diretes*, así como tampoco declaraciones tronantes y estridentes que, si bien acaparan reflectores, no dejan al lector margen para la reflexión sobre las propuestas de gobierno.

Creo que la postura adoptada por el periódico con el candidato de la Alianza por México, terminó facilitando mi labor frente a los lectores, situación que se vio todavía más favorecida por la condición de tercer lugar en las preferencias

electorales en la que se situó durante buena parte de la campaña, según las encuestas.

Esto me dio la libertad, como ya lo mencioné, para no autocensurarme y dar un trato fidedigno a la información generada desde la campaña. Todo ello, al no ser Cárdenas Solórzano una amenaza para el candidato del periódico y sí, en cambio, una constante fuente de críticas al abanderado Vicente Fox; él sí, un peligro para Francisco Labastida.

Así, el lector de *Unomásuno*, mediante la información que envié para ser publicada, no encontró sesgos de mi parte; se reportaron los hechos y las propuestas que ofrecía el político michoacano, y en esa medida el lector pudo utilizarla para determinar el sentido de su voto o sólo para mantenerse al tanto de una de las campañas.

Como conclusión de este capítulo, es menester redondear sobre cuáles son los dos resultados más tangibles de la cobertura.

Por un lado, el que la campaña me permitió, en un periodo relativamente corto, atesorar las aptitudes necesarias para desempeñar la profesión en forma óptima en el trabajo como reportero en los medios de comunicación.

Y por otro, que la cobertura, al realizarse a lo largo y ancho del territorio nacional, me colocó ante la invaluable oportunidad de conocer a mi país y entender los problemas de la gente de las más diversas regiones.

Estoy convencido de que el reportero que cubre una campaña presidencial, o que por alguna otra circunstancia ha recorrido el país desempeñando su trabajo profesional como informador, está en mejores condiciones de efectuar su labor.

¿Por qué? Porque se trae a México y a su gente metido en los sentidos y en los sentimientos.

CONCLUSIONES

En este apartado final es conveniente hacer una referencia acerca de las simetrías y asimetrías que detecté entre mi desempeño profesional y los conocimientos adquiridos en el curso de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

Me referiré primero a las simetrías.

Fundamental para mi desempeño como reportero fue la sólida educación que me brindó la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, que cumplió a cabalidad con la función de formarme una visión en aspectos que son fundamentales para quien ejerce la labor de informar.

Los acercamientos a los temas históricos, económicos, filosóficos, políticos y sociales durante los primeros meses de la carrera -tanto de México como del resto del mundo, del presente y del pasado-, se erigieron a la postre en pilar para el desempeño profesional.

La universidad es responsable de dotar al estudiante de los elementos que le permitan atesorar, al menos, un bagaje mínimo cultural para el mejor desempeño de su función social, y en ese punto la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales cumplió con su cometido.

¿Cómo entender la cultura política del país sin haber repasado los procesos históricos de la nación desde su origen y las distintas etapas de su devenir? ¿Cómo tener nociones de temas económicos sin las lecturas de economía política? ¿Cómo acercarnos a la globalización sin abordar en las aulas la historia mundial económica y social?

En fin, todos estos temas terminaron por darme la capacidad para entender de mejor manera la realidad en los distintos ámbitos y materias, y de esa forma estar

mejor preparado para acometer, de manera informada, la labor de difundir noticias acerca de la situación actual desde una perspectiva periodística.

Por otra parte, en cuanto a las asimetrías, considero que a pesar de la vinculación con las aulas universitarias durante cuatro años, al egresar lo hice sin la práctica que me permitiera, con solvencia, hacer frente a la labor de reportear.

Desde mi punto de vista, si bien egresé capacitado para redactar textos periodísticos de acuerdo a la teoría, ya en el ejercicio profesional caí en la cuenta de que la labor del reportero es mucho más compleja y que va más allá, por ejemplo, de la mera redacción de notas informativas basadas en boletines de prensa.

En síntesis, desde mi punto de vista, la formación periodística que tuve se caracterizó por una alta dosis de teoría. Sin embargo, con este señalamiento no pretendo minimizar su importancia, pues en el fondo se trata del sustento del periodista.

Este hecho me dejó una sensación: lo asimilado en la universidad, en cuanto a conocimientos periodísticos, si bien fue muy útil, quedó corto frente al tamaño del reto que significó acometer la transición estudiante-profesionista.

El desconocimiento de lo que entraña trabajar en un medio de comunicación y la falta de práctica para resolver problemas cotidianos que se me presentaron, son dos elementos que se unieron para tornar tortuoso mi tránsito hacia la profesión.

Cabe aquí entonces, desde mi punto de vista, la aseveración repetida con cierta regularidad en el medio periodístico: las escuelas y facultades enseñan muchas cosas útiles para el oficio, pero muy poco del oficio mismo.

Sería una quimera pensar que de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales egresáramos estudiantes listos para hacer un periodismo competente que nos sirva de picaporte para acceder a las redacciones. Sé que sólo la práctica, y nada más, da la solvencia de la que, considero, adolecí al egresar.

