

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO  
FACULTAD DE ESTUDIOS  
SUPERIORES ARAGÓN

**“DEL AULA A LA REDACCIÓN, LA  
ENORME DISTANCIA”**

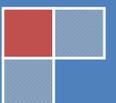
INFORME DE DESEMPEÑO PROFESIONAL QUE  
PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y  
PERIODISMO

PRESENTA:  
**MIGUEL ÁNGEL GONZÁLEZ RAVELO**

ASESOR: LICENCIADO ALDO SILVESTRE DE LA O TAPIA

SAN JUAN DE ARAGÓN, ESTADO DE MÉXICO, ENERO DE 2009





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.

---

# **AGRADECIMIENTOS**

---

## AGRADECIMIENTOS

---

**A mis papás** debo agradecer todo lo que soy. Cada uno me ha enseñado, a su manera, a enfrentar la vida, a ser un ciudadano, un hijo y un hermano responsable, trabajador, honesto, útil a la sociedad y también valiente para afrontar las adversidades y los retos.

Sería injusto decir quién de ellos me ha inculcado cada uno de esos valores. Lo mejor es que sepan que todos sus esfuerzos para darme una educación académica, amor y comprensión, y una vida digna, no han sido en vano; el título al que aspiro es parte de la recompensa a sus sacrificios económicos y preocupaciones por mí.

**Amalia y Federico:** Quiero confesarles, en estos momentos que aún los tengo conmigo, cuanto los amo. Recuerden que siempre los llevaré en mi mente junto con sus valiosos consejos.

Le pido a dios los conserve con nosotros por mucho tiempo.

**A mis hermanas** (Lilia, Silvia, Blanca y Norma): De las cuatro he recibido mucho amor, apoyo, comprensión, ejemplos de tenacidad para superarse en la vida profesional y ser excelentes seres humanos, algunas de ustedes grandes mamás que sabrán hacer de sus hijos hombres de bien.

Gracias por motivarme a luchar por obtener mi título.

**Elizabeth:** Prácticamente sin conocerme depositaste en mí tu amistad y tu confianza; te convertiste en mi gran maestra y guía desde que me inicié en este difícil y complejo mundo del periodismo. Puedo decir que eres parte de las experiencias que plasmo en el presente informe y de mi vida, porque de una u otra manera siempre estás conmigo como un ángel guardián.

Tus consejos y críticas están en este informe.

Gracias amiga.

**Silvia:** Llegaste a mi vida en una etapa de decisiones fundamentales y situaciones difíciles. Participaste también en la elaboración de este trabajo y haz sido paciente y comprensiva conmigo. Gracias por tu cariño y apoyo.

Gracias a todas aquellas personas que me apoyaron con sus comentarios, sugerencias y tiempo para efectuar el presente informe; especialmente a mi hermana **Norma**, a René y **Andrea**.

**A mis seres queridos** que partieron de este mundo. Sé que donde estén les dará gusto saber del gran logro que significa para mí titularme. **Ofelia**, esta vez sí podremos.

Justo es, ahora que concluyo un ciclo en mi vida académica con la elaboración del presente informe, agradecer a dos instituciones de gran valía para nuestra sociedad: **la Universidad Nacional Autónoma de México** y su **Facultad de Estudios Superiores Aragón**. Gracias a ellas por formarme como profesional para contribuir al desarrollo de un gran país como México.

Nuestra UNAM debe seguir siendo el motor de esta nación.

A mi asesor y maestro, licenciado **Aldo Silvestre de la O Tapia**. Agradezco tu disposición para aceptar dirigir este informe de desempeño profesional.

Reconozco en ti un gran compromiso para formar las generaciones de periodistas, así como las enseñanzas que dejaste en mí al cursar la licenciatura, las cuales han sido parte de mis conocimientos aplicados en el campo profesional.

A los buenos y comprometidos maestros de quienes he recibido más que una instrucción educativa, una enseñanza para la vida, especialmente a mi profesor de español en secundaria, **Fernando Chacón Palafox**. Su gran gusto por las letras, la lectura, la historia y el conocimiento en general, me han motivado a seguir aprendiendo, cualidad que un periodista, considero, debe tener.

**Miguel Ángel González Ravelo**

# ÍNDICE

---

## PRESENTACIÓN

<b>1. Del aula a la redacción, la enorme distancia</b> .....	<b>1</b>
1.1 <i>El Universal Gráfico</i> , la primera experiencia en medios nacionales impresos.....	1
1.2. Ya en la redacción: la realidad del periodismo.....	2
1.3. La primera en primera.....	8
1.4. Investigaciones incómodas; un intento hacia el periodismo de investigación.....	12
1.5. SOS en Tepepan.....	17
1.6. Al ruedo y sin capote.....	21
1.7. A “prueba” ¿aún más?.....	26
<b>2. Las seducciones en el periodismo</b> .....	<b>29</b>
2.1. El “chayo” de cerca.....	29
2.2. Las trampas de la seducción.....	36
<b>3. Hacia lo desconocido: el sector judicial</b> .....	<b>42</b>
3.1. Instantes que cambian la historia.....	46
3.2. Prensa escrita Vs. medios electrónicos.....	46
3.3. En Sedena y Marina, “nada más que el boletín”; otra forma de hacer comunicación.....	49
3.4. Vacíos informativos: en busca de la verdad.....	53
3.5. La importancia de una buena relación con las “fuentes”.....	57
<b>4. De los medios a comunicación social, un paso difícil</b> .....	<b>62</b>
4.1. La CNDH, el inicio en comunicación social.....	65
4.2. La institución como generadora de la noticia: ¿qué pasa con los reporteros?.....	70
4.3. Un funeral, experiencia amarga.....	75
<b>5. Los periodistas: “Un mar de conocimientos, pero mínimo de profundidad”</b> .....	<b>78</b>
5.1. El trabajo con números; a quebrarse la cabeza.....	81
5.2. Especialización, ¿para qué?.....	84
5.3. Periodismo en revista, otra dinámica.....	86
5.4. Hacia la especialización, una experiencia a medias.....	89
5.5. Reportear o vender publinotas: ¿qué camino seguir?.....	91

## ÍNDICE

---

<b>6. Campañas políticas y medios en provincia; otra vez a comunicación social.....</b>	<b>95</b>
6.1. Bandoleros con disfraz de periodistas.....	95
6.2. Los medios, excitantes para muchos.....	99
6.3. “Todos” pueden ser <i>comunicólogos</i> ; las “sanguijuelas” en el periodismo.....	100
6.4. Guerra de papel y de palabras.....	106
6.5. No hay recetas en comunicación: una estrategia para cada situación.....	111
6.6. El periodista en Comunicación Social, más que redactor, previsor.....	113
<b>A MANERA DE CONCLUSIÓN.....</b>	<b>120</b>
<b>FUENTES DE CONSULTA.....</b>	<b>132</b>

## PRESENTACIÓN

---

Contribuir con mi experiencia para que las nuevas generaciones de periodistas ejerzan de mejor manera su papel en la sociedad, es uno de los propósitos de este Informe de Desempeño Profesional que recoge diez años de aciertos y desaciertos en mi carrera.

Durante ese tiempo me he desempeñado como reportero en medios impresos y en oficinas de comunicación social, en las cuales también he sido jefe de información y coordinador.

A lo largo de mi trayectoria he vivido el fin del siglo XX y el comienzo de una nueva centuria en la que el uso de las nuevas tecnologías como internet, el teléfono celular y el inalámbrico, las computadoras personales y portátiles, la modernización de la radio y la televisión, entre otros adelantos tecnológicos, significan una forma de trabajo distinta y una nueva manera de concebir la realidad y al propio periodismo.

En los primeros años de mi formación en el campo laboral tuve la escuela de la llamada *vieja guardia*; es decir, de aquellas personas que no estudiaron periodismo, pero se hicieron en la práctica diaria y en la *universidad de la vida* (aunque algunas tuvieron una instrucción universitaria distinta a la comunicación). Luego vino la etapa de trabajo con quienes cursaron una enseñanza académica. Ambas –junto con la formación en la Facultad de Estudios Superiores Aragón– constituyeron una combinación de conocimientos para ejercer una de las profesiones más fascinantes: el periodismo, actividad que incluso ha sido definida en México como el Cuarto Poder.

El primer apartado (de seis que integran el presente Informe de Desempeño Profesional) lo dedico a describir las andanzas y dificultades para ingresar a *El Universal Gráfico*, la primera publicación que apareció con mi firma en un medio nacional; toparme con pared en la búsqueda de información, vivir la realidad del periodismo que dista mucho de las clases de la universidad, confirmar que no hay

## PRESENTACIÓN

---

reportero sin suerte y pasar la “prueba de fuego” para lograr mi permanencia en ese diario vespertino. Las estrategias de políticos e instituciones para sobornar y persuadir a los periodistas con el fin de manejar la información en su favor, constituyen el segundo capítulo del presente informe.

Posteriormente, expongo la incursión en el sector judicial como “fuente” de información, un campo del que era casi ajeno, donde la “talacha” diaria y la relación con los protagonistas de los hechos son fundamentales para acceder a la notas exclusivas, especialmente cuando las opciones de información son escasas o las instituciones de gobierno mantienen una política de incomunicación social; también abordo la competencia entre los medios impresos y los electrónicos, derivada de la revolución tecnológica y de la necesidad de la sociedad a estar informada en el momento de los acontecimientos.

Otra etapa de mi vida profesional es mi incorporación a una oficina de comunicación social, en la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH), donde colaboré con el equipo que años antes buscaba la forma de “seducirme” como reportero de *El Universal Gráfico* para redactar favorablemente su información. Los años de trabajo en el organismo procurador de las garantías fundamentales me permitieron apreciar el manejo informativo desde las instituciones, su influencia en los medios y en la opinión pública.

En el capítulo quinto establezco la importancia de que el periodista sea un profesional con amplios conocimientos en cultura general y en temas específicos, lo cual implica la especialización, entendida como el valor agregado a nuestro trabajo y el elemento que permitirá revalorar nuestro papel en la sociedad mexicana, en especial de nosotros los egresados de la Universidad Nacional Autónoma de México. Lo anterior, debido a que algunas personas que se desempeñan en la prensa o en áreas de comunicación –sin haber realizado estudios universitarios en la materia o formarse en la práctica bajo principios éticos– han demeritado la profesión y a quienes la ejercemos. Este apartado

## PRESENTACIÓN

---

incluye también mi trabajo en la revista *El Mundo del Café* para llegar precisamente a la especialización, y las injusticias laborales que se presentaron en esta etapa.

Para finalizar el Informe de Desempeño Profesional, detallo las experiencias al participar en campañas políticas, en el partido de la Revolución Democrática en el Distrito Federal y en la delegación Iztapalapa (como reportero, coordinador de comunicación social y jefe de información, respectivamente); la difícil tarea de tejer relaciones cordiales con los medios y sus representantes, y el papel de la oficina de prensa para operar en momentos críticos para el actor político o la institución.

Asimismo, ratifico el papel sustancial de los medios de comunicación en nuestro país como vigilantes de los excesos del poder, formadores de opinión, armas poderosas que destruyen con “bombazos de tinta” y que al mismo tiempo sirven para entretener o exculpar a aquellos quienes violentaron las leyes.

Es un hecho que el México de hoy necesita periodistas cada vez más capacitados, cuya formación abarque el uso de tecnologías modernas que facilitan su labor para informar y llegar a una mayor audiencia, además del aspecto humanista. Por ende, debe haber en el periodista un sentido de servicio y de labor social reforzados en la academia, que a su vez sean una guía en su desempeño profesional.

Las vivencias, aciertos y desaciertos compartidos en las siguientes páginas son sólo un referente de esta profesión para quienes la ejercen o pretenden hacerlo, y una manera de retribuir a la Universidad Nacional Autónoma de México un poco de todos aquellos conocimientos que recibí en sus aulas.

---

# CAPÍTULO 1

---

**DEL AULA A LA  
REDACCIÓN,  
LA ENORME  
DISTANCIA**

---

Sin imaginar las dificultades reales del mercado laboral, tan sólo en el 2003, de acuerdo con la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, egresaron 10 mil 827 estudiantes de las 280 escuelas de periodismo que hay en México, con la esperanza de lograr un espacio en el sector público o privado.

Después de acreditar exámenes, padecer desveladas por entregar tareas y trabajos especiales, y disfrutar de aquellas juergas de las fiestas de fin de curso y graduación, parece impensable lo que enfrentaremos. Algunos, los afortunados, han empezado desde los últimos meses o semestres de la carrera a incorporarse al trabajo formal en medios de comunicación u oficinas de prensa. Otros más iniciaron su relación mediante las prácticas profesionales, servicio social o por simple “amor al arte” sin cobrar un centavo, sólo por el gusto de aprender.

Muchos de los que logran una oportunidad se enfrentan al problema de carecer de especialización en periodismo político, económico, financiero, cultural; sus conocimientos del diario acontecer nacional, de la ciudad e internacional con frecuencia son escasos, y es común que desconozcan los nombres de los principales actores políticos y sociales, al igual que las ubicaciones de las dependencias federales y locales, su función y facultades.

### **1.1. *El Universal Gráfico*, la primera experiencia en medios nacionales impresos**

En 1994, un año antes de egresar de la carrera, busqué sin suerte la oportunidad de incorporarme a los medios informativos. Aproximadamente 12 meses después de concluir los estudios universitarios, se abrió para mí una oportunidad. La tarde del lunes 13 de mayo de 1996 acudí, por enésima ocasión, a la oficina del periodista Félix Fuentes Medina para solicitarle empleo de reportero, en virtud de que era director del entonces diario vespertino *El Universal Gráfico* y columnista en *El Universal* matutino.

Ansioso de escuchar una respuesta positiva para iniciarme en esta apasionante profesión, después de anunciarme fui recibido. Crucé el umbral de esa puerta de madera que siempre permanecía abierta. Al entrar a la amplia oficina con muebles de madera labrada, sillas forradas en piel, fotografías del columnista con sus hijos y otras con personajes de la política mexicana y algunos

trofeos de golf, sólo permanecí poco tiempo, el necesario para decir buenas tardes y recibir unos comentarios. Casi a la mitad de la oficina y de pie, Fuentes me dijo que había una oportunidad de colaborar en la redacción de *El Universal Gráfico* –aunque sin goce de sueldo–, y que de mí dependería conseguir el trabajo.

En diversas ocasiones había transitado por la calle de Bucareli, en la zona centro de la ciudad de México, donde se ubican las instalaciones del periódico, sin imaginar que en *El Universal Gráfico* iniciaría mi carrera.



En el entonces diario vespertino *El Universal Gráfico* inicié mi carrera profesional. Su director, Félix Fuentes Medina, me dio la oportunidad, no sin antes advertirme que laboraría sin goce de sueldo y que de mí dependería obtener un lugar.

Foto: MAGR

## 1.2. Ya en la redacción: la realidad del periodismo

Ingresé como si fuera a realizar prácticas profesionales. Esta opción, junto con el servicio social y una “ayuda” (recomendación de una persona con influencia en la empresa o institución) es lo que la mayoría de las veces nos abre la posibilidad de emplearnos en los medios; presentar currículum y llenar solicitudes de trabajo resulta más difícil, situación que me tocó vivir al intentar ingresar a otras empresas.

Recuerdo que era miércoles 15 de mayo de 1996, Día del Maestro. Eran casi las 8:30 de la mañana cuando llegué a la recepción de *El Universal*. Pregunté por María Félix, pero no La Doña, sino la entonces coeditora de *El Universal Gráfico*, quien accedió a integrarme al equipo de redacción del vespertino, a petición del señor Fuentes.

Como egresado de la UNAM, con estudios de periodismo, con ganas de revolucionar al mundo, ávido de conocimiento profesional y gozoso de esa oportunidad que representaba estar en una compañía de tal magnitud, trataba de asimilar todo aquello que me rodeaba: decenas de computadoras, entre ellas unas con sistema Harris, antiguo y complejo procedimiento que servía para ese momento sólo como “enlace” entre las máquinas en las que redactábamos y las utilizadas para formar las páginas.

De tal manera que escribíamos en computadoras de las que conocemos como PC o personales, luego enviábamos la información a la Harris y de ahí se atraían para diagramar. A los pocos meses que llegué al periódico desapareció ese sistema, sustituido por un método simple en su operación.

Las computadoras estaban intercomunicadas. Una vez elaborada y aprobada la información, los integrantes de la mesa de redacción identificaban –desde los ordenadores instalados en la mesa de redacción– la nota de acuerdo con la guía o nombre que le habíamos puesto, para posteriormente efectuar el diseño de las planas del periódico.

En el primer día de labores, todo era novedad. Aún recuerdo ese olor a pintura de esmalte con la que recubrían algunas zonas de los pasillos exteriores a la redacción, los “teclazos” (sonido que emiten las teclas de la computadora al redactar) de los reporteros que escribían de prisa para concluir a tiempo sus notas y salir a cumplir las órdenes de trabajo o buscar información; además del compañero de guardia de la sección policiaca que desde temprana hora recababa datos de los hechos relevantes reportados por la Secretaría de Seguridad Pública (SSP) y por la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal (PGJDF), y el de la sección internacional, quien seleccionaba las notas más importantes enviadas por las agencias de información a los periódicos que tenían contratado el servicio.

Una vez hechas las presentaciones con Óscar Sánchez Márquez y Agustín Vega, jefes de Información y de Redacción, respectivamente, el primero me pidió revisar los diferentes periódicos nacionales y analizar el estilo y términos que se utilizan en cada sección, así como la forma de cada medio de presentar la información, y aunque esto parecería inútil, es un excelente ejercicio que poco practiqué en las aulas de la Facultad de Estudios Superiores Aragón (FES).

A partir del primer día en la redacción, y al estar en la llamada guardia, comencé a vivir el mundo real del periodismo impreso. Un mundo donde la presión que ejerce el cierre de un diario vespertino (a más tardar a las 12:00 hrs.) hace que hasta el más pasivo dinamice su pensamiento, su actuar y sus decisiones; características que todo reportero debe poseer, especialmente hoy día en que los avances tecnológicos de los medios de comunicación obligan a que sus informadores reporten, incluso, en el mismo momento en que suceden los hechos, como es el caso de los periódicos con portales en Internet: *Reforma*, *El Universal*, *Milenio*, *La Jornada*, entre otros; esto también sucede con las agencias de información; y, por supuesto, las estaciones de radio como *Formato 21* que todos los días y a toda hora transmite información; y aunque con menor inmediatez, las televisoras han implementado sus portales y extendido sus horarios y el número de programas informativos para ganar audiencia frente a los otros medios.

Los dos primeros meses de trabajo carecía de “fuentes” informativas, aunque realizaba reportajes, cubría eventualmente notas del día, efectuaba monitoreo de radio (escuchar y reportar la información relevante de los noticieros) y de agencias informativas. Los reportajes (también llamados “especiales”) requerían tiempo para la búsqueda de la información y, por tanto, la publicación de mi material era espaciada. De ahí que para comenzar “a hacer nombre” debía publicar diario.

Mis jefes de Información y de Redacción me decían que para ser un buen periodista debería, entre otras cosas, practicar todos los días la búsqueda de información y redactar notas informativas, crónicas, realizar entrevistas. En fin, poco a poco enrolarme en la dinámica del diarismo, pero sobre todo desarrollar la velocidad que un vespertino requiere para recopilar la información, procesarla y enviarla al periódico.

Para ser buen periodista, Manuel Buendía propuso a sus alumnos:

- a) Asumir así mismo una gran decisión de rebeldía contra la mediocridad.
- b) Hacerse un honrado examen sobre conocimientos gramaticales.
- c) Multiplicar extraordinariamente el número de nuestras lecturas.
- d) Nada que llegue a nuestras manos debe salir de ellas sin un análisis.
- e) Recortar y archivar todo lo que llame nuestra atención.

- f) Soltar la pluma: escribir y rescribir mucho hasta labrarse un estilo propio.
- g) Hacerse devotos cultivadores de la conversación.
- h) Mantenerse redactando todo el día en la pizarra de la imaginación.
- i) Huir de la solemnidad como de los cobradores.
- j) Ser autocrítico y dejarse criticar por aquellos que más saben.<sup>1</sup>

A fin de lograr un estilo, Buendía recomendó: “Manténgase redactando todo el día. Se puede redactar en sueños o durante las faenas del aseo personal.

“Cuando uno va prisionero en el taxi, el autobús o el Metro se pueden hacer preciosos ejercicios de redacción. En la pizarra de la imaginación se intentan descripciones de los objetos y personas que nos rodean. La gimnasia mental no tiene límites”.<sup>2</sup>

Paulatinamente aprendí en la práctica a identificar “la nota” (lo más importante del hecho), enviar la información vía telefónica casi de manera simultánea a como ocurrían los sucesos. De tal manera que estructuraba correctamente las ideas porque la lucha era contra el tiempo y la premura ocasionaba, con frecuencia, ser impreciso, dejar fuera información de importancia o equivocarse en nombres, cargos de funcionarios o lugares.

Para obtener un lugar en el periódico tenía que enfrentarme a una competencia intensa y constante con los compañeros, porque temían que un novato los desplazara. Las críticas y observaciones eran frecuentes y esto, junto con la competencia, me obligaba a esforzarme más cada día para encontrar temas que investigar.

Esa lucha diaria, que además fue sana en términos de superación profesional, me motivaba a mirar a mi alrededor y descubrir que hasta de una hoja de árbol, un insecto, de la basura, de lo que a la mayoría de la gente pudiera llamar poco su atención, representaba una fuente potencial para

---

<sup>1</sup> Raúl Omar Martínez, “Pinceladas en torno a Manuel Buendía. Periodista Completo”, *Revista Mexicana de la Comunicación*, <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc86/apuntes.html>.

<sup>2</sup> José Emilio Pacheco, “Discurso del estilo. Un testamento periodístico de Manuel Buendía”, en *Revista Mexicana de la Comunicación*, <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc86/testamento.html>.

una nota informativa, una crónica, un reportaje que despertara el interés de la gente. Es así como esa “chispa” se encendió en mí, y espero nunca se apague para buscar por doquier un tema a desarrollar.

Durante la primera semana en el periódico entregué a Sánchez Márquez una amplia lista de temas para reportajes: el comienzo del auge de las empresas de seguridad privada, la primera generación de policías judiciales egresados del Instituto de Formación Profesional de la PGJDF, los resultados del programa “Hoy no Circula”, entre otros.

Recuerdo que fue en esa misma semana cuando viví y sentí la negativa a una entrevista o a información; para un novato esto representó un duro golpe. Experimenté desánimo, pensaba que quizá claudicaría en mi cometido, aún así debía continuar. Estar en el periódico era una gran oportunidad, y si fallaba, yo mismo me cerraría la puerta.

Entusiasta, salí del periódico –el jueves 16 de mayo– a recabar la información del Instituto de Formación Profesional de la PGJDF, que sería parte del contenido del primer reportaje para trabajar. Ignoraba la ubicación de la oficina de comunicación social de la procuraduría capitalina, y aunque mi jefe de Información me recomendó dirigirme con el director de Información de la dependencia, quien era su amigo, creí inconveniente preguntarle dónde encontrarlo.

El impulso de supervivencia me llevó a indagar entre compañeros el domicilio y teléfono de la PGJDF, incluso a través del número 040 obtuve una dirección en la colonia Doctores. Acudí al sitio, que albergaba otras oficinas de la institución, donde conseguí el domicilio correcto y por fin di con el lugar.

Mientras los empleados me orientaban respecto al lugar que buscaba, un grupo de viudas y músicos integrantes de la Sociedad Mexicana de Ejecutantes de Música (SOMEM) se manifestaban afuera del edificio, en demanda de solución al fraude cometido por su presidente. Pensé que quizá esta inconformidad sería de interés para el periódico y redacté el hecho, aunque se publicó al día siguiente sólo un párrafo (sin mi firma) en la columna *Reporte Vespertino*, con el título “Piden Cárcel para Líder de Músicos”, esta nota breve se constituyó en la primera de mis

publicaciones en un medio impreso de circulación nacional. Comprobé además una de las reglas en el periodismo: "no hay reportero sin suerte".

Anteriormente colaboré con un cuento en el boletín de la ahora FES Aragón; publicar era requisito para acreditar con MB la materia Seminario Taller de Prensa I, impartida por Víctor Chávez Ángeles, quien compaginaba la docencia con el ejercicio periodístico en el periódico *El Financiero*.

Cuando llegué a comunicación social de la PGJDF, me dirigí con la persona que Sánchez Márquez me sugirió para solicitar la información, la cual incluso sería favorable a la procuraduría al haber preparado en el Instituto la primera generación de judiciales con un mayor nivel educativo y profesionalización. El funcionario se rehusó a proporcionarme entrevistas con algunos de los egresados de quienes quería conocer su punto de vista respecto a la preparación, sus motivaciones para ser policías, su formación, etcétera.

Después de varios días de llamadas y llamadas en las que el director de información se negaba a contestarme, finalmente tomó el teléfono y me dijo que sólo tenía unas versiones estenográficas de una entrevista radiofónica efectuada a algunos de los recién egresados, en el programa *Monitor de la Mañana* con José Gutiérrez Vivó. Fue decepcionante. Me sentí impotente ante la cerrazón de comunicación social, pues esperaba una mejor respuesta para realizar mi trabajo.

Hice el reportaje, aunque jamás se publicó. Ante mi insistencia, el jefe de Redacción dijo que lo revisaría detenidamente; el tiempo pasó sin que lo hiciera, después las estadísticas incluidas en el material quedaron rebasadas. Todo el tiempo y trabajo invertidos se fue a la basura, y a pesar que meses posteriores actualicé las cifras, de todas maneras quedó en el olvido. Supe entonces del enojo que había visto entre mis compañeros cuando una nota por la que se esforzaban para conseguir no era publicada, ya sea por limitantes de espacio en la edición, porque llegó a destiempo o simplemente porque a los editores les pareció irrelevante.

### 1.3. La primera en primera

Sin duda la mejor recompensa para un reportero, más allá de una retribución económica, es que su trabajo se publique y ver su firma en las páginas de un diario, una revista, escuchar su nombre en una nota al aire, en el caso de la radio, o verlo en la imagen de televisión. Ésta es la mejor paga después de pasar, con frecuencia, varias horas sin comer, sin dormir, ni tener vida familiar ni personal, con tal de conseguir la nota.

Una tarde, casi al anochecer, acudí al entonces Departamento del Distrito Federal, hoy Gobierno del Distrito Federal, localizado en Plaza de la Constitución número 1, en el Centro Histórico, a solicitar información para elaborar un reportaje especial sobre medio ambiente.

Mientras esperaba a las afueras de una oficina, escuché a una persona que desesperada reclamaba atención a un funcionario: “cuándo me van a resolver mi petición”. Ese hombre, Manuel Prieto Dávila, un ingeniero mexicano, había presentado al gobierno de la ciudad un proyecto para reducir los índices contaminantes en los vehículos automotores que cada día comenzaban a preocupar más a las autoridades y a la ciudadanía, sin que hubiera una solución para aminorar este problema que años después fuera paleado con el programa “Hoy no Circula”.

Sin interrumpir, escuché con atención las explicaciones que la persona daba en defensa de su invento, el cual estaba probado por la empresa Volkswagen e instituciones como la Facultad de Ingeniería de la UNAM, los institutos Nacional de Ecología y Mexicano del Petróleo, y la Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca. Ninguna le había otorgado un certificado de eficiencia pese a los resultados positivos que arrojó la invención, y tampoco le ofrecieron impulsarla.

Intuí que esta nota era de importancia y bien valía la pena no dejarla ir, ya en otro momento regresaría a la dependencia a continuar la búsqueda de los datos requeridos. Aguardé a que culminara la charla y entonces le pregunté respecto a su propuesta y le brindé la posibilidad de publicarla. Esa noche salimos del edificio del gobierno capitalino para realizar la entrevista sentados a la salida de la estación Zócalo del Metro.

La conversación duró unos 20 o 30 minutos. Ésta fue una de mis primeras entrevistas ya como reportero. Mientras escuchaba las declaraciones de Prieto Dávila, repasaba en la mente las clásicas preguntas que debe hacer un periodista, de acuerdo con lo aprendido en la universidad: qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué. El entrevistado repentinamente se salía del tema central. A veces le ganaba la angustia, la impotencia de no ser escuchado por las autoridades y empresas visitadas; yo lo reubicaba con sutileza.

Durante esa experiencia reafirmé que frecuentemente el periodista ni siquiera tiene oportunidad de preparar un cuestionario para entrevista. Es el conocimiento remoto, general, intuitivo el que nos dicta que debemos aprovechar la ocasión –muchas veces fortuita– de conversar con un personaje de la literatura, economía, política, finanzas, del espectáculo, ciencia o deporte; también para obtener información de una ama de casa, un comerciante, del barrendero, un chofer de microbús, etcétera.

Debo decir que en este caso no sólo consideré al inventor y su proyecto una fuente para obtener mi nota, sino también como una persona que requería ayuda para promocionar su proyecto, sobre todo por la precariedad económica por la que atravesaba y sin encontrar una posibilidad de mejorar su condición laboral a través de su inventiva.

Comprendí que como representantes de un medio de comunicación, nuestra labor va más allá de informar, criticar o juzgar. Tenemos la obligación de hacer labor altruista, labor social que beneficie a un ciudadano o a una comunidad, sin lucrar, sin convertirnos en gestores o “coyotes” que escudados en una credencial de periodista obtengamos un beneficio económico o material. Constaté que el periodismo tiene un objetivo social y así lo debemos entender.

...los periodistas saben íntimamente que su carrera es la única que les corresponde y suelen sentir que obtienen una compensación que va más allá del dinero, en la satisfacción y el estímulo que encuentran en su trabajo y en las ocasiones que el mismo les ofrece de contribuir a buenas causas, o en alguna otra

forma de lograr beneficios duraderos a la población en que viven y a sus conciudadanos.<sup>3</sup>

El ejercicio periodístico –al igual que el resto de las profesiones– debe estar sujeto a los códigos deontológicos (llamados también de práctica o de ética profesional). Los códigos “son documentos que recogen un conjunto más o menos amplio de criterios, normas y valores que formulan y asumen quienes llevan a cabo una actividad profesional”.<sup>4</sup>

La actualidad de los códigos “es aún mayor si cabe en el ámbito de la comunicación, por la importancia cada día mayor que tienen los medios en nuestras sociedades y por la sensibilización creciente hacia los problemas éticos...”<sup>5</sup>

Un aspecto muy relevante de la actual demanda de códigos –y de la exigencia de su cumplimiento– es que ha dejado de ser una preocupación *exclusiva* de periodistas y editores. La opinión pública se muestra cada vez más sensible hacia estas cuestiones y una parte del público –del que son buena muestra las organizaciones de consumidores y usuarios– comienza a asumir cierto protagonismo en relación a estos temas, que aún habrá de crecer más en el futuro.<sup>6</sup>

Retomando el caso, le sugerí al ingeniero hablar también a *Cambio 1440*, una estación de radio que inició bien su labor informativa y de servicio social, con el fin de que su clamor tuviera mayor eco y entonces lograr su cometido: comercializar su creación.

En el periódico el tema resultó de interés y se publicó en primera plana, en un recuadro a color y con fotografía, con el título “Sistema economizador de combustible, ignorado”. ¡No lo esperaba! Estábamos en el cierre de la edición cuando escuché que gritaban mi nombre; era la voz del jefe,

<sup>3</sup> Fraser Bond Frank, *Introducción al periodismo: Estudio del cuarto poder en todas sus formas*, pág. 31

<sup>4</sup> Hugo Aznar, *Comunicación Responsable. Deontología y autorregulación de los medios*, pág. 17.

<sup>5</sup> *Íbidem*.

<sup>6</sup> *Íbidem*, pág. 25

Agustín Vega, y de la coeditora María Félix, que sin mostrar que bromeaban, me requerían para que me percatara de "mis fechorías".

Asustado porque pensaba había cometido un error grave en alguna nota –comúnmente sucede al cierre de la edición y es lo que nos cuesta el empleo–, me dirigí a la mesa de redacción y señalaron mi entrevista. "Nos debes una comida", dijeron, al tiempo que rieron al ver mi desconcierto y seguramente mi rostro palidecido.

Regresé motivado a mi asiento, sentía emoción y un compromiso mayor porque sabía que me leería mucha gente y los reporteros del periódico; era práctica común ver el diario para saber qué le publicaron a cada quien, al igual que criticar el trabajo de los demás. Para ese momento ya contaba con varias publicaciones (en páginas interiores), y al ser esta la "primera en primera" sin duda que me alegraba mucho más, sentía recompensado el esfuerzo en la búsqueda de información, que además era útil al periódico. Esta experiencia confirmó la famosa regla en periodismo: "no hay reportero sin suerte"; pero la nota no llega sola, hay que buscarla.

**Sistema economizador de combustibles, ignorado**  
Por MIGUEL ANGEL GONZALEZ

**E**stá comprobado que hasta 45% de gasolina ahorra el "sistema economizador de combustible en automotores", lo cual equivale a quemar 5.5 litros de cada diez, es decir, menos consumo de oxígeno y bióxido de carbono, uno de los principales factores contaminantes para la atmósfera de la ciudad de México, "pero si este proyecto no es apoyado por las autoridades mexicanas, lo venderé a otro país", advirtió su inventor el ingeniero mexicano Manuel Prieto Dávila.

Además, Prieto Dávila resaltó que el costo del aditamento economizador es de entre 4,500 a 5000 pesos y puede disminuir de acuerdo con la demanda, pues fue creado con la finalidad de servir como alternativa al "Hoy no circula".

Una de las ventajas es que los ciudadanos del Distrito Federal sin suficientes recursos para adquirir otro vehículo puedan utilizarlo. (Pasa a la página 4)

**El inventor Manuel Prieto Dávila advierte que lo venderá a otro país**

EL UNIVERSAL Gráfico  
*La contaminación por el uso excesivo de gasolinas va en aumento*

La entrevista con el ingeniero Manuel Prieto Dávila, ocupó un espacio destacado en la primera plana de *El Universal Gráfico*. El tema de la contaminación por automotores era un asunto importante en la capital del país, debido a los escasos resultados del programa Hoy no Circula, y a la falta de alternativas viables para resolver el problema. Foto: MAGR

Pese a la publicación en *El Gráfico* y la transmisión en radio, los resultados fueron poco fructíferos; la última ocasión que conversé con el ingeniero me comentó que ante la crisis económica que vivía, tuvo que laborar como vendedor en Sabritas. Sentí desánimo porque la intención al redactar la entrevista era apoyarlo y contribuir a su bien y al de su familia; al parecer nunca pudo explotar su invento.

#### **1.4. Investigaciones incómodas; un intento hacia el periodismo de investigación**

El periodismo de investigación, considera Raúl Trejo Delarbre, “...ha venido a ser el recurso con el que la prensa moderna, en todo el mundo, busca competir con los medios electrónicos pero además, ganarse la confianza de sus lectores”.

Añade que el periodismo de investigación busca darle al lector algo más que los otros medios y que las páginas ordinarias del diario. Esa oferta editorial es el valor agregado con el que todo buen periódico quiere competir dentro del mercado de los mensajes. En México, la competencia real entre las publicaciones periódicas es tan reciente que entre otros rezagos ha padecido la falta de –con poquísimas y a veces por desdicha efímeras excepciones– de un auténtico periodismo de investigación.<sup>7</sup>

La elaboración de reportajes (que comprende el periodismo de investigación) significó para mí una excelente manera de lograr un espacio en los medios de comunicación. Es un hecho que la búsqueda acelerada para obtener la nota “del día” y la reducción de personal en las empresas periodísticas, que aumenta la carga de trabajo, propician que pocas compañías se interesen en fomentar la investigación; éste tipo de materiales hacen la diferencia entre un medio y otro, y entre un periodista y otro.

---

<sup>7</sup> Raúl Trejo Delarbre, “Periodismo de investigación”, *Diario Siglo 21 de Guadalajara*, <http://raultrejo.tripod.com/Articulosvarios/Periodismodeinvestigacionnov97siglo21.html>.

El reportaje se puede considerar como el más vasto de los géneros periodísticos (que son las formas de expresión a través de las cuales se ejerce el periodismo) porque incluye a todos. Podemos definirlo como “... un género complejo que suele tener semejanzas no sólo con la *Noticia*, la *Entrevista* o la *Crónica*, sino hasta con el ensayo, la novela corta y el cuento.

“Los reportajes se elaboran para ampliar, completar, complementar y profundizar en la *Noticia*; para explicar un problema, plantear y argumentar una tesis o narrar un suceso.

“El *Reportaje* investiga, describe, informa, entretiene, documenta”.<sup>8</sup>

Durante mi estancia en la guardia de *El Universal Gráfico*, y a propuesta de mi compañera Irma Buenrostro Cano, quien también se esforzaba por obtener el trabajo, elaboramos una investigación de robo de cable en el Sistema de Transporte Colectivo (STC) Metro. Tratamos de realizar el llamado periodismo de investigación.

Este tópico, que se publicó en serie, motivó la curiosidad de los reporteros de Ciudad porque nosotros, sin ser de la sección y con poca experiencia, conseguimos la información, lo que provocó que un compañero pretendiera ganarnos la nota y entregó una supuesta indagación carente de sustento; sólo eran declaraciones, reacciones al hecho, eso que llamamos “declaracionitis”. Además, el jefe de Redacción no permitió su publicación porque el tema era nuestro.

Irma supo (de primera mano) del ilícito que se cometía por las noches en lo que llaman subestaciones. Nos dimos a la tarea de conseguir información, y desde luego nos topamos con dificultades por parte del Metro para reconocer la situación y ampliar los datos que teníamos.

Esta negativa de las instituciones a “abrirse”, transparentar su funcionamiento, informar a la ciudadanía lo que en ellas sucedía y garantizar el derecho de acceso a la información pública, se acentuaba en ese momento en las dependencias de gobierno, ya fueran locales o federales,

---

<sup>8</sup> Vicente Leñero, Carlos Marín, *Manual de periodismo*, pág.43.

situación que en la actualidad ha disminuido –no eliminado– con la aprobación de la Ley Federal de Transparencia y de las oficinas de acceso a la información pública en diversos estados del país.

El celo de los servidores públicos para entregar información tiene su origen en el manejo oscuro que distinguió por décadas al ejercicio de las funciones públicas. La secrecía era total, pues siempre reinó la idea de que los asuntos de gobierno debían manejarse con total reserva, no como un concepto de orden y disciplina sino como un pretexto para ocultar anormalidades y actuaciones fraudulentas,<sup>9</sup> considera Dorangélica de la Rocha.

Pese a las limitaciones de acceso a la información que había y la negativa para confirmar los datos obtenidos referentes al robo de cable, acudimos también a la Agencia 19 del Ministerio Público en Iztapalapa, donde el STC presentó una de las denuncias por el hurto. La respuesta fue la misma: “no tenemos información al respecto”. Nos canalizaron a comunicación social de la PGJDF, ya que este era el canal para atender a la prensa, según dijeron. La oficina encargada de ser el enlace con la institución, la prensa y la sociedad, en realidad fue un obstáculo.

Con antelación al inicio de nuestra indagatoria, la PGJDF emitió un boletín en el cual informaba del robo de cable, de acuerdo con lo asentado en la averiguación previa iniciada ante el Ministerio Público, la cual coincidió con el número de expediente que teníamos registrado en los documentos internos del Metro.

Solicitamos entrevista con el director del Metro, jamás se logró. Fue entonces que presionamos a través de notas en las que describimos la negativa de la dependencia para informar del ilícito que afectaba al erario público, y en el cual –al parecer– estaban involucrados empleados del STC.

Para evitar comprometer al directivo, nos asignaron al gerente de vigilancia para “platicar” con él, pero sólo aceptó la reunión con Irma y sin grabadoras ni cámaras fotográficas; su palabra “no sería

---

<sup>9</sup> Dorangélica De la Rocha, “No sólo exhibir datos, sino armar el rompecabezas completo ¿Periodismo de investigación o de consulta?”, *Revista Mexicana de Comunicación*, <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc87/consulta.html>.

oficial”. Con todo y la reticencia logramos documentar el hurto que se cometía, pese a la intención de las autoridades del Metro de convencer al director de *El Gráfico* de evitar la publicación del reportaje, según nos enteramos mi compañera y yo.

En este caso me di cuenta de la influencia, ya sea a favor o en contra, que tiene la prensa y lo incómodo que es para las instituciones y actores políticos cuando se revela una irregularidad que se trata de ocultar a la opinión pública. Al acudir a las agencias del Ministerio Público a pedir información de las averiguaciones iniciadas por el ilícito casi nos echaban del lugar, quizá temían que indagáramos en la fallida procuración de justicia en la capital del país.

José Carreño Carlón, en su artículo *Fobaproa. Los costos de la desinformación*, analiza una de las peores catástrofes de la información institucional (como él la llamó): la del gobierno de Zedillo [refiriéndose a Ernesto Zedillo, entonces presidente de la República] que, fiel a sus patrones de comportamiento, pretendió que podrían pasar desapercibidos los costos y las turbiedades del rescate bancario de 1996, enviándolos al Congreso ocultos en el trámite anual de la rutina legislativa fiscal de 1997.

Carreño asegura que Zedillo violó un principio axiomático de la comunicación institucional, el que prescribe que, por desfavorables, gravosos y dañinos que se consideren los efectos de divulgar una información controvertida para la institución, siempre serán más desfavorables, costosos y dañinos los efectos de ocultarla, de no divulgarla. Entre otras cosas, porque se pierde la ventaja dentro de la adversidad de establecer la primera interpretación, el primer giro (el *spin* inicial) de la información adversa. Y en cambio, se otorga esa ventaja al competidor, al crítico, al opositor que más temprano que tarde encontrarán la información oculta y le impondrán la interpretación más dañina para la institución que la ocultó. Entre otras cosas, también, porque el ocultamiento ofrece las primeras pistas sobre el

por qué y el para qué del ocultamiento y abre la imaginación a toda suerte de sospechas.<sup>10</sup>

La investigación que realizamos correspondió a un acontecimiento de menor impacto social que el caso Fobaproa. El hecho es que las autoridades de la institución guardaron silencio y esto generó una mayor especulación en nosotros como reporteros. Hubiera sido mejor –para la dependencia– afrontarnos y con ello mostrar pleno interés de ubicar a los responsables del ilícito y acabar con el hurto que sin duda afectó al erario público.

Actualmente el ejercicio periodístico tiene un elemento en su favor para mostrar a la sociedad cuando los servidores públicos y actores políticos ejercen indebidamente sus funciones: la Ley Federal de Transparencia. Algunos gobiernos de las entidades, entre ellos el del Distrito Federal, establecieron un organismo encargado de garantizar el derecho de acceso a la información a cualquier persona, incluidos los medios y sus representantes. En el caso de la capital del país es el Instituto de Acceso a la Información Pública del Distrito Federal. Cada institución del gobierno capitalino tiene una oficina de Transparencia y Acceso a la Información, la cual se encarga de proporcionar los datos que la ciudadanía solicite.

El Artículo 1 de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Distrito Federal establece: La presente Ley es de orden público e interés general y tiene por objeto transparentar el ejercicio de la función pública y garantizar el efectivo acceso de toda persona a la información pública en posesión de los órganos locales: Ejecutivo, Legislativo, Judicial y Autónomos por ley, así como de todo Ente Público del Distrito Federal que ejerza gasto público.<sup>11</sup>

La ley ha permitido que hoy día los comunicadores –y la sociedad en general– tengan mayor apertura informativa. Este ordenamiento establece limitantes como se indica en su Artículo 11, segundo párrafo: “Toda la información en poder de los entes públicos estará a disposición de las

<sup>10</sup> José Carreño Carlón, “Fobaproa. Los costos de la desinformación”, *Etcétera* <http://www.etcetera.com.mx/pag27ne46.asp>.

<sup>11</sup> Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Distrito Federal, pág. 7.

personas, salvo aquella que se considere como información de acceso restringido en sus distintas modalidades”.<sup>12</sup>

Antes de la derrota del PRI en el proceso electoral del 2 de julio del 2000, la posibilidad de regular alguno de los múltiples campos que comprende el derecho a la información era realmente remotísima. Ningún partido político y ninguno de los candidatos a la presidencia que participaron en esa contienda política tenían la suficiente información, formación y claridad acerca de los alcances del derecho de acceso a la información, como uno de los segmentos más importantes del genérico derecho a la información.

La alternancia en el gobierno abrió una estructura de oportunidades que hizo posible que un tema tan distante de las preocupaciones y propuestas de los actores políticos consiguiera hacerse un hueco en la esfera pública mexicana. Recuérdese que los temas centrales del bisoño equipo gobernante se concentraban en la posibilidad de realizar las grandes reformas fiscales, laboral y eléctrica.<sup>13</sup>

A pesar del temor que prevalece para transparentar al máximo el ejercicio de gobierno y la aplicación de los recursos públicos, es un hecho que como reporteros sólo nos basta encontrar el hilo para luego seguirlo y desenredar la madeja.

### 1.5. SOS en Tepepan

Una vez más la suerte de reportero me sonrió. A finales de julio de 1996, mientras redactaba mis notas en el periódico, llamaron por teléfono a la dirección de *El Gráfico*. Un grupo de reclusas del penal de Tepepan, en Xochimilco, quería hacer una denuncia por malos tratos y acoso sexual que, declararon, recibían del personal de custodia y del médico, respectivamente.

<sup>12</sup> *Ídem*, pág. 11

<sup>13</sup> Juan Francisco Escobedo, “Avance central para la democracia sociedad civil y Ley de acceso a la información”, [www.fidac.org.mx](http://www.fidac.org.mx)

Me encomendaron atender la llamada. Este tipo de casos siempre es delicado tratarlos en los medios porque hay la incertidumbre de la veracidad de los hechos, sobre todo porque difícilmente se pueden comprobar. Para las autoridades responsables todo está en orden, nunca pasa nada dentro de los penales, en cambio los internos dicen lo contrario. Esto me llevó al lugar.

Gabriela (de quien sólo pondré su nombre por respeto a su persona) encabezaba el grupo de quejas. Ella me registró como su amigo para ingresar en días de visita. Fue largo el traslado al penal de Tepepan, y mayor la odisea para entrar. Padecí y observé las dificultades que los familiares y amigos de las reclusas tienen que sortear con el personal de custodia, a pesar que Tepepan es un centro de reclusión con bajo número de población y, por ende, de visitantes.

De acuerdo con el reglamento están prohibidos los colores gris, negro, azul marino y beige. Tomé en cuenta las sugerencias que me hizo vía telefónica Gabriela y me presenté con un pantalón color verde y una camisa a rayas combinadas. A criterio de un custodio el pantalón era gris, por lo que me negó la entrada. Aun así, no podía darme la media vuelta y regresar al periódico con las manos vacías: sin información. Intenté persuadirlo, sin lograrlo; el hecho era que simplemente no quería permitirme el ingreso. Entonces me acerqué al cuartel de policías del cuerpo de Granaderos, situado a un costado del centro de reclusión, donde un uniformado me alquiló por 20 pesos un pants gris con franjas rojas que finalmente convenció a los vigilantes para poder acceder al lugar. Sólo hay que imaginar mi vestimenta: camisa de manga larga a rayas, zapatos informales color negro y pants gris con franjas rojas.

Al fin crucé el cancel con cristales que indica el comienzo de la rutina para entrar. Un hombre me aguardaba en la barandilla. En un libro de registros tenía mi nombre que con antelación reportó Gabriela. Me pidió una identificación y luego de acreditar mi personalidad dos custodias verificaron el contenido en mis bolsillos.

Adentro, a través de la llamada “estafeta” (quien avisa a las internas de sus visitas), me entrevisté con Gabriela y su grupo de amigas que aguardaban ansiosas mi llegada para relatarme los atropellos a sus derechos que sufrían desde hacía meses.

Mi estancia duró aproximadamente dos horas. Sentía temor de ser descubierto por una indiscreción de alguna reclusa que avisara a los custodios mi labor periodística, aunque me tranquilizaba un poco que en el periódico estaban enterados de la visita a Tepepan, y al menos – pensé– irían a sacarme del problema.

Comenzamos la plática. Alrededor de la mesa del comedor se sentaron Gabriela y dos compañeras de ella. Escuché atento sus comentarios. Trataba de asimilar al máximo sus palabras al tiempo que las analizaba; sólo tenía un bolígrafo y una hoja de papel que ellas me proporcionaron para mis anotaciones, ya que ni siquiera tuve éxito de introducir un bolígrafo.

Los temas eran el acoso y los malos tratos de custodios, abusos de autoridad. Aún así, estaba obligado a preguntar el motivo por el que habían sido encarceladas; sabía que esta referencia la solicitarían mis jefes al momento de volver a la redacción y relatar lo acontecido en la visita al lugar. Dos de las tres mujeres tenían cargos por homicidio, la otra por robo. Gabriela estaba acusada de asesinar a su pequeña hija; ella se decía inocente y señalaba como responsable a su ex pareja, padrastro de la menor.

Consideré valiosos los datos proporcionados para investigar los castigos excesivos, acoso sexual del médico del lugar y la negligencia de las autoridades del centro de reclusión para atender las quejas. En el periódico fueron cuidadosos con el manejo de la información, ante la dificultad de comprobar lo dicho, que ni siquiera había grabado porque evidentemente fue imposible ingresar grabadora o cámara fotográfica; como reportero quizá hubiera sido más complicado entrar.

El hombre de prensa encuentra cotidianamente algunos “incidentes”, para utilizar la terminología de Abraham Moles, o datos informativos que no son expresables en términos de noticia, por la ausencia de certidumbre. El periodista sabe que uno de sus deberes principalísimos es comprobar la procedencia del dato, su veracidad y referirlo a una fuente responsable. Cuando le faltan esos medios de comprobación, el material que maneja es rumor.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Raúl Rivadeneira Prada, *Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*, pág. 78.

Salí del penal y luego de someterme a las numerosas revisiones de rutina, fui por mis pertenencias y a devolver la ropa alquilada. Afuera, aguardaba el granadero que se puso a mis órdenes para facilitarme vestimenta cuando lo requiriera. “Ya sabes amigo, aquí estamos para servirte”, me dijo aquel hombre que gustoso bebía un refresco mientras recibía aquel pantalón deportivo que quién sabe cuántas personas más habrán usado para ingresar al penal.

De regreso al periódico pensaba una y otra vez en las palabras de Gabriela, quien se notaba convincente, más que las otras amigas, de los atropellos vividos. Sabía que debía ser cauteloso al redactar porque quizá había la intencionalidad de afectar a alguien en particular y entonces yo sería el instrumento para lograr el cometido; ese mismo razonamiento me lo comentaría después mi jefe de Redacción.

Los antecedentes de Gabriela no fueron prejuicio en mi labor, y el “filtro” informativo que hizo el jefe de Redacción me abrió más los ojos. La afectada, por ejemplo, decía que había sido secuestrada por los custodios, quienes la encerraron en una celda de castigo y, según su dicho, esto representaba un acto contra su voluntad, de acuerdo con “leyes internacionales” en materia penitenciaria que había consultado. La realidad es que había cometido un acto que se constituía como falta al reglamento interno, y en el sometimiento pudo haber un abuso de autoridad, mas no un secuestro.

Reproduje su dicho, pero en la revisión Vega lo eliminó. Dijo que no me dejara llevar por la simple declaración porque era equivocada, y me hizo reflexionar sobre el hecho y las repercusiones de publicar información tergiversada. “La tergiversación de los hechos produce desconcierto y desconfianza en el público. Cuando se descubre falsedad o engaño deliberado, el perjuicio se vuelve contra la institución periodística y contra el periodista: ambos caen en el descrédito”.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Vicente Leñero, Carlos Marín, *op.cit.*, pág. 31.

En la práctica cotidiana del periodismo con frecuencia las “fuentes” proporcionan información de manera verbal, comentarios que parecen ser una gran noticia, aunque carentes de documentos que los avalen. “Verosimilitud: en periodismo la verdad es aquella que se puede documentar, con la sola pretensión de que sea una *verdad periodística*”.<sup>16</sup>

La nota de las reclusas se publicó, y después de algún tiempo tuvo efecto positivo para las internas, según me comentaron. Disminuyó el hostigamiento del médico y los excesos de los custodios; no se erradicaron, como era de esperarse.

### **1.6. Al ruedo y sin capote**

Era el lunes 22 de julio de 1996. Por la mañana, al revisar la orden de trabajo, leí que me habían asignado un “lote de fuentes” (varias dependencias de las que se cubren sus eventos y se obtiene información) correspondiente a otro reportero, a quien se las retiraron a manera de castigo porque se “le fue la nota”, como decimos en la jerga periodística cuando alguien no cubre una información importante por descuido, o no sabe identificar la de mayor importancia que se constituirá como “la nota”.

Fue emocionante leer mi nombre en la orden, en la cual se me indicaba que no había evento programado, “pero apelamos a su sensibilidad periodística para entregar información a la edición de hoy”. A partir de ese momento la búsqueda de un tema importante, del momento, era fundamental para cumplir debidamente con el trabajo y ganar un espacio en alguna de las páginas del vespertino.

Mi tarea y compromiso se hicieron mayores. Con la encomienda de reportear –aunque parecía sólo por un breve tiempo mientras duraba el castigo al compañero– empecé a formar parte del engranaje que mueve a un medio.

---

<sup>16</sup> *Ídem*, pág. 30.

“Por ser el principal proveedor de la materia prima del periodismo (la información) el reportero es la pieza clave de toda institución periodística.”<sup>17</sup> De ahí que si fallaba en la encomienda no sólo perdería mi oportunidad, también afectaría el trabajo del equipo y el prestigio de la empresa periodística.

Ser reportero es difícil y para cumplir la función hay que reunir varias cualidades. De acuerdo con Vicente Leñero y Carlos Marín en su libro *Manual de periodismo*, se requiere:

–*Vocación*: gusto y voluntad de conocer para informar de los hechos de interés colectivo.

–*Sentido periodístico*: un reportero sabe encontrar el ángulo de interés general en diferentes áreas de la vida social, lo mismo en la economía que en la política, la cultura o la diplomacia que, sin ser temas que deba conocer como especialista, está obligado a comprender en sus líneas esenciales. No es raro que luego de reportear con persistencia una fuente el reportero se vuelva una especie de técnico en la misma, pero siempre está en condiciones de trabajar cualquier otra.

–*Aptitud adquirida*: el reportero que afirma y conforma su vocación con estudios teóricos y prácticos de técnicas de redacción desarrolla una aptitud superior a la de quien se capacita en el solo ejercicio periodístico de manera improvisada.

–*Honradez*: el periodismo implica honradez, la incorruptibilidad periodística. Quien accede al periodismo para obtener una credencial con la idea de medrar o de satisfacer propósitos mezquinos con el tráfico de influencias puede ser un eficaz negociante o buen gestor –“coyote”– pero no un periodista.

–*Tenacidad*: la insistencia, la persistencia, la búsqueda sin tregua de un dato central, un ángulo especial de la información que se trabaja es también requisito en

---

<sup>17</sup> *Íbidem*, pág. 26.

todo reportero. Poco puede esperarse del pusilánime o del conformista. Sin ofender ni “pasarse de listo” el reportero puede ir obteniendo información de la misma manera que se alcanza una meta recorriendo caminos distintos; la tenacidad permite además comprender un mismo asunto desde ópticas diversas que subrayan la trascendencia de la información inicialmente obstaculizada.

–*Dignidad profesional*: es un elemento clave en la conducta reporteril. La dignidad profesional implica una autonomía moral no sólo frente a los sujetos y asuntos que trate el periodista para obtener información, sino también frente a sus compañeros de “fuente” y de trabajo; frente a sus jefes y auxiliares. Un reportero servil y oportunista es tan vulnerable como el déspota o el prepotente. De la dignidad profesional dependen la conducta laboral del reportero y la limpieza y claridad de sus escritos.

–*Iniciativa*: por la responsabilidad que entraña su función, el reportero debe no únicamente cumplir las órdenes o sugerencias de su jefe de Información sino responder a la lógica de su propia iniciativa. El reportero responde a todo aquel imprevisto que signifique una nota informativa.

–*Agudeza*: lo que ve y escucha el reportero nunca es incidental si se tiene agudeza para percibir “la nota”. Una clara visión y el hábito de la lectura le permiten identificar en documentos los aspectos relevantes prácticamente “a vuelo de pájaro”. La familiaridad con escritos diversos –literarios, históricos, filosóficos, periodísticos– propicia el encuentro “rápido” de lo importante, lo trascendente, lo noticioso, lo concluyente. Por otra parte, la agudeza auditiva, la “lectura de labios” asegura la identificación de elementos importantes que, por ejemplo, son irrepetibles en algunas entrevistas, bien por el carácter de los personajes o por la fugacidad de la oportunidad periodística.

–*Salud*: este es un factor formalmente secundario pero que no debe desestimarse. Un reportero ha de ser apto para trabajar lo mismo en la aparente comodidad de la vida citadina que en la segura dificultad de sitios inhóspitos o situaciones conflictivas inesperadas.<sup>18</sup>

Una de las “fuentes” asignadas era la Secretaría de Educación Pública (SEP), y dado que el mes de mayo de ese año fue de constantes movilizaciones por parte del magisterio nacional, quedaba la duda de cuántos días en realidad los alumnos asistieron a clases.

Carente de una agenda con números telefónicos de dependencias o especialistas en educación que pudieran opinar del tema, a través de los compañeros que estaban en la redacción conseguí el teléfono de la SEP y con lo investigado elaboré una nota cuyo tema fue los 200 días oficiales de clases –que por cierto se publicó en primera plana y con recuadro a color–, enriquecida con los comentarios de académicos, quienes criticaron la baja calidad de la educación básica, lo cual se deterioraba aún más con las manifestaciones y paros de labores efectuados por los mentores, como estrategia para obtener mejores condiciones y prestaciones laborales, previo al anuncio oficial del aumento salarial el 15 de mayo.

Al tener que conseguir la información en lo inmediato, aprendí que una herramienta fundamental para el desempeño de un reportero es hacer un directorio telefónico propio, al menos de las dependencias de gobierno, el cual se debe enriquecer en cada entrevista o evento, para comunicarse con algún funcionario u organismo, ya sea público o privado, y así obtener información con prontitud.

Era común que en días inhábiles o festivos la información escaseara, por lo que resultaba indispensable echar mano de ese directorio para entrevistas vía telefónica a algún especialista, abogado o representante popular que me diera “nota”.

---

<sup>18</sup> *Íbidem*, págs. 26, 27.

Mi nueva actividad como diarista, aquel que “cuenta la historia inmediata, la ocurrida en el transcurso del día de hoy, la nota de la manifestación obrera, la declaración del funcionario, la inauguración de una obra pública, la junta cumbre de los ministros, la serie mundial, el trágico accidente, los quince años...”,<sup>19</sup> implicó una dinámica de trabajo diferente a la que realizaba. Independientemente de que cubriera de manera interina, debía efectuar el trabajo como un reportero titular (nombre con el que se conoce a la persona asignada oficialmente por el medio de comunicación para cubrir las actividades de una dependencia u organismo público o privado).

Comencé por interrelacionarme con las dependencias y organismos asignados, tratando de estar al tanto de lo que acontecía en ellas. Visitaba cada lugar para presentarme con los responsables de comunicación social. A diario llamaba a estas oficinas para estar atento a la información que generaran o a los eventos; era frecuente que por ser reportero de *El Gráfico* no me tomaran en cuenta porque ya habían invitado a quien cubría por parte de *El Universal* matutino. Fue una ardua labor hacer entender a la gente que cada periódico tenía su equipo y, por ende, debían considerarme.

Luis Velázquez establece que el trabajo de un diarista consiste en:

- Leer los periódicos del día, escuchar los noticiarios radiofónicos y ver los televisivos, para saber el curso inmediato del suceso.
- Establecer relaciones cordiales con los agentes noticiosos.
- Mantener actualizado su directorio telefónico.
- Ejercitar sus cinco sentidos para olfatear y rastrear la noticia donde puede estar.
- Cubrir las fuentes informativas con pulcritud.
- Estar sujeto a una disciplina para entregar el *budget* y la nota a la hora fijada por el jefe de redacción.

---

<sup>19</sup> Luis Velázquez, “El periodismo de investigación, avasallado por la dinámica cotidiana. Periodismo de Investigación versus diarismo”, *Revista Mexicana de Comunicación*  
<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc87/investigación.html>.

–Luchar cada día contra el tiempo y la hora del cierre para ganar la nota a la competencia.<sup>20</sup>

De acuerdo con mi experiencia, el trabajo del diarista, además de lo antes citado, debe profundizar sus conocimientos de la “fuente” que cubre, lo que significa especializarse. De tal manera que al redactar para explicar la historia diaria sepamos de qué le estamos hablando al lector, hacerle más entendible los hechos, especialmente las personas poco familiarizadas con la política, economía, cultura, deportes, finanzas y demás disciplinas del conocimiento humano.

### 1.7. A “prueba” ¿aún más?

Mi designación como titular de la “fuente” educativa, coincidió con la realización del Primer Congreso Internacional de la Lengua Española que tuvo verificativo en la ciudad de Zacatecas, del 8 al 13 de abril de 1997. Días antes de partir al evento, mi jefe de Información platicó conmigo y me dijo que debido a la crisis financiera por la que atravesaba el periódico, no había recursos para enviar una persona más, de ahí que tenía un mayor compromiso de hacer un buen trabajo y que de esto dependía en gran medida mi permanencia en *El Gráfico*, pese a que estaba a un mes de cumplir un año de labores y sin cobrar un peso por mi actividad.

Ya en el congreso, la dinámica de mi labor respecto a los compañeros de diarios matutinos era distinta, porque tenía que anticiparme a lo que sucedería un día después, además que los hechos ocurridos posteriormente al cierre del medio día para mí ya eran historia.

El impulso de supervivencia me llevó a buscar material informativo en entrevistas, notas de color, conferencias, con lo que pude cumplir con el trabajo a pesar de mi poca experiencia y la competencia tan reñida con decenas de reporteros –incluso muchos compañeros especializados en el ámbito cultural– de todos los medios de comunicación nacionales e internacionales, quienes acudimos a cubrir el magno evento donde asistió el presidente en turno, Ernesto Zedillo; los reyes

---

<sup>20</sup> *Ibidem.*

de España, Juan Carlos I y Sofía, escritores como Gabriel García Márquez, Camilo José Cela, Carlos Monsiváis, Andrés Henestrosa, y aunque no estuvo presente, Octavio Paz envió su mensaje videograbado para la inauguración.

La víspera de la inauguración del congreso se realizó por la noche la apertura de la exposición Pelo y Pluma, de Alberto Gironella, en el museo Francisco Gotilla de la ciudad de Zacatecas, donde acudió Carlos Monsiváis, a quien entrevistamos. El escritor mexicano criticó a los políticos de quienes dijo no saben leer, y que después de escucharlos se antoja leer para no parecérseles; esto fue parte de la información que envíe el lunes por la mañana.

En el año que se celebró el congreso el uso de las computadoras e internet estaba todavía muy lejano para la mayoría de reporteros mexicanos que acudimos al evento. La sala de prensa fue habilitada con decenas de grandes máquinas de escribir marca Olivetti, teléfonos con línea abierta a larga distancia, cabinas para los reporteros de radio y faxes.

Recuerdo que de los medios nacionales que acudimos sólo las reporteras de *La Jornada* y *El Universal* (sección Cultura) llevaban computadoras portátiles (de las llamadas lap top) y enviaban su información vía Internet, mientras yo lo hacía vía fax o dictaba por teléfono.

Debido a las exigencias propias de un medio de información vespertino, como el que representaba, salir por la tarde a continuar con la recolección de información a través de entrevistas y cobertura de conferencias, sobre todo aquellas que resultaran de interés y que muchas veces no eran cubiertas por los medios matutinos, que eran mi competencia, fue una estrategia para tener “nota” al día siguiente.

De tal suerte que las noches eran el tiempo en que redactaba. La mayoría de esas notas las escribía a mano, ya sea porque no había máquinas disponibles o porque trabajaba hasta muy tarde en mi habitación y la sala de prensa la cerraban, además de resultar práctico.

La búsqueda de información que fuera interesante para los lectores de *El Gráfico*, traducir las discusiones de lingüistas y periodistas acerca del uso correcto del español en los medios de comunicación que defendían los primeros, resultó un trabajo arduo y nada fácil.



Debido a los requerimientos informativos de *El Gráfico*, distintos a un medio impreso matutino, acudía a eventos por la tarde y efectuaba entrevistas exclusivas, con el objetivo de tener "nota" para el siguiente día.

FOTO: MAGR

---

# CAPÍTULO 2

---

**LAS SEDUCCIONES  
EN EL PERIODISMO**

---

En los primeros meses de mi trabajo como reportero de *El Universal Gráfico* en el sector educativo, noviembre de 1996 para ser exacto, el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE) programó una gira por el estado de Puebla. Como es costumbre, el organismo sufragó los costos del transporte, hospedaje y alimentos, todo de lo mejor.

La actividad transcurrió con normalidad: eventos, discursos, entrevistas, elaboración y envío de la información. Los encargados de prensa –porque había dos equipos en el SNTE que no se ponían de acuerdo para operar el área– establecieron una sala en una de las instalaciones de la sección sindical en la entidad, para los únicos tres medios que asistimos a la gira.

La razón por la que había dos equipos de prensa era la siguiente:

Ernesto Valenzuela, quien se presentaba como “licenciado” y con una “amplia trayectoria” en el ramo, fungía como encargado de comunicación social del entonces secretario del Sindicato (Humberto Dávila Esquivel), porque el otro equipo era de la Secretaría de Prensa del Comité Ejecutivo Nacional del SNTE, en la que laboraba la maestra “Rosita”, de quien sólo recuerdo su nombre. Esta conformación se debía a que la institución estaba, y está, integrada por distintos grupos políticos que cada uno lleva agua a su molino, como coloquialmente se dice. A pesar de que “Rosita” y Valenzuela eran de equipos contrarios, en esa gira tuvieron que “trabajar” en conjunto.

### **2.1. El “chayo” de cerca**

Serían las dos o tres de la tarde cuando las compañeras de los otros medios de comunicación (del diario *La Afición* y de la agencia informativa *Lemus*) concluyeron la redacción de sus notas y las enviaron por fax o vía telefónica. En mi caso, por ser diario vespertino, el trabajo lo concluí antes que ellas, incluso previo a la culminación del evento me comuniqué a través de un viejo teléfono público de monedas –aún de disco– ubicado en el sitio conocido como El Fuerte de Loreto.

Conversaba con las compañeras reporteras –de quienes omitiré sus nombres, porque no es mi labor juzgar su comportamiento y decisiones en el ámbito profesional– de las vivencias en esta gira, de las “grillas” al interior del sindicato, anécdotas personales, en fin, de diversos temas. Abruptamente ingresó la maestra “Rosita”. Traía en la mano sobres blancos tamaño carta que contenían dinero en efectivo (850 pesos), y los repartió a quienes estábamos en esa oficina de una zona semirresidencial de Puebla.

Recordé en ese momento aquellas clases en la universidad en las que diversos maestros como Víctor Chávez Ángeles, Ricardo Rodríguez Inda, Isabel Luis Juárez o Aldo de la O Tapia comentaban del “chayo”, el “embute”, los sobres “blancos”; en pocas palabras: el soborno. Por primera vez en mi vida profesional me enfrentaba a una situación de esta naturaleza sin saber qué hacer. Creía que esa vieja práctica estaba desterrada, ignoraba que el SNTE, al igual que otros organismos gremiales del país, la mantienen.

...el Embute (el Chayote, el Cochupo, el Sobre) es, en la prensa mexicana, la institución que prescinde de la fe y sólo se ocupa de la demostración. Tal y como lo delata su origen verbal, el Embute (acción de “mediatizar” la garganta, de impedir con dádivas las palabras) es el equivalente periodístico de la mordida, es el acto de compra (ni pública ni privada) que moviliza el descubrimiento de milagros: “¡¡El Señor Licenciado inauguró el país!!”.<sup>21</sup>

Aunque en ese momento faltaban cuatro años para iniciar el siglo XXI, me enfrentaba a una práctica tan socorrida a lo largo de los regímenes de gobierno del Partido Revolucionario Institucional (PRI). Supe que para sindicatos como el SNTE, órgano corporativo de ese instituto político, el trabajo de los periodistas tenía poca valía desde el punto de vista social. Era claro que esa falta de respeto a mi actividad profesional provenía de gente sin ética, sin escrúpulos: para ellos éramos peones.

---

<sup>21</sup> Julio Scherer García, Carlos Monsiváis, *Tiempo de saber. Prensa y poder en México*, pág. 162.

El “chayo”, el “embute” o el “sobre blanco” se ha enquistado en las instituciones de gobierno y organismos públicos, y ha tergiversado la actividad periodística a tal grado que genera desconfianza en la sociedad por lo escrito en la prensa y por sus agremiados. Ante el soborno, los periodistas no cumplen con su función social, sino que escriben a conveniencia de quien paga; de tal manera que quienes ostentan el poder político o económico se convierten en los patrones del periodista y no la empresa para la cual trabaja.

El embute impide por largo tiempo la confianza de los lectores y el desarrollo de un periodismo independiente, y lo traduce todo al idioma único de los gajes, las compensaciones, el cambio de status del periodismo, las garantías de “influyentismo”, los certificados de impunidad. Una vez más, los árboles no nos dejan ver el bosque. El embute lastra y deforma, pero el obstáculo principal de la libertad de prensa es la ansiedad del control absoluto del gobierno.<sup>22</sup>

En el gobierno de Miguel de la Madrid se trató de acabar con los embutes a los reporteros de diarios y a los acridios; pero se trataba de una obra colosal. Disminuyeron sustancialmente los acridios –algunos “editores” de una hojita que aparecía de vez en cuando–, pero los reporteros de los diarios protestaron agriamente. Era imposible: hay algunos reporteros que viven del salario mínimo y los embutes.

Se dispuso entonces que firmaran en su “fuente” un documento según el cual se les entregaba cierta cantidad en calidad de honorarios por un trabajo supuestamente realizado. Algunos aceptaron firmar; pero otros lo rechazaron airados, convencidos de que se les tendía una trampa. Al final se retornó a la época en la que no se les exigía firmar a la entrega del embute.

---

<sup>22</sup> *Íbidem*, pág. 162.

Cuán lejos parecen los tiempos –1921, 1922– en que Vasconcelos, al frente de la SEP, decía a los reporteros: “Yo les doy información; no dinero...”<sup>23</sup>

La “gratificación” otorgada por el SNTE tenía el propósito de guiar la información hacia un manejo positivo para la institución y su dirigente, comprar nuestra voluntad como mera mercancía que sirve a los intereses de alguien.

Raymundo Riva Palacio considera que “los periodistas deben ser personas honestas, entendiéndose por honestidad un valor integral que tiene que ver fundamentalmente con un comportamiento y una actitud frente a la vida. No sólo significa permanecer ajeno a los circuitos de la corrupción que plagan al periodismo mexicano, además implica responsabilidad para con los receptores de la información y escrupulosidad y rigor en el trabajo.”<sup>24</sup>

El periodista, pues, informa y forma criterios.

Su función es ésta, y no otra.

Mas si ha de ser leal a sus deberes, si ha de cumplir con escrupulo su papel – delante de su propia conciencia y delante de la conciencia del público– tiene que hacer un uso recto del caudal noticioso de que es portavoz, y de las directrices que ha de proporcionar para que los lectores puedan comprender los hechos. Cuanto se ofrezca a éstos tiene que ser objetivamente verdadero, oportuno, íntegro, sin mutilaciones aviesas, honesto, conveniente al bien común y sustancialmente justo en lo que se diga y cómo se diga.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Luis Alberto García Orosa, *Periodismo en paños menores*, pág. 67.

<sup>24</sup> (1) Raymundo Riva Palacio, *Más allá de los límites. Ensayos para un nuevo periodismo*, págs. 28,29.

<sup>25</sup> Manuel Becerra Acosta, *¿Quién habla por el hombre? La guerra de las noticias*, en José Luis Martínez S., *La Vieja Guardia. Protagonistas del periodismo mexicano*, México, Plaza Janés, 2005, pág. 26.

Aún guardo en la mente las palabras que por instantes hicieron que mi cuerpo pasara de un estado anímico de satisfacción por haber cumplido adecuadamente con el trabajo, a un estado de ira, confusión, incomodidad.

–“Tengan, este es un presente del profesor Dávila (Humberto Dávila Esquivel, secretario general del SNTE durante el período 1994-1997) por su apoyo a la cobertura de la gira”, expresó la mentora “Rosita” al tiempo que salía inmediatamente del sitio.

Todos nos quedamos sin habla, nadie sabía qué hacer, cómo romper el silencio, si guardar el sobre o dejarlo a la vista. Los segundos se hicieron eternos, las miradas se encontraban y nadie hallaba la forma de justificar el hecho de tener en nuestras manos aquella “gratificación”. La tensión cesó cuando nos llamaron para abordar el autobús que nos trasladaría al hotel donde comeríamos, para luego recoger nuestras pertenencias y retornar a la Ciudad de México.

Preocupado por lo sucedido, en el trayecto traté de acercarme –sin éxito– a la profesora “Rosita”. Al llegar al hotel, y todavía en el vehículo, la abordé y enfático le dije que agradecía la invitación a la gira y sus atenciones, pero definitivamente me rehusaba a aceptar “el presente” de Dávila Esquivel porque yo trabajaba para *El Universal Gráfico*, no para el SNTE o su secretario general, y precisamente el medio me pagaba por hacer mi labor, además que difería de su “política de comunicación social”. Su asombro y enojo fue tal que respondió: “Si no lo aceptas, entonces no te volvemos a invitar a ninguna gira o evento”.

–Lo prefiero a quedarme con el dinero, respondí. Mis palabras encendieron más su ira y descendió bruscamente del camión huyendo de mí. En cuestión de minutos la noticia del rechazo al “chayo” llegó al seguramente artífice de otorgar dinero: Ernesto Valenzuela, vía la profesora.

Casi terminaba de comer cuando Valenzuela me pidió que conversáramos. Él hablaba en esos momentos en el comedor con uno de sus colaboradores encargado de atender a los medios que cubrimos la gira, a quien le pedía que me convenciera de aceptar el dinero; es lo que pude escuchar al acercarme a la mesa.

Al pasar por el lugar, Valenzuela me llamó y entonces su subalterno se levantó de la silla al tiempo que le decía en tono molesto a su entonces jefe: “Yo no, tú habla con él”. No tuvo más remedio que tratar directamente el asunto conmigo. Fue entonces que como introducción de la plática preguntó qué me había parecido la gira y después directamente me inquirió respecto a mi negativa de aceptar el dinero. Mi postura fue la misma: rechazar la “gratificación”.

Descalificó entonces la forma en que la profesora había entregado los “sobres blancos” y la cantidad otorgada, por lo que se comprometió a darme más y “de su bolsa”; sólo tenía que decir cuánto. Nuevamente me negué a aceptar su propuesta y le devolví el sobre tal y como me lo entregaron. Aquel rostro palideció y luego enrojeció de asombro y enojo al sentir que falló en su objetivo con el inexperto reportero que trataba de aparentar madurez y dominio de sí mismo, aunque al interior no hallaba cómo terminar con esa bochornosa situación.

Encolerizado, quiso obligarme a firmar o escribir de puño y letra mi nombre en aquel sobre blanco, tal vez con el afán de demostrar que efectivamente había recibido el dinero. Sus intentos fueron en vano.

De camino al Distrito Federal, las jóvenes reporteras y yo retomamos lo sucedido en aquella oficina del SNTE. Me preguntaron respecto a la plática sostenida con Valenzuela y qué había sucedido con el dinero. Les interesaba saber si terminé por aceptarlo, y a mí dejar en claro mi rechazo.

Se sorprendieron con la respuesta y fue entonces cuando las dos tuvieron confianza de expresar sus razones para embolsarse el dinero. En ambos casos coincidieron en que el bajo salario las obligaba a buscar en sus “fuentes” dónde “cobrar”. Una de ellas argumentó que aunque no hubiera recibido el sobre, Valenzuela se quedaría con él y diría que la reportera lo aceptó, lo que quizá sucedió con el dinero que me habían destinado.

La otra persona fue más explícita y comentó que en su casa le exigían mayores recursos económicos para cubrir las necesidades básicas, además tenía que efectuar reparaciones en su hogar, gastos imposibles de cumplir con los escasos mil pesos que percibía al mes en la hoy desaparecida agencia informativa donde prestaba sus servicios. Ella misma me confió que el

dueño de la agencia les “sugirió” buscar en sus “fuentes” una “ayuda” a fin de completar su sueldo, ante su carencia de recursos para mejorarle sus percepciones salariales.

Llegado el lunes, aguardé el arribo de mi director, el señor Fuentes Medina, para narrarle lo sucedido en la gira. Sentí que era mi obligación y deber informarle lo sucedido en Puebla, por honestidad y gratitud, además que los encargados de prensa y de comunicación del SNTE, en un acto de revancha, pudieran llamarle y decir que solicité “apoyo” económico, lo que sin duda en un medio como *El Universal* era motivo suficiente para despedir a un reportero, aunque yo no estuviera contratado. También era mi deber porque al señor Fuentes le debía lealtad por ser él quien me abrió la puerta para comenzar mi carrera de periodista.

Félix Fuentes ingresó a la redacción del periódico, y antes de llegar a su oficina conversó con los jefes de Redacción y de Información para saber las novedades del día. Una vez que concluyó el encuentro esperé unos instantes para que se instalara en su oficina, y entonces fui a pedir audiencia. De inmediato me recibió. Narré rápidamente lo acontecido, pues él es una persona a quien le gusta le hablen sin mayor preámbulo; escuchó con atención y mantuvo fija su mirada en mis ojos aguardando a que concluyera el relato.

Luego, enfático preguntó: ¿quién es el jefe de prensa?

Le respondí el nombre de Ernesto Valenzuela.

–No lo conozco, dijo.

Fuentes comentó, en tono indignado, que este tipo de hechos de corrupción deberían ser denunciados públicamente; en esta ocasión no lo haría, pero de repetirse lo llevaría a cabo.

## 2.2. Las trampas de la seducción

En la actualidad, la mayoría de las dependencias de gobierno federal y local, así como organismos públicos y privados, tienen una oficina que sirve como vínculo entre la dependencia o empresa con los medios de comunicación y la sociedad. A éstas se les ha denominado: comunicación social, propaganda, prensa, difusión, relaciones institucionales, gabinete de comunicación, información o relaciones públicas, entre otros nombres.

... consideramos a las agencias de relaciones públicas y oficinas de prensa como fuentes de información o más precisamente como subsistemas de comunicación de la fuente propiamente dicha. Las oficinas de prensa tienen por objeto procesar los datos de la fuente con criterio periodístico, para distribuir los mensajes entre los medios de comunicación de masas. Lo hacen ordinariamente a través de boletines de prensa, comunicados escritos, declaraciones verbales y organización de conferencias de prensa.<sup>26</sup>

Hoy día, las áreas de comunicación social –aunque no todas– han creado estrategias alejadas del uso de la violencia física o psicológica, y de la entrega de dinero en efectivo (para asegurar una publicación positiva a conveniencia de quien otorga el dinero o “agradecer” a los periodistas su labor), con el propósito de establecer una “relación cordial” con los medios y sus representantes, y así “amortiguar los golpes informativos”; es decir, la información negativa.

Una de las herramientas fundamentales de las que hacen uso para lograr su objetivo son las relaciones públicas, definidas “como el conjunto de acciones que realiza una empresa para hacerse conocer mejor por el público y crear una corriente de simpatía y prestigio hacia ella”.<sup>27</sup> Aunque la definición está enfocada a las empresas, también es aplicable a las instituciones gubernamentales y a los personajes políticos.

<sup>26</sup> Raúl Rivadeneira Prada, *op. cit.*, pág. 83.

<sup>27</sup> Manuel Alonso Coratella, et. al., *Relaciones Públicas*, pág.17.

Precisamente “una de las tareas imprescindibles dentro de las relaciones públicas es mantener buenas relaciones con los medios de comunicación, lo que es esencial para asegurar la publicación de notas o noticias de la corporación a la que servimos. Y por el hecho de que ésta sea una exigencia cotidiana, no por eso deja de ser compleja.

La complejidad inicia desde cómo percibimos a los medios de comunicación y de la naturaleza propia de la comunicación dentro de las relaciones públicas.<sup>28</sup>

En algunos casos, a través de la compra de espacios publicitarios en la prensa escrita, la radio y la televisión, los organismos o instituciones de gobierno y privadas pretenden mantener esa “relación cordial” con las empresas de comunicación y sus representantes. En otros, los encargados de relaciones públicas prefieren no adquirir espacios publicitarios para colocar sus mensajes en los medios; pretenden que la difusión sea “gratuita”. No obstante, esa gratuidad no existe: “Las relaciones con los medios cuestan, porque hay que dedicarles tiempo y recursos”.<sup>29</sup>

De acuerdo con mi experiencia, algunos encargados de comunicación social realizan llamadas telefónicas de cortesía al reportero, jefe de información, director, columnista, articulista, caricaturista; una reunión para comer, regalos de cumpleaños o fin de año; cartas de felicitación en cumpleaños o aniversarios de las empresas o instituciones; apoyo publicitario, ayuda para la resolución de problemas particulares, viajes, otorgan algún servicio sin costo, como parte de su estrategia de relaciones públicas. Carlos Monsiváis comenta que al consolidarse las “fuentes” reporteriles y crecer el papel de los jefes de prensa (ya directores de comunicación social), el embute se vuelve idioma insustituible.

Fluyen regalos y concesiones: los sobres abultados durante las giras de presidentes y gobernadores (candidatos a presidentes y gobernadores), las compensaciones por las notas favorables o por el número de líneas consagratorias

---

<sup>28</sup> *Íbidem*, pág. 45.

<sup>29</sup> *Ídem*, pág. 54.

en la columna, los empleos fantasmas bien remunerados (las “aviadurías), los boletos para Europa o Las Vegas, las casas y los condominios, los automóviles y los puestos administrativos. No tan secretamente, una legión de periodistas mide su eficacia por los embutes que recibe, rechaza o canjea. El embute, medida de valoración interna.<sup>30</sup>

Rememoro una situación que sucedió en Huatulco, Oaxaca, donde se desarrolló la Conferencia Nacional de Integración Educativa, del 16 al 19 de abril de 1997, en la cual participaron la SEP y el SNTE. Esta actividad se efectuó en un momento crítico para la secretaría debido a que, como es costumbre, desde finales de abril de cada año los maestros, especialmente los de esta entidad sureña, realizan movilizaciones para demandar a los gobiernos federal y local aumento salarial y otras prestaciones que se otorgan en el marco de la celebración del Día del Maestro, el 15 de mayo.

Días previos al evento, una marcha de mentores disidentes salió de la ciudad de Oaxaca rumbo al Distrito Federal para manifestarse y hacer sus peticiones. Lo anterior no disminuyó el riesgo de movilizaciones y protestas contra las autoridades de la SEP que acudirían a Huatulco, máxime que asistirían a la firma de los acuerdos de la conferencia el entonces secretario de Educación, Miguel Limón Rojas, y el gobernador de la entidad, Diódoro Carrasco Altamirano, además que los inconformes tendrían un gran foro al estar la prensa.



El equipo de Comunicación Social de la Secretaría de Educación Pública estableció una estrategia para distraer la atención de los medios de comunicación que cubrieron el evento de Huatulco, Oaxaca, con el objetivo de evitar dieran cuenta de las inconformidades que se podrían suscitar entre maestros disidentes y autoridades educativas. Foto: MAGR

<sup>30</sup> Julio Scherer García, Carlos Monsiváis, *op. cit.*, pág. 162.

Durante la reunión se tomarían acuerdos que representaban compromisos presupuestales por parte de la SEP y el SNTE, pero la secretaría pactó previamente los resolutivos con los llamados “líderes charros” del sindicato de mentores; es decir, aquellos dirigentes que no protegen los intereses de sus agremiados, sino los personales, de grupo y los del patrón (en este caso de la secretaría).

Ante este escenario, la Dirección General Comunicación Social de la SEP estableció una estrategia para “sacar a la prensa del campo de batalla”: organizó conferencias de medios con funcionarios de la dependencia y del SNTE para llenar el vacío informativo que se presentaría al ser las mesas de trabajo de carácter privado.

El equipo de comunicación previó que una vez que la disidencia magisterial se percatara de los acuerdos pactados con anterioridad, reclamaría la farsa montada con las mesas de trabajo y acudiría ante la prensa a denunciar el hecho.

Cuando esto sucedió, los reporteros de medios nacionales que cubrimos la gira, incluida una de las reporteras más experimentadas de “la fuente”, gozábamos de un paseo por las bahías de Huatulco que duró casi todo el día, y mientras nosotros comíamos mariscos en la playa a varios kilómetros del evento, los maestros enfurecidos nos buscaban en la sala de prensa instalada en el Club Med, donde nos hospedaron; ¡oh sorpresa!, no había periodistas. Pensamos que con la información de las conferencias y con la entrega de los resolutivos por escrito teníamos cubierto el evento, ignorábamos que la nota no estaba ahí.

Por su parte, la gente de prensa del SNTE, que incluía a Ernesto Valenzuela, diseñó su mecanismo para evadir nuestra atención en el seguimiento de los trabajos; su estrategia –que también incluyó una conferencia de prensa– tuvo escasos resultados. Sabedores de que a muchos compañeros de “la fuente” –invitados por ellos a la gira– les gustaba beber, compraron varias botellas de whisky, tequila, brandy, vodka, coñac y cerveza, que degustaban en la habitación que yo compartía con un reportero de *El Diario de México*, a quien –al parecer– utilizaron de “punta de lanza” para incitar a la parranda. Aunque a algunos reporteros nos llevó el sindicato y a otros la secretaría, todos nos dejamos “seducir” por las argucias del equipo de prensa de la dependencia.

Finalmente, la estrategia de Comunicación Social de la SEP acotó nuestra atención a las discusiones y desactivó la “bomba de tiempo” en la que se convertiría el evento. Logró quitarle los reflectores a los inconformes en el congreso, y al terminar el evento todo estaba en calma porque los operadores políticos del SNTE se encargaron de apaciguarlos. Cuando las autoridades educativas, sindicales y el gobernador del estado asistieron a la clausura, todo transcurrió en calma; días después los reporteros que cubrimos el evento supimos lo acontecido, y que habíamos caído en la trampa.

Debo comentar que esos resolutivos a los que llegarían, el equipo de prensa de la SEP los entregó por error a los medios de comunicación desde el primer día que llegamos, y momentos después nos pidieron el documento con el pretexto de que había una imprecisión y la corregirían. Al finalizar la Conferencia Nacional Atención Educativa a Menores con Necesidades Especiales: Equidad para la Diversidad, nos dieron ese mismo material a manera de conclusiones de las mesas de trabajo; es decir, los acuerdos y compromisos de la autoridad educativa.

Mediante inserción pagada, esos resolutivos se publicaron en *El Gráfico* seguramente con el propósito de restarle intensidad a la información negativa que yo pudiera enviar, o para negociar con el periódico la publicación de la nota positiva. Al momento de mi envío, en la redacción ya tenían el material de la SEP, por lo que le dieron preferencia. Mi trabajo y esfuerzo de nada valieron.

La labor del periodista se restringe ante el poderío económico y político de los monopolios de relaciones públicas y de las oficinas de prensa. La imparcialidad periodística pasa a ser una mentira cuando las oficinas de prensa están dirigidas por periodistas activos quienes influyen en sus medios de información favorablemente a los intereses de la fuente. Y cuando las oficinas y agencias de publicidad manejan grandes sectores de la propaganda comercial e ideológica, controlan a los diarios, sujetándolos por la parte más débil: la económica. Ante la amenaza de quedarse sin avisos, muchos diarios obedecen dócilmente a las directivas de los consorcios comerciales y poderes públicos.<sup>31</sup>

<sup>31</sup> Raúl Rivadeneira Prada, *op. cit.*, pág. 84.

Mi caso es un ejemplo de la persuasión que pueden llevar a cabo las áreas de comunicación social y lo que como reporteros debemos avizorar. Nunca hay que perder de vista el contexto de los hechos y de lo que acontece a nuestro alrededor, por simple que parezca. Todos tuvimos a nuestra vista lo que sucedería, y nos dejamos engañar. Hay que reconocer también la audacia de Comunicación Social de la SEP para maniobrar en situaciones complicadas.

“El deber del periodista es el mismo que el del historiador –buscar la verdad, sobre todas las cosas, y presentar a sus lectores no aquello que los estadistas desearan que conociesen, sino la verdad, hasta donde le sea posible alcanzarla”.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Frank Fraser Bond, *op. cit.*, pág. 20

---

# CAPÍTULO 3

---

**HACIA LO  
DESCONOCIDO:  
EL SECTOR JUDICIAL**

---

En la última etapa de mi labor en *El Gráfico* cubrí el sector judicial (de agosto de 1997 a agosto de 1998), que incluía la Suprema Corte de Justicia de la Nación, juzgados del fuero federal y común, reclusorios del Distrito Federal y de otras entidades, además de las secretarías de la Defensa Nacional (Sedena) y de Marina (Semar).

Una tarde el jefe de Información convocó a una junta donde acudimos todos los reporteros, el jefe de Redacción y el director del periódico. Previamente se rumoró que esa reunión tendría que ver con cambios de “fuente”, los clásicos “ajustes” que benefician a algunos a costa del perjuicio de otros; este último fue mi caso.

Cuando Sánchez Márquez informó la reasignación en la que me haría cargo del sector judicial y otras dependencias de gobierno, sentí gran molestia porque sabía cuál había sido el criterio adoptado en esta decisión. Mi superior era consciente que cualquier otro reportero hubiera protestado por la indicación, lo que yo difícilmente haría no por falta de valor para enfrentarlo, sino por institucionalidad (respeto y disciplina).

Al paso del tiempo me inconformé. Mi molestia era por el nulo apoyo del medio para desempeñarme: carecía de instrumentos básicos como teléfono o tarjetas telefónicas para el envío de información, y de recursos económicos adicionales para pasajes, todo lo cubría de mi salario, que además era raquítico, lo cual me desanimaba.

Lograr unos medios de comunicación libres, responsables y guiados por criterios deontológicos requiere por tanto prestar atención a las condiciones laborales y profesionales de los periodistas que trabajan en ellos. El ejercicio digno, honesto y ético del periodismo (como en cualquier otra actividad) no depende *únicamente* del esfuerzo de cada profesional, por mucho que ese esfuerzo sea imprescindible; sino que depende en gran medida de las condiciones generales en las que se ejerce esa profesión.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Hugo Aznar, *op. cit.*, págs. 101, 102.

La justificación del cambio, según mi jefe, fue que los numerosos casos de encarcelamientos de personajes del mundo de la política, el sector empresarial y hasta de gente común que se relacionó con políticos en actos ilícitos, originó que *El Gráfico* creara la “fuente” judicial, que se agregó a la policíaca, a fin de darle seguimiento a los procesos jurídicos de asuntos relevantes como el del banquero Ángel Isidoro Rodríguez Sáez, “El Divino”; el del fiscal de la Procuraduría General de la República (PGR), Pablo Chapa Bezanilla, mejor conocido como “El Fiscal de las Brujas”; y su cómplice en la “siembra” de la osamenta en el rancho “El Encanto”, Francisca Zetina, alias “La Paca”.

Entre otros juicios fueron los de policías acusados de secuestrar y matar a vecinos de la colonia Buenos Aires; la detención de los hermanos Amezcua, conocidos como “Los reyes de las metanfetaminas”; el juicio del general Jesús Gutiérrez Rebollo, ex director del Instituto Nacional para el Combate de Drogas, acusado por la PGR de cohecho, transportación de cocaína y contra la administración de justicia, supuestos delitos cometidos por trabajar para el narcotraficante Amado Carrillo Fuentes, “El Señor de los Cielos”.

El cambio fue radical. A partir de ese momento eran temas judiciales (materia que desconocía) lo que tendría que investigar y redactar. Estaba acostumbrado a la dinámica de cubrir eventos como inauguraciones de obras, presentación de programas educativos, conferencias de prensa, desfiles militares, procesos de privatización de los ferrocarriles nacionales, problemáticas laborales o realizar reportajes de estos sectores. Ya no habría siquiera una sala de prensa donde trabajar, tampoco teléfonos, computadoras o máquinas de escribir. Ignoraba que mi trabajo lo realizaría en los pasillos de un juzgado, en las escalinatas afuera de los reclusorios o que buscaría aprisa un teléfono público para enviar la nota.

Carente de experiencia en la “fuente”, sin especialización en temas jurídicos, pues además el periódico tampoco previó una capacitación, aprendí con la práctica, apoyado por reporteros del sector y de especialistas en derecho, pero en ese proceso fue recurrente confundir términos en materia judicial o los pasos que sigue un proceso penal, por ejemplo.

El papel de los medios de comunicación en nuestras sociedades exige profesionales adecuadamente preparados. En un contexto en el que los medios contribuyen cada vez más a moldear nuestra imagen de la realidad y en el que la (buena) información es objeto de (exigentes) procesos de elaboración, selección, contextualización, etc., no se puede seguir afirmando que los periodistas no necesitan una preparación específica.<sup>34</sup>

Pedro Ortiz indica: La formación del periodista no implica una parcelación de su conocimiento, ni una limitación en su quehacer profesional; muy al contrario, se trata de un valor añadido a su saber profesional periodístico, que le permite, además, estar especializado en algún campo concreto del conocimiento. La dificultad de este propósito estriba en determinar cuál es el modelo apropiado de formación del periodista especializado...

Y añade: el periodista especializado es “tan buen periodista como el mejor de los periodistas generalistas, pero además tiene en su cuenta la especialización de un determinado campo, que le da valor añadido...” Es decir, “la especialización no divide, ni resta, sino que suma y multiplica el saber del profesional.”<sup>35</sup>

La insistencia de que el reportero se capacite debe ser constante, pues es común que el redactor no maneje términos correctos, por ejemplo en la nota policíaca, los aspectos jurídicos son delicados, que inclusive, los errores pueden provocar caer en un delito, como difamación.

Antes de escribir, el reportero tiene que saber lo que significa delito, la estructura de las corporaciones policíacas, la normatividad, sus leyes vigentes, su carácter grave, etc.

---

<sup>34</sup> *Íbidem*, pág. 108.

<sup>35</sup> Pedro Ortiz Simarro, *Estudios sobre información periodística especializada*, páginas 61-69, en Manuel De Ramón, et. al. *10 lecciones de periodismo especializado*, Madrid, España, Fragua; sin fecha de edición

Un estudio sobre derecho penal, sin lugar a dudas será de auxilio importante, pues en el manejo de los delitos, el reportero debe estar seguro de escribir solamente sobre la base de hechos oficialmente reconocidos por las autoridades, debiendo ser exactos en sus noticias.<sup>36</sup>

Recuerdo que sólo tenía un referente de la ubicación de los reclusorios Norte, Sur y Oriente, lugares donde se generaba la nota con mayor frecuencia y había que estar ahí atento, hacer guardia para conocer la resolución de un juez, de presenciar las audiencias y escuchar las declaraciones de los implicados porque ahí también podía estar “la nota”, o aguardar la salida o ingreso de presuntos responsables.

El primer reclusorio al que asistí fue el Oriente, situado en Iztapalapa, el cual sólo había visto al transitar por Periférico Oriente. Desde esa primera vez y hasta el último día que laboré en *El Universal Gráfico*, acudía diariamente porque ahí estaban los principales casos.



IncurSIONAR en la “fuente” judicial implicó aprender temas distintos a los que habitualmente maneja. Acudir a audiencias en juzgados, careos, entrevistas a abogados o consultar expedientes, era parte de la actividad para obtener una nota. Foto: MAGR

<sup>36</sup> José Luis Jáquez Balderrama, *Un artista en su medio. Visión histórica, deontológica y responsabilidad política del periodista*, págs. 78,79.

### 3.1. Instantes que cambian la historia

Una de las experiencias más enriquecedoras en esta etapa profesional fue cuando la PGR quiso detener al ex dueño del banco Banpaís, Ángel Isidoro Rodríguez Sáez, “El Divino”, a las afueras del Reclusorio Sur. El 1 de junio de 1998 fue extraditado de España a México, luego de huir de este país, ya que estaba acusado de autoprestarse, al igual que a su familia, 400 millones de dólares, recursos provenientes de la empresa bancaria, cuando fungía como su director general.

A su llegada a México fue puesto en libertad en cumplimiento de las suspensiones otorgadas a las órdenes de arresto. Al día siguiente, se presentó a firmar el libro de procesados en el Reclusorio Sur. Reporteros de radio, televisión, prensa escrita y fotógrafos lo aguardábamos al salir. Después de entrevistarle sobre su proceso judicial se dirigió a su auto acompañado de su equipo de abogados cuando, sorpresivamente, policías judiciales lo interceptaron para cumplimentar una orden de detención en su contra.

Para ese momento –debido a que estaba casi al límite para enviar mi nota– ya dictaba información al periódico desde un teléfono público, ubicado lejos de donde se suscitaba la pretendida aprehensión, de la que no era posible percatarme. Mientras hablaba con la capturista, en la redacción escucharon un reporte de *Formato 21* que daba cuenta de los hechos. De inmediato me pusieron al tanto y regresé al lugar donde aún se daban los jaloneos entre los judiciales, el banquero y sus defensores legales que trataban de ingresarlo al área de juzgados para impedir su captura, lugar en el que por ley está prohibido.

### 3.2. Prensa escrita Vs. medios electrónicos

Sólo habían transcurrido escasos segundos después que entrevistamos a “El Divino”, y la nota cambió. La nota ya no eran las declaraciones en las que se decía tranquilo para enfrentar el proceso judicial y su inocencia, sino la intención de la justicia mexicana de encarcelarlo por otros delitos, distintos a los contenidos en la petición de extradición que formuló el gobierno mexicano al de España donde se refugió Rodríguez Sáez.

A las afueras de los juzgados del reclusorio, en un primer momento reinó la confusión: los policías judiciales trataban de someter al presunto, sus abogados lo protegía, mientras que involuntariamente los periodistas que cubríamos los hechos servíamos de “escudo protector” para que Ángel Isidoro pudiera llegar hasta el edificio de juzgados donde la defensa le tramitó –en cuestión de horas– un amparo para evitar ir a la cárcel.

La “nota” adquirió sensacionalismo por el despliegue policíaco de decenas de judiciales y granaderos que arribaron a la explanada del penal para apoyar la detención del banquero. En esos momentos recibí una llamada vía celular –tecnología de la que no era provisto por el periódico sino costeadada de mi bolsillo–. De la redacción me solicitaron “una nota amplia” de los acontecimientos, que dieron origen a la “de ocho” de ese día, o sea la nota principal de la edición.

Comencé de inmediato por confirmar si las autoridades lograron asegurarlo. Describí la movilización de los efectivos policíacos, los golpes y jalones entre abogados y judiciales, traté de contextualizar la información (aspecto importante en las notas de carácter judicial), es decir, agregar elementos del porqué era buscado por las autoridades, cuándo fue extraditado a México, del juicio que enfrentaba, entre otros, con el fin de aportar mayores elementos al lector.

Estaciones de radio, televisoras, periódicos vespertinos (El Gráfico, Ovaciones y Últimas Noticias de Excélsior) y agencias informativas, principalmente Notimex, competíamos por enviar la “nota” lo más rápido posible a nuestras redacciones. Algunos de los “radios”, como les llamamos en el *argot* periodístico a los reporteros de estación de radio, cuyos programas noticiosos estaban al aire, transmitían en vivo los acontecimientos.

Las televisoras Azteca y Televisa mandaron unidades móviles para hacer enlaces a lo largo de sus noticieros vespertinos; nadie quería perder detalle porque la pretendida reaprehensión representaba un buen producto para comercializar.

Aunque la inmediatez o instantaneidad permite a la radio –por lo general– ser el primer medio en dar la noticia al momento de producirse y llegar a casi todos los públicos, los diarios vespertinos teníamos la posibilidad de trascender por la tarde con la información surgida al mediodía, lo que en

la actualidad ya no es posible debido al uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, como Internet, que “(...) se han convertido en un instrumento muy útil para dar mayor rigor a las informaciones, más celeridad en los procesos comunicativos y más proximidad a las audiencias”.<sup>37</sup>

A diferencia de la televisión y de la radio, la gran ventaja de un medio impreso es el espacio y la posibilidad de releer cuantas veces se desee, características que permiten profundizar en el análisis de la información. Aunado a lo anterior, los diarios vespertinos impresos tenían la ventaja de que la venta de los ejemplares se realizaba por la tarde, cuando la mayor parte de la gente del DF y de los municipios aledaños del estado de México salía de su trabajo y se dirigía a su casa, lo que aseguraba éxito en su venta.

Ante la desventaja de los medios impresos frente a los electrónicos, los primeros comprendieron la necesidad de tener información disponible cuanto antes para su público. *Reforma, El Universal, La Jornada, Milenio, Excélsior*, entre otros, aún siendo medios de comunicación impresos, y además matutinos, ahora compiten con las páginas electrónicas en las cuales se publica –casi en el momento que sucede– lo que mañana leeremos en papel.

“El periodismo afronta nuevos retos de cara al proceso globalizador en el que se encuentra inmersa la sociedad. Las empresas de comunicación viven una reconversión, un cambio tecnológico que depara muchas sorpresas.

“Los medios se encuentran ante un cambiar (renovarse) o morir. Si los medios no cambian, evidentemente corren el riesgo de quedarse desfasados tecnológicamente, y, consecuentemente, con un retraso en su competitividad y con una clara tendencia a desaparecer. Por otro lado, está el hecho de que los nuevos soportes tecnológicos, sobre todo, en lo que concierne a la aplicación de las redes

---

<sup>37</sup> Manuel De Ramón, *op. cit.*, pág. 24.

telemáticas, están creando un nuevo entorno de trabajo, una nueva forma empresarial que se visualiza en el campo de la comunicación global.”<sup>38</sup>

Pese a que el suceso que narro aconteció hace diez años, la rapidez con que cambiaron los hechos es un claro ejemplo del dinamismo que ya se tenía en los medios y en la sociedad, además de la necesidad de que el profesional del periodismo debe tener suficientes herramientas tecnológicas, técnicas y, sobre todo, capacidad para procesar de inmediato la información más importante para su público televidente, radioescucha o lector.



El uso de las nuevas tecnologías como el teléfono celular e Internet son herramientas fundamentales en el desempeño de los periodistas, ante el dinamismo de la sociedad actual.

Imágenes: [www.google.com.mx](http://www.google.com.mx)



### 3.3. En Sedena y Marina, “nada más que el boletín”; otra forma de hacer comunicación social

La manera de conducirse en las oficinas de prensa de la Sedena y la Semar dista mucho de la forma en que se manejan las instituciones civiles; la diferencia principal radica en que ellos nunca dejan de ser militares, aunque no realicen propiamente una actividad castrense al ser voceros, y en estas instituciones las órdenes se cumplen tal cual.

<sup>38</sup> Jesús Flores Vivar, Miguel Arruti, *Ciberperiodismo. Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*, pág. 111.

Disciplina y rigor en el trabajo de los militares son parte fundamental de su desempeño. Nadie puede emitir un comunicado o hacer un simple comentario, si carece de autorización de sus superiores.



**Contrario a lo que sucedía en la Secretaría de la Defensa Nacional, en la Marina Armada de México había una mayor apertura informativa hacia los medios de comunicación respecto a las actividades que llevaba a cabo la dependencia en sus diferentes áreas. Foto: MAGR**

En ocasiones, los boletines y comunicados que generan son escuetos, y a diferencia de otras dependencias en donde es factible comunicarse al área de prensa para ahondar en la información o solicitar una entrevista para complementar los datos, en la Defensa –y un poco menos en Marina– se limitan a decir que no hay más que lo dicho en el boletín.

Aunque se asegura que: “El boletín de prensa es el método primario para proveer información a los medios y su contenido debe tener un genuino valor noticioso”,<sup>39</sup> los militares parecen ir en contra de esta definición por razones de seguridad nacional, según ellos. Se informa a la sociedad, de manera parcial.

Uno de los objetivos principales de las relaciones públicas en el ámbito gubernamental, consideran María Eugenia Moreno y Servando González Muñoz es: “Desarrollar un vasto y bien orientado programa de comunicación externa, destinado a brindar información eficiente y oportuna a la ciudadanía”,<sup>40</sup> lo que se contrapone a la política de comunicación social que me tocó vivir cuando cubrí la Sedena.

A las “fuentes” de Defensa y Marina anteriormente se les daba cobertura casi por evento, difícilmente se obtenía información extra a no ser que dieran una conferencia y entonces aprovecháramos para abordar otros temas de interés. La principal reticencia se da en la Sedena, incluso para acceder a “chacaleos” (como se conoce en la jerga periodística a las entrevistas

<sup>39</sup> Manuel Alonso Coratella, *op. cit.*, pág. 52.

<sup>40</sup> *Ídem*, pág. 68.

informales que generalmente se conceden al concluir un evento o en la calle), y quizá continúe así; en el caso de la Marina siempre ha sido más accesible.

Un ejemplo de esas escasas conferencias de prensa que convocaba Sedena, fue el 18 de febrero de 1997, la víspera del Día del Ejército, cuando detuvieron al general Jesús Gutiérrez Rebollo, acusado de tener nexos con el cártel de Juárez.

Durante la noche de ese día la Sedena y la PGR confirmaron la detención del alto mando militar, en una conferencia por demás histórica que por la hora en que se ofreció no me correspondió cubrirla. A la mañana siguiente asistí al Campo Militar Número Uno a la celebración del Día del Ejército, donde el entonces general secretario Enrique Cervantes Aguirre calificó –mediante su discurso en la ceremonia– la conducta de Gutiérrez Rebollo como “un hecho vergonzoso” que “mancha el honor del Ejército”.

Salvo que quisieran dar a conocer algún suceso de relevancia o conveniente para la institución, organizaba eventos. Uno de estos casos fue el 5 de diciembre de 1997, cuando la Sedena nombró director de Cartografía al ex secretario de Seguridad Pública del Distrito Federa, el general Enrique Salgado Cordero. Resultó contraproducente para la Defensa convocar a medios. Meses antes se suscitó en la colonia Buenos Aires un enfrentamiento entre integrantes del agrupamiento Jaguares, perteneciente a Seguridad Pública capitalina, y habitantes del lugar que, luego del tiroteo, presuntamente algunos fueron secuestrados por los uniformados y posteriormente se hallaron sus cuerpos sin vida.

Por ese hecho aprehendieron a varios de los Jaguares que participaron en el operativo, y los familiares de los fallecidos presionaban a las autoridades judiciales para que se fincara responsabilidad a los mandos policíacos por lo sucedido. Quizá la Sedena, en un intento por evitar que un alto mando del Ejército resultara responsable directo o indirecto, decidió encomendarle un nuevo cargo.

Los representantes de los medios de comunicación fuimos convocados para ser testigos del nombramiento. Al término del protocolo los reporteros nos acercamos a entrevistar a Salgado Cordeo, quien respondía con cautela y se mostraba sumamente nervioso ante las preguntas de la prensa. En ese momento, el subsecretario de la Defensa Nacional, Jaime Contreras Guerrero, “le entró al quite”, como se dice comúnmente, y empezó a responder a los reporteros mientras Salgado permanecía un paso atrás de él viendo de frente, con el rostro sumamente serio, aunque molesto, sin mirarnos, aunque atento a las respuestas de su superior.

En el “chacaleo”, le pregunté a Contreras Guerrero si el nombramiento tenía el objetivo de encubrir al general por el caso Buenos Aires, especialmente porque la defensa de los Jaguares había solicitado con insistencia la comparecencia física de Salgado Cordero ante el juzgado, debido a que únicamente lo había hecho por escrito, amparado en el derecho que le otorga la ley por el cargo público que ostentaba.

La negativa fue inmediata y la molestia del subsecretario evidente. Respondió: De ninguna manera, de ninguna manera. Ya vimos, de acuerdo con la Constitución, con nuestras leyes, que cuando un militar comete un delito del orden civil, conocerá primero del delito la autoridad civil que corresponda. Entonces, si hay un delito, si hay alguna falta o alguna infracción a la ley, será la autoridad correspondiente la que juzgue.

Al terminar esta declaración el silencio prevaleció por unos instantes. Ningún reportero tuvo más preguntas, y Contreras Guerrero tampoco dio oportunidad a otra interrogante; aún así, la nota había salido. Mandé mi información y pensé incluso que sería rechazada en el periódico; sucedió lo contrario, aunque tuvo ajustes el texto, quizá para que fuera menos duro hacia la Sedena, ante su exigencia por cuidar su imagen.

pública podrá hacer uso de su derecho de veto".  
Tomás Ruiz, presidente del Sistema de Administración Tributaria (SAT), aceptó hoy que al gobierno federal le deja "un mal sabor de

este día representantes de ambas fracciones legislativas—, sólo queda esperar cuál es la decisión del Senado, dijo Tomás Ruiz. (Pasa a la página 10)

**Consúltenos en Internet:  
www.el-universal.com.mx/grafico**



**Salgado Cordero no es encubierto, dice Sedena**  
Por MIGUEL GONZALEZ RAVELO

La Secretaría de la Defensa Nacional "no encubre", en el caso de la colonia Buenos Aires, al general Enrique Salgado Cordero, ex titular de la Secretaría de Seguridad Pública (SSP), al darle el cargo —director de Cartografía de la dependencia, desde hoy.

En el Campo Militar Número Uno, el hasta ayer titular de la policía capitalina recibirá hoy su nuevo cargo.

Luego del protocolo militar que inició a las 9:30 horas, Salgado Cordero se mostró cauteloso en sus declaraciones a la prensa, y lo único que dijo fue sentirse bien en este momento.

Ante la insistencia de los reporteros Jaime Contreras Guerrero, subsecretario de la Defensa Nacional, preguntó: "A ver, qué quieren saber".

El funcionario dio la cara mientras Salgado permanecía unos pasos atrás, y sin decir nada, pero atento a las declaraciones.

A pregunta de EL UNIVERSAL Gráfico acerca de si el nombramiento significaba proteger al general de los hechos de la Buenos Aires, Contreras Guerrero respondió: "De ninguna manera, de ninguna manera. Ya vimos, de acuerdo con la Constitución, con nuestras leyes, que cuando un militar comete un delito del orden civil, conocerá primero del delito la autoridad civil que corresponda. (Pasa a la página 5)

EL UNIVERSAL Gráfico/Francisco Gómez

*El general Enrique Salgado Cordero fue nombrado director general de Cartografía de Sedena. Le dio posesión el también general Jaime Contreras Guerrero*

La Secretaría de la Defensa Nacional era una de las dependencias con la que se debía tener sumo cuidado al redactar su información, ya que procuraba celosamente su imagen y la de sus elementos. Esta nota, referente a la designación del general Enrique Salgado Cordero como director de Cartografía de la institución, fue revisada por el director de *El Gráfico* a fin de evitar algún reclamo por su publicación. Foto: MAGR

### 3.4. Vacíos informativos: en busca de la verdad

Al cursar las materias de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva (hoy Comunicación y Periodismo) quedó de manifiesto quiénes eran "los intocables" en México, esas instituciones con las que debemos tener sumo cuidado al redactar respecto a ellas para evitar "dañar" su imagen: el presidente de la República, la Iglesia católica, la Secretaría de Gobernación, el Ejército mexicano y la Virgen de Guadalupe.

El tema de la censura y la autocensura en el ejercicio periodístico también eran parte de las inquietudes de muchos de nosotros como estudiantes, quizá por ese pensamiento revolucionario que algunos tenemos al pertenecer a la Máxima Casa de Estudios donde la crítica y la reflexión son parte de nuestro aprendizaje. Creemos que estamos posibilitados para hacer grandes cambios

una vez que logremos “el poder de la pluma” al colaborar en algún medio, para incidir en la realidad social, tener un mejor país, modificar las estructuras sociales y un reparto equitativo de la riqueza.

Asignado a la “fuente” de la Sedena, cubrí como reportero de *El Universal Gráfico* los dos consejos de guerra que enfrentó el general Francisco Gallardo Rodríguez –del 20 de febrero de 1998 al 11 de abril de ese mismo año– en la prisión del Campo Militar número Uno.

Había sido encarcelado, según su dicho, como una estrategia de la cúpula militar al considerar que representaba un riesgo para la institución por sus ideas revolucionarias que proponían la figura del ombudsman militar; es decir, un organismo defensor de los derechos humanos de los integrantes del Ejército.

La justicia militar lo acusó, en el primer juicio, de malversación de fondos y destrucción de archivos militares; y en el segundo proceso de enriquecimiento ilícito; en ambos acumuló una pena de 28 años y ocho meses de prisión.

Al transcurrir el proceso judicial establecí una relación cordial con la familia del enjuiciado, específicamente con los hijos del general: Marco Vinicio y Francisco. Decía Ryszard Kapuscinski:

El mejor camino para obtener información pasa por la amistad, decididamente. Un periodista no puede hacer nada solo, y si el otro es la única fuente del material en que luego habrá de trabajar, es imprescindible saber ponerse en contacto con ese otro, conseguir su confianza, lograr cierta empatía con él. Durante mi experiencia profesional tuve muchos amigos que carecían de esta disposición de hacer amigos entre la gente, y tuvieron que dejar el periodismo porque no pudieron hacer mucho.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Ryszard Kapuscinski, *Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar)*, págs. 16 y 17.

Francisco Gallardo Enríquez, hijo mayor del general, me reveló en entrevista información que señalaba a Juan Arévalo Gardoqui, ex secretario de la Sedena, como la persona que había ordenado a su padre sustraer material de la dependencia y llevarlo a un rancho, propiedad de quien fuera titular de la dependencia.

Aun con el sustento de quien me había proporcionado la información, una mañana fui citado a la dirección del periódico, debido a que el director requería hablar conmigo. Mi jefe de Información me indicó por escrito –en la orden de trabajo– que a partir de ese día tenía prohibido redactar “una sola línea del caso Gallardo y en contra del Ejército”.

Una vez con Félix Fuentes, el regaño fue severo, La Defensa había llamado directamente a la dirección general del periódico; es decir, al dueño, para inconformarse por la serie de notas que había redactado; sin duda, la última entrevista que implicó al ex secretario fue la gota que derramó el vaso. Me pidió recordar que en México el presidente, el Ejército, Gobernación y la Virgen de Guadalupe eran intocables y que no se me olvidara; el hecho no quedó ahí, fui suspendido tres días.

Esta situación ilustra que en ese momento ciertos personajes e instituciones eran sumamente sensibles en el cuidado de su imagen, incluido el presidente. Hoy son ridiculizados el ex jefe del Ejecutivo Vicente Fox Quesada, los políticos Santiago Creel Miranda, René Bejarano Martínez o Andrés Manuel López Obrador, no sólo en los cartones publicados en diarios o revistas, sino también en programas televisivos de gran penetración como *La parodia* y *El privilegio de mandar*. Es evidente que en los últimos ocho años (pese a la cantidad de asesinatos de periodistas en el gobierno foxista) la prensa en México ha tenido mayor libertad de expresión de la que me tocó ejercer al inicio de mi carrera.

Lo más frustrante para mí, luego de publicar la entrevista con Francisco Gallardo, no fue el llamado de atención ni la suspensión, sino la falta de respaldo por parte de mi jefe de Información, quien en su momento autorizó la publicación de la nota y después pareció olvidar que fue el filtro de la edición y el responsable de revisar el contenido. Mayor desconcierto me causó la actitud del periódico al desconfiar de mi información, sobre todo porque durante las audiencias del consejo de

guerra el general Gallardo Rodríguez expuso –como parte de los argumentos en su favor– la historia que su hijo me relató días antes, la cual publicaron los medios nacionales sin que nadie de sus reporteros fuera suspendido.

Si existe desde luego un factor de signo negativo en el desempeño de la profesión, determinante frenador de la calidad y acercamiento a la objetividad informativa, son esas presiones económico-políticas que, a modo de constante, ejercen sobre el periodista varios elementos, como son: las relaciones públicas de las empresas e industrias en general, el grupo financiero del medio, los directores inmediatos y, por último, aunque sea éste un condicionante con más incidencia sobre el medio que sobre el profesional, la presión coactiva del Estado.<sup>42</sup>

Aprendí que nadie como reportero puede nadar contra corriente y pretender establecer la línea editorial. Cabe recordar que todos, absolutamente todos los medios de comunicación tienen intereses creados (personales, económicos o políticos) y convicciones –al igual que los dueños de las empresas, directores, jefes de información, reporteros y conductores– y no los expondrán por una información y menos por un empleado (reportero) como lo era yo.

No dudo que actualmente en las redacciones se procura respeto al Ejército, Gobernación, a la Virgen de Guadalupe y hasta al presidente de la República, aunque los propios políticos han dado pie para que se les pierda el respeto.

Debo reconocer que tal vez me faltó pericia. En primer lugar, debí comentar la nota con mis jefes, aunque corría el riesgo de que permaneciera “congelada”, en tanto la revisaban, y así pudo estar durante días hasta que los otros medios la publicaran. Entonces –irónicamente– tendría el reclamo de mis superiores que me pedirían “estar atento a mis fuentes”.

---

<sup>42</sup> Pedro Orive, Concha Fagoaga, *La especialización en el periodismo*, pág. 70.

En segundo lugar, buscar pruebas o solicitarlas al entrevistado, las cuales sustentaran su dicho, de esa manera –y una vez comentada la nota con mis jefes– quizá hubiera reducido el riesgo de la “congeladora”. De lo que no estoy seguro es de haber evitado el regaño del director y la suspensión.

### **3.5. La importancia de una buena relación con las “fuentes”**

En periodismo implica la necesidad de construir buenas relaciones con las “fuentes”. De ello depende en gran medida la rapidez con que obtengamos la información, la valía de ésta y la exclusividad en temas que quizá lleguen a ser de gran trascendencia social.

La interacción constante con las “fuentes” implica, además de confianza con el periodista, el riesgo de establecer compromisos; es decir, el profesional de la comunicación puede verse en la necesidad de faltar a su deber social y a su ética, a solicitud de sus informantes. Estas situaciones nos hacen reflexionar en lo siguiente: ¿hasta dónde es conveniente relacionarse? ¿Cuál debe ser nuestra actitud con las “fuentes”? ¿Cómo podemos conservar abierta la “ventana” de la información?

He laborado en los dos planos: como reportero que busca relacionarse con los emisores de la información y como suministrador de ésta. Ambas posiciones tienen su grado de dificultad, especialmente la segunda cuyo propósito es mantener una excelente relación con los medios y sus representantes, labor que requiere bastante habilidad y sutileza en el trato.

Retomo el caso de la entrevista con el hijo del general Gallardo Rodríguez. El buen trato de Francisco Gallardo hacia mí –y a la mayoría de los representantes de la prensa– tenía un objetivo: difundir su versión de los ilícitos que le imputaban a su padre y así contrarrestar la imagen negativa que le habían creado.

Esa necesidad de tener de su lado a la prensa la aproveché para estar enterado de manera permanente de las acciones llevadas a cabo por la defensa del militar; adelantarme a los otros

medios a fin de publicar información exclusiva, de acuerdo con lo requerido por un diario vespertino como era *El Gráfico*.

“Las fuentes informativas también pueden ayudar a sus amigos reporteros, proporcionándoles noticias o informaciones en exclusiva, o por lo menos antes que a sus competidores, dándoles el tipo de información que da al reportaje ese toque de autenticidad tan necesario. Un tipo de pacto de rascarse la espalda mutuamente puede desarrollarse fácilmente”.<sup>43</sup>

“Sin embargo, muchos reporteros, tanto de las áreas rurales como de las metropolitanas, evitan crear amistades muy estrechas con sus fuentes, por miedo a que este tipo de relación pueda afectar de alguna manera a su perspectiva y habilidad para tratar con justicia a los sujetos de sus reportajes. Aún así algunos se arriesgan a ese tipo de relaciones”.<sup>44</sup>

El uso recurrente de una sola “fuente”, como me sucedió en esa ocasión, se volvió contraproducente porque entonces carecí de mayores elementos que me permitieran equilibrar la información; es decir, mostrar la versión del enjuiciado (Gallardo Rodríguez) y la de la Sedena para evitar convertirme en vocero de uno de los involucrados; aunque es importante considerar que había poca disposición de los mandos militares para hablar sobre el tema; ocasionalmente lo hacía el general Rafael Macedo de la Concha, entonces procurador de Justicia Militar.

La forma en que obtenemos nuestra “nota” es variada. Hay temas que facilitan la recopilación de los datos; suelen ser los que generalmente no afectan a la institución en su desempeño o a un personaje. Sucede lo contrario con aquellos que tienen que ver con corrupción, tráfico de influencias, en los que están involucrados políticos, altos funcionarios del gobierno, narcotráfico, negligencia de servidores públicos, por ejemplo. Mucho depende de la habilidad del reportero y de la relación con las “fuentes” para allegarse la información. Como periodistas tenemos algunos mecanismos que nos permiten acceder a ella.

---

<sup>43</sup> Eugene Goodwin, *A la búsqueda de una ética en el periodismo*, pág. 158.

<sup>44</sup> *Ibidem*, pág.158.

Raúl Rivadeneira Prada define el concepto *off the record* de la siguiente manera:

Literalmente traducido del inglés, *off the record* significa “fuera de registro”. En el periodismo se trata de una fuente de información con características muy peculiares y definidas. Es un dato o conjunto de datos que la fuente produce con carácter confidencial para el periodista, pero que exige no sean publicados.

El ribete sobresaliente del *off the record* es la confidencia. Y como todas las de su género, se origina en el campo de las convenciones éticas entre emisor y receptor. Las cualidades de seriedad y responsabilidad que tiene un periodista lo hacen, con frecuencia, convertirse en depositario de verdades que pertenecen a los trasfondos de la política, de la administración, de los secretos de Estado. A través del *off the record*, la fuente pretende ampliar los marcos referenciales del periodista, reorientarle en la comprensión de cuestiones complejas o simplemente hacerle partícipe de realidades por él poco conocidas o desconocidas.<sup>45</sup>

El mismo autor concluye que no sólo hay confidencia por razones afectivas, también por necesidad de estrategia política, invocando patriotismo y responsabilidad social; y en definitiva el periodista no debe publicar lo que se le entrega con carácter confidencial.

Rivadeneira Prada se refiere también a las informaciones “con embargo”, las cuales define así:

No se trata de datos *off the record*, sino de noticias para su publicación posterior. Una información “embargada” está sujeta a una condición resolutoria, a un plazo de espera, vencido el cual podrá salir a la luz pública. Esta modalidad es frecuente con objeto de facilitar las tareas de las redacciones. Se llama también “adelanto de información”, por ejemplo el extracto de un discurso que va a pronunciarse

<sup>45</sup> Raúl Rivadeneira Prada, *op. cit.*, pág. 81.

mañana, pero que la fuente ha distribuido, en copias multigrafiadas, a la prensa, con la debida anticipación.<sup>46</sup>

Continuando con el caso de la entrevista con Francisco Gallardo Enríquez, la charla se realizó sin acordarla, ni siquiera traía conmigo una grabadora, sólo mi libreta de apuntes, un bolígrafo y la mente abierta para captar su dicho. Sus palabras no fueron *off the record* ni con “embargo”, lo cual incluso confirmé una vez concluida la plática. En el periódico nos exigían que todas las notas que entregáramos tuvieran “fuente” perfectamente identificada; sólo el director, Félix Fuentes Medina, decía nuestro jefe de Redacción, podía escribir en su columna de *El Universal* matutino con “fuentes secretas” o no reveladas. Su estatus de columnista y experimentado periodista así se lo permitían.

A nuestro nivel de reporteros teníamos que apegarnos al principio de identificar plenamente de dónde obteníamos la información, ya sea una dependencia de gobierno, una institución privada, un diputado, un senador, un dirigente gremial, en fin, toda aquella “fuente” que soportara lo redactado. La credibilidad de *El Universal* no podía estar en juego.

La pérdida de credibilidad cuando un reportero no puede nombrar sus fuentes en sus reportajes es uno de los aspectos más molestos del estatus confidencial para algunos de los altos ejecutivos del medio. La atribución –informar al público de donde se obtuvo la noticia– es un principio cardinal del periodismo americano y que obviamente se tiene que doblar cuando las noticias proceden de una fuente secreta.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> *Ídem*, pág. 82.

<sup>47</sup> Eugene Goodwin, *op. cit.*, pág. 171.

La relación con las “fuentes” –según mi experiencia como reportero de medio de información– debe ser:

- a) De mutuo respeto en el trabajo que cada quien desempeñe.
- b) Al igual que la relación de pareja o de amistad, la relación con las “fuentes” se debe cultivar y alimentar de manera permanente.
- c) Debemos evitar volvernos subordinados del político, empresario, representante social; del encargado de la oficina de prensa, relaciones públicas, comunicación social o cuales quiera que sea el nombre del área encargada de la relación con los medios.
- d) Evitar conflicto de intereses.
- e) No confiar plenamente en una sola versión; es fundamental corroborar y contrastar la información.
- f) Consultar a todas las partes que tengan que ver con una información; de esta manera lograremos equilibrio.
- g) Solicitar y/o recabar pruebas que avalen o desapruében los hechos o las versiones de las partes.
- h) Respetar los términos en que se obtuvo la información: para contextualizar la nota, sin mencionar la “fuente”, en el caso que así lo pida; condicionada para su publicación en un plazo o de acuerdo con una circunstancia; con grabación (*record*) o sin grabación (*off the record*).
- i) Evitar las “fuentes” anónimas; restan credibilidad a nuestros trabajos.
- j) Cuando pidamos algo a nuestra “fuente” debe ser siempre información.

---

# CAPÍTULO 4

---

**DE LOS MEDIOS A  
COMUNICACIÓN  
SOCIAL, UN PASO  
DIFÍCIL**

---

Dar el paso de los medios a una oficina de prensa, relaciones públicas o comunicación social, muchas veces resulta difícil. Los que provenimos de prensa escrita, radio o televisión estamos acostumbrados a buscar la “nota” en la calle, mientras que en las áreas de prensa la recopilan a través de tarjetas informativas que les proporcionan las distintas instancias de la dependencia u organismo público o privado.

El trabajo de comunicación social va más allá de convocar a conferencia de prensa y elaborar boletines o comunicados. Incluso cuando somos reporteros de medios no sabemos qué hacen estas oficinas si no hay eventos públicos.

La función de prensa o comunicación social es fundamental en el desarrollo y trabajo que efectúa una dependencia u organismo público o privado, al igual que los empleados de gobierno, especialmente hoy día que la sociedad demanda mayor información del desempeño de sus autoridades y servidores públicos (en el caso del sector público) y representantes populares (diputados y senadores).

Las agencias de relaciones públicas y oficinas de prensa son consideradas “fuentes” de información o subsistemas de comunicación. Las oficinas de prensa tienen por objeto procesar los datos de la fuente con criterio periodístico, para distribuir los mensajes entre los medios de comunicación de masas. Lo hacen ordinariamente a través de boletines de prensa, comunicados escritos, declaraciones verbales y organización de conferencias de prensa.<sup>48</sup>

También se les llama Gabinetes de Comunicación (G.C.), los cuales son definidos como “las fuentes activas, organizadas y habitualmente estables de información que cubren las necesidades comunicativas tanto internas como externas de aquellas organizaciones y/o personas de relieve que desean transmitir de sí mismas una imagen positiva a la sociedad influyendo de esta forma en la opinión pública”.<sup>49</sup>

<sup>48</sup> Raúl Rivadeneira Prada, *op. cit.*, pág. 83.

<sup>49</sup> Txema Ramírez, *Gabinetes de Comunicación. Funciones, disfunciones e incidencia*, pág. 27.

Txema Ramírez establece que las fuentes están en contacto directo con el periodista, son su materia prima, el primer eslabón de la complicada cadena que constituye el proceso de comunicación. De esta manera, si la fuente está adulterada, el producto final no pasará de ser un mero sucedáneo y, por el contrario, si la fuente tiene *label* de calidad, la información tendrá visos de credibilidad.

Añade que los G.C. cubren las necesidades comunicativas tanto internas como externas de las organizaciones o personas de relieve para las que sirven. Un gabinete que realmente quiere ser eficaz –dice– debe conjugar ambos aspectos, esto es, la comunicación interna (edición de boletines, preparación de reuniones de trabajo, etc.) y la externa (relaciones con los *media*, publicidad y *marketing*, relaciones públicas, etc.); si no contempla ambos aspectos tendrá dificultades para conseguir sus objetivos.

El objetivo de las agencias de relaciones públicas, oficinas de prensa o comunicación social, es la creación de una imagen favorable del cliente ante la opinión pública: consumidor de productos manufacturados, masas de electores, públicos de arte, etc. La publicidad desatada por oficinas y agencias de relaciones públicas trata de interesarnos en la compra de distinción, alegría, un automóvil, una pasta dental o un presidente, o por lo menos de formar en nuestra mente criterios favorables hacia personas, objetos e instituciones.<sup>50</sup>

Es importante destacar que la comunicación social es fundamentalmente un proceso. De acuerdo con Manuel Buendía, el emisor *envía* un mensaje a través de un medio; el receptor lo *recibe*, lo *descifra* y *reacciona* con una respuesta, que a la vez manda al emisor original por un canal adecuado. Este emisor original *evalúa* la respuesta, y reacciona.

Para Buendía la Comunicación Social comprende cuatro acciones básicas: *información, publicidad, propaganda, relaciones públicas*.

---

<sup>50</sup> Raúl Rivadeneira Prada, *op. cit.*, págs. 83, 84.

(...)

1.5 La *información* consiste en la *difusión* de conocimientos sobre hechos, documentos, problemas, etcétera, que son de interés colectivo.

1.6. La *publicidad* tiene una connotación básicamente comercial, es decir, auspicia la compra-venta de bienes o servicios.

1.7. La *propaganda* tiene un significado esencialmente *político*, por cuanto su objetivo es la promoción de *conductas* humanas; tiende a *persuadir* al individuo –a la sociedad entera– para adoptar determinadas *decisiones políticas*.

1.8. Habrá que entender las *relaciones públicas* como una técnica especial –ejecutada comúnmente mediante el trato de persona a persona– cuyo objetivo es *promover la buena voluntad*, la simpatía hacia una causa, un programa, una idea, un candidato, un funcionario, etcétera. Pero compréndase bien que las relaciones públicas son una actividad subordinada o *de apoyo*. Para decirlo en términos caseros: la carne para el guiso es la información, la publicidad o la propaganda, y las relaciones públicas son el emoliente o “ablandador”.<sup>51</sup>

Ninguna de esas cuatro acciones (información, publicidad, propaganda, relaciones públicas), indica el desaparecido periodista, cumplirían sus objetivos dentro de la comunicación social, si no se efectuara dicho proceso.

Pero ¿qué hace una oficina de comunicación social cuando no hay conferencia de prensa o algún evento público de la dependencia u organismo? La actividad de las oficinas de prensa es múltiple, aunque la intensidad y la forma de llevarla a cabo, en ocasiones, varía. De cualquier manera las acciones son similares: redactar boletines, atención a solicitudes de información y entrevistas de

---

<sup>51</sup> Manuel Buendía, “Definiciones, proceso, aplicaciones, canales e instrumentos para un manual de comunicación social”, *Revista Mexicana de Comunicación*, <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc86/manual.html>

los representantes de los medios; preparación de conferencias de prensa, eventos públicos y privados, actualización de directorios, elaboración de cartas de felicitación a los medios y sus representantes por aniversario u onomástico, realización y análisis de síntesis informativa y monitoreo de radio y televisión, por mencionar algunas.

Lo anterior muestra que los equipos de prensa –al menos a los que he pertenecido– siempre están activos y recurren constantemente a la creatividad para colocar la información que les interesa destacar de las labores de la dependencia, organismo o su titular y funcionarios.

Es una situación recurrente que derivado de los bajos salarios en los medios y el exceso de trabajo impuesto por el mismo pago, las áreas de comunicación social son cada vez más atractivas para quienes pretenden tener una mejor opción laboral. No obstante, los espacios laborales son pocos y esto hace que se complique encontrar un empleo, y más aún permanecer; debemos tomar en cuenta que están sujetos a los vaivenes políticos y coyunturales, en el caso de la administración pública, que es lo que me ha tocado vivir.

Ya explicaba que en ese salto de ser reportero de medio de información a oficina de prensa cuesta un poco de trabajo adaptarse a la dinámica, a redactar lo positivo de la institución, en vez de buscar lo negativo.

#### **4.1. La CNDH, el inicio en comunicación social**

A partir de una invitación hecha por mi amiga Elizabeth González Mendoza, me inicié en este apasionante, complejo y delicado mundo de la comunicación social. Después de haber rechazado una propuesta de parte de ella para integrarme a comunicación social de la SEP, Elizabeth me volvió a ofrecer trabajar juntos, ella como subdirectora de información y yo como reportero, en la entonces Comisión Nacional de Derechos Humanos (hoy Comisión Nacional de los Derechos Humanos), allá en Periférico Sur, colonia San Jerónimo Lídice.

Aunque nuevamente rehusé la oferta porque me motivaba más seguir en el diarismo, el ofrecimiento se presentó por coincidencia cuando tuve problemas de salud durante el mes de julio de 1998 al enfermarme de brucelosis, la cual adquirí por comer en la calle (a lo que estamos expuestos como parte de la labor reporteril). El hecho es que estuve incapacitado casi un mes.

Durante esos días en cama reflexioné respecto a la precariedad económica en la que estaba, pues el sueldo como reportero de *El Gráfico* era raquítico. La empresa consideraba nuestro trabajo “de medio tiempo”, de ahí el bajo salario. Aún así, debíamos sentirnos “satisfechos”: a juicio de la firma, estábamos mejor pagados que *El Sol de Mediodía*, *Últimas Noticias de Excélsior* y *La Tarde*, periódicos meridiano y vespertinos, respectivamente. Era frustrante pensar que carecía de un soporte económico suficiente para afrontar cualquier eventualidad, a pesar de contar con el servicio médico del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Decidí entonces que era momento de emprender una nueva etapa, arriesgarme a probar nuevos horizontes, buscar un ingreso superior y más oportunidades de desarrollo profesional; en *El Universal Gráfico* no había un futuro prometedor. Volví a comunicarme con mi amiga para preguntarle si mantenía en pie su ofrecimiento. La suerte me estaba de mi lado: la vacante permanecía sin ser ocupada.

Me reincorporé al periódico donde laboré una semana más mientras anunciaba a mi jefe de Información mi decisión y tramitaba mi renuncia. Traté de solicitar un permiso temporal, en el supuesto de no adaptarme a la nueva encomienda; fue imposible. Una vez tomada la decisión, ya no habría marcha atrás.

En agosto de 1998 renuncié a *El Universal Gráfico* y el mismo día que dejé el diario me incorporé a la CNDH. Me sentí ajeno a la oficina donde laboraría por más de dos años y afortunado de haber renunciado a la empresa no por incapaz, sino por mejorar mi situación. No lograba asimilar que a partir de ese día formaba parte de un equipo que antes diseñaba las estrategias para repeler, informativamente hablando, los “golpes” que le dábamos los medios de comunicación. Para ser preciso, era el mismo que un año atrás logró “seducirnos” –como ya lo relaté– en aquella gira de trabajo en Huatulco, Oaxaca.

Las primeras semanas me di cuenta de las numerosas actividades que se llevan a cabo en una oficina de prensa: boletines, comunicados, cartas de felicitación por aniversario de los medios y por cumpleaños de sus representantes y directivos; investigación y elaboración de notas informativas cuando había que complementar datos de alguna entrevista o reportaje que efectuara algún medio; elaboración de reportajes, crónicas, notas informativas o entrevistas para la revista interna de la CNDH; cobertura de eventos y reuniones públicas y privadas de la presidenta y funcionarios, así como giras de trabajo en los estados del país.



La actividad en comunicación social de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, además de la cobertura de eventos y de entrevistas de los funcionarios de la institución, incluía redactar notas para la revista interna *Expresión CNDH*. Foto: MAGR

A diferencia de lo que hacía en el periódico, como reportero de comunicación social tenía que destacar las bondades o beneficios de las acciones que llevaba a cabo la institución y su titular, sin caer en alabanzas o servilismos.

Mi experiencia en *El Universal Gráfico* me permitió aprender a enviar la nota vía telefónica en cuanto culminara el evento, incluso antes, porque la hora del cierre de edición –que era a más tardar al mediodía– nos obligaba a dictar muchas veces sólo con los primeros datos registrados del hecho. En el mejor de los casos, si había unos minutos, escribía la entrada y alguno que otro párrafo, la mayor parte del trabajo lo hacía “al vuelo”, es decir, sólo con la información que recordaba y mis anotaciones.

Esta habilidad de procesar rápidamente la información me ayudó a dinamizar mi labor y dictar el boletín cuando salíamos a giras de trabajo por la república con la entonces presidenta de la CNDH, Mireille Roccatti Velásquez.

El boletín no siempre podía ser redactado en una computadora –ni siquiera una portátil como la que llevábamos– porque el tiempo de los cierres de edición, o para que los reporteros pudieran incluir la información en sus “adelantos” (el listado de notas que entrega el reportero a su medio), nos podía rebasar y, por consiguiente, careceríamos de publicaciones en los medios nacionales; sólo los locales que asistieron al evento darían cuenta de lo acontecido. Nuestra labor era impactar en el Distrito Federal y el estado o estados que visitáramos, de otra manera el trabajo era poco productivo.

Los reporteros de “la fuente” aguardaban a que les enviáramos el boletín, discurso y versión de la entrevista porque no acudían a la gira, y en muchos casos las empresas periodísticas establecidas en el Distrito Federal carecían de corresponsal. Estas situaciones eran favorables para la institución, debido a que comunicación social tenía la posibilidad de informar lo que quería y cómo quería dar a conocer los hechos, de ahí la importancia de procesar y enviar en lo inmediato la información.

Debido a la dinámica tan vertiginosa que ya en 1998 registraba la radio y las agencias de información, estábamos obligados a hacer nuestro trabajo casi instantáneo y una vez recibido el boletín en nuestra oficina de comunicación social en el DF debía pasar por el proceso de corrección y autorización del director general, para posteriormente transmitirlo vía fax y hacerlo llegar a las redacciones por mensajero, debido a que en ese momento la mayoría de los medios carecían de correo y página electrónicos.



Imagen: [www.google.com.mx](http://www.google.com.mx)

La CNDH fue una de las primeras dependencias en México en tener página electrónica o Web, lo que ahora es tan común, situación que ilustra el avance tan acelerado de la tecnología en pocos años.

¿Qué hace un reportero de comunicación social? Me pregunté.

Antes de ingresar a la CNDH pensaba que el trabajo de las oficinas de prensa se limitaba a elaborar boletines y preparar conferencias de prensa; creía que sólo cuando había boletín o conferencia efectuaban su actividad. Ni siquiera tenía idea de todo lo que hay detrás de una conferencia de medios, por simple que parezca.

Cuando somos representantes de los medios de comunicación y nos invitan a giras de trabajo, conferencias de prensa, inauguraciones de seminarios, congresos, etcétera, no tenemos que preocuparnos por la logística del evento, traslados, hospedaje, comidas, incluso a veces ni por información porque nos entregan materiales para elaborar nuestras notas, y si queremos exclusivas por iniciativa buscamos entrevistas, datos o documentos. Nuestra ocupación es cubrir debidamente la nota, que no se nos “vaya” (dejar de estar atento a los acontecimientos), y enviarla a tiempo.

Aunque la dirección de comunicación social no estaba encargada de la logística, debíamos tener conocimiento evidentemente del lugar donde se realizaría, localizar las puertas de acceso y salida para saber el recorrido de la funcionaria o funcionario, el espacio donde estarían los medios de comunicación (reporteros, camarógrafos y reporteros gráficos) y garantizar las condiciones necesarias para ellos al tener una bocina o monitor donde pudieran grabar audio sin fallas técnicas, además de obtener sus imágenes para televisión y fotografías.

Al menos con un día de anticipación preparábamos el material informativo para los medios, especialmente el discurso de la funcionaria o funcionario, que es lo primero que solicitan los comunicadores.

Además de considerar los anteriores aspectos, en las giras la actividad se intensificaba. Llegábamos –generalmente– desde un día antes del evento para ubicar el lugar donde se llevaría a cabo, los tiempos de traslado desde donde nos hospedábamos o del aeropuerto, rutas de acceso, definir estrategias; en caso de trabajar en el hotel era indispensable saber si tenía servicio de fax, fotocopiado, Internet para enviar fotografías (ya contábamos con cámara digital).

Comunicación Social tiene la obligación –al menos eso aprendí en el equipo que colaboré– de saber el panorama político y social que se vive en ese momento en la entidad visitada para establecer las estrategias de comunicación a emplear. También para alertar al funcionario si el ambiente político y social le son favorables o no; de ello depende el tipo de discurso que debe pronunciar en el evento y entrevistas con los medios de comunicación.

Lo anterior explica por qué arribar con antelación y adquirir todos los periódicos, locales y nacionales que se venden, acción que se repetía los días que durara el evento y un día después; esto con el objetivo de conocer el tratamiento que se dio a la información (antes, durante y después), y además comprobar ante el área administrativa de la dependencia los resultados obtenidos en la gira. El número de notas en radio, televisión y las fotografías publicadas eran indicadores (cuantitativos y cualitativos) de nuestra labor.

#### **4.2. La institución como generadora de la noticia: ¿qué pasa con los reporteros?**

De la necesidad de disponer incesantemente de hechos que ofrecer a la audiencia y con los que rellenar el producto informativo deriva otra escala de noticias en actual auge: las que podemos llamar <<noticias semielaboradas>>, o <<precocinadas>>. Son éstas las que parten de un emisor con claros intereses en la materia de que se trate, aunque aparece generalmente sin ocultaciones, y que intenta pasar como un colaborador del periodista. Ofrece a éste la información ya masticada y prácticamente lista para su publicación sin correcciones.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> Santos Luis Mínguez, *¡Peligro! Periodistas. Un análisis crítico del oficio de informar*, pág. 21.

Mi experiencia en áreas de comunicación social y como reportero en medios de información me ha permitido apreciar ciertas formas de trabajo que tanto las instituciones como los profesionales de la comunicación han desarrollado. Formas de trabajo quizá a conveniencia mutua y sin un acuerdo explícito de por medio.

Las oficinas de comunicación, relaciones públicas, prensa o cualesquiera que sea su nombre, recurren a diferentes estrategias para difundir información favorable para la institución (pública o privada), empresa o persona. La emisión de boletines, comunicados, organización de conferencias de prensa, ofrecimiento de entrevistas a los medios o inserciones (publicaciones pagadas) son parte de la estrategia. Salvo las notas sufragadas, en los otros casos está latente siempre la posibilidad de que lo publicado no sea favorable a la “fuente”, como quisiera.

Los representantes de los medios de comunicación, a su vez, atareados con numerosas “fuentes” –debido a la crisis económica por la que atraviesan la mayoría de las empresas periodísticas que pretenden hacer más con menos personal para disminuir sus gastos de operación– tratan de dar cobertura a lo más importante del momento y así cumplir con la nota del día, con el tema que está en boga. Por ende, el periodismo de investigación queda en un segundo plano y cobra relieve la información elaborada