Sin embargo, creo que hubiera sido óptimo egresar con un mayor conocimiento de la profesión y con una mayor preparación para enfrentar el reto de hacerme un lugar en el competitivo mercado laboral.

Es preciso, desde mi punto de vista, la aplicación de ciertas prácticas y actividades que nos acerquen al oficio, y es ahí donde considero que la facultad debe jugar un papel más activo, de tal forma que se logre, en mayor medida, salir al medio profesional con un mejor conocimiento del oficio mismo.

ANEXO

Semblanza de Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano

Hijo del general y presidente de México Lázaro Cárdenas del Río y de Amalia Solórzano, Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano nació el 1 de mayo de 1934, en el Distrito Federal.

De profesión ingeniero civil, estudió en la Escuela Nacional de Ingenieros de la Universidad Nacional Autónoma de México, a la que ingresó en 1951 y egresó en 1957, y en la que tuvo como maestros al emblemático izquierdista Heberto Castillo y al destacado Javier Barros Sierra.

A su paso por la universidad, se fue incorporando a las actividades de tipo político. En 1954 fue designado presidente del comité nacional formado en su *alma mater*, en protesta por la intervención extranjera en Guatemala y el derrocamiento del presidente Jacobo Arbenz.

En el ámbito profesional, en 1959 Cárdenas se desempeñó como secretario del comité de estudios de la cuenca del Río Balsas, cuyo titular era el mexiquense Alfredo del Mazo.

A los 32 años, se convirtió en el director del Movimiento de Liberación Nacional, organismo surgido de la Conferencia Latinoamericana por la Soberanía Nacional, a la que habían convocado, entre otros, su padre, Lázaro Cárdenas del Río. En ese movimiento coincidió con personajes que, a la postre, destacarían en sus respectivas actividades: Carlos Fuentes, Víctor Flores Olea y Enrique González Pedrero.

Respecto a su vida personal, el ingeniero -como le llaman sus cercanos- se casó con Celeste Batel, en 1963, y con quien procreó tres hijos: Lázaro, Cuauhtémoc y Camila.

En el ámbito partidista, se desempeñó como presidente del consejo técnico consultivo de la Confederación Nacional Campesina del Partido Revolucionario Institucional (PRI), en 1967.

En 1975 fue nombrado presidente del Consejo Consultivo del Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales del partido.

Fue senador de la República y miembro del gabinete ampliado del presidente José López Portillo, en cuyo gobierno ocupó el cargo de secretario Forestal y de la Fauna de la Secretaría de Agricultura y Ganadería.

En 1979 renunció a esa posición para contender por la gubernatura de Michoacán, la tierra de su padre, y la que lo vio crecer a él en muchas etapas de su vida. Ocupó el Ejecutivo de ese estado entre 1980 y 1986.

Al término de su mandato, y de regresó en la capital del país, fue artífice de un movimiento dentro del priísmo, en demanda de reglas claras para la postulación de candidatos a puestos de elección popular.

Más tarde, ello redundaría en una de las escisiones más importantes en ese partido, que derivó en la formación de la llamada Corriente Democrática, y que más tarde saldría de las filas del llamado tricolor.

Su aspiración por aquel entonces era convertirse en candidato a Presidente de la República, por lo que al no lograrlo a través del PRI, se registró como abanderado del Partido Auténtico de la Revolución Mexicana.

Diversas instituciones políticas se unirían a esa candidatura en el llamado Frente Democrático Nacional, para competir por la Presidencia contra Carlos Salinas de Gortari, el candidato del tricolor.

En su campaña encontró simultáneos apoyos reflejados con plazas llenas a donde asistía durante su campaña.

Sin embargo, la elección presidencial fue ganada por Salinas de Gortari, tras una controvertida jornada electoral en la que se “cayó el sistema” de conteo de los votos, de lo que se señala como responsable al político poblano Manuel Bartlett, entonces secretario de Gobernación, instancia desde la que se organizaban las elecciones.

Tras ese episodio, el Frente Democrático Nacional se organizó para conformar un nuevo partido: el de la Revolución Democrática, fundado el 6 de mayo de 1989, y cuyo primer presidente nacional fue precisamente Cárdenas Solórzano.

Para las siguientes elecciones, las de 1994, Cárdenas se volvió a postular, perdiendo contra Ernesto Zedillo Ponce de León, del PRI, y frente a Diego Fernández de Cevallos, del Partido Acción Nacional.

En 1997 fue postulado como candidato perredista a la jefatura del Gobierno del Distrito Federal; ganó la elección por amplio margen, lo que lo convirtió en el primer gobernante electo de la capital del país.

Sin embargo no terminó su mandato en el Distrito Federal, ya que buscó por tercera vez consecutiva la Presidencia de la República para las elecciones de 2000, cuando abanderó la Alianza por México, conformada por los partidos de la Revolución Democrática, del Trabajo, Convergencia por la Democracia y de la Sociedad Nacionalista. También perdió.

En los últimos años ha estado alejado de las actividades partidistas, pero está ligado a la Fundación para la Democracia.

En julio de 2006, aceptó presidir la Comisión para los Festejos del Bicentenario de la Independencia y el Centenario de la Revolución, conformada por el gobierno de Vicente Fox, cargo en el que permaneció por cinco meses, y al que renunció tras recibir diversas críticas de sus correligionarios.

Fuente:<http://www.agora.net.mx/elecciones/partidos/prd/curriculum.html#1>;
<http://www.jornada.unam.mx/2006/11/16/index.php?section=politica&article=014n1pol>

BIBLIOGRAFÍA

- Borrat, Héctor. *El periódico, actor político*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona. 1989.
- Borrego, Salvador. *Periodismo Trascendente*. Ed. Jus. México. 1980.
- Fernández Christlieb, Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*. Ed. Juan Pablos. México. 1985.
- Gomis, Lorenzo. *Teoría del periodismo*. Ed. Paidós. Madrid. 1991.
- González, Silvia. *El ejercicio del periodismo*. Ed. Trillas. México. 1997.
- Guajardo, Horacio. *Elementos de periodismo*. Ed. Gernika. México. 1982.
- Gutiérrez Rodríguez, Luis. *Crónicas, cuentos veras y otros textos*. Ed. Uno. México. 1992.
- Hernández Solano, Ma. Ernestina. *Unomásuno. Testimonios 1977-1997. El periódico renovador*. Ed. Uno. México. 1998.
- Leñero, Vicente y Marín, Carlos. *Manual de Periodismo*. Ed. Grijalbo. México. 1986.
- Martín Vivaldi, Gonzalo. *Géneros Periodísticos*. Ed. Paraninfo. Madrid. 1979.
- Riva Palacio, Raymundo. *La prensa de los jardines*. Ed. Plaza y Janés. México. 2004.
- Secanella, Ma. Petra. *El periodismo político en México*. Ed. Prisma. México. 1986.
- Secanella, Ma. Petra. *Periodismo de investigación*. Ed. Tecnos. Madrid. 1986.

HEMEROGRAFÍA

Correa, Guillermo. Órdenes escritas: cero ataques al gobierno y al PRI. *Proceso*. Número 1137. México. 15 de agosto de 1998.

Ortega Pizarro, Fernando. *Unomásuno*: el desastre financiero y periodístico. *Proceso*. México. Número 1354. 22 de diciembre de 2002.

Padilla, Mauricio. Acepta Cárdenas participar en un debate entre los seis aspirantes a la Presidencia. *Unomásuno*. México. 21 de febrero de 2000.

Padilla, Mauricio. Desenmascara CCS la pobreza en Guanajuato. *Unomásuno*. México. 28 de febrero de 2000.

Padilla, Mauricio. Fox, perdido: CCS. *Unomásuno*. México. 26 de junio de 2000.

Padilla, Mauricio. Inventan la porra del candidato perdedor CCS. *Unomásuno*. México. 17 de abril de 2000.

Padilla, Mauricio. Llama Cárdenas a priistas y panistas desilusionados a sumarse a la Alianza. *Unomásuno*. México. 21 de mayo de 2000.

Padilla, Mauricio. Ni un voto al PRI, ni un voto al PAN, pide Cárdenas en Oaxaca. *Unomásuno*. México. 29 de junio de 2000.

Padilla, Mauricio. Pide Cuauhtémoc Cárdenas reparar daños de la UNAM con dinero del Estado. *Unomásuno*. México. 11 de febrero de 2000.

Padilla, Mauricio y Robles, Leticia. Cárdenas polariza aún más las posiciones en la UNAM. *Unomásuno*. México. 23 de junio de 2000.

Puig, Carlos. Denuncia de un colaborador cesado contra la dirección de *Unomásuno*. *Proceso*. México. Número 652. 1 de mayo de 1989.

Unomásuno. Diario. Editorial. México. 14 de noviembre de 1977.

Unomásuno. Diario. Editorial. México. 30 de junio de 2000.

Unomásuno. Diario. Editorial. México. 2 de julio de 2000.

Zúñiga, Juan Antonio. Desechar la contrarreforma de CSG en materia agraria, demanda Cárdenas. *La Jornada*. Diario. México. 15 de abril de 2000.

OTRAS FUENTES

Acuerdo de creación de la Productora e Importadora de Papel S. A., publicado en Cataño, Luis. *Régimen legal de la prensa en México*. Ed. Porrúa. México. 1962.

Guarneros, Fabiola y Herrera, Jorge. *El Universal* [en línea] pp. México. Dirección URL <http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id=3336&tabla=primera>

Gutiérrez Rodríguez, Luis. Conferencia. *El periodismo ante el cambio*. Xalapa. 1992.

Islas Reyes, Laura. Los diarios ahora. *Etcétera* [en línea]. México. Dirección URL <http://www.etcetera.com.mx/contene37.asp>

ITAM [en línea]. México. Dirección URL <http://nuestroitam.itam.mx/antecedentes.html>

Montero Aguirre, Ernesto. *Unomásuno: Un proyecto y tres poderes*. Tesis de licenciatura. UNAM. México. 1993.

Musachio, Humberto. *Diccionario Enciclopédico de México*. T. I y II. Ed. Andrés León. México. 1989. p. 1887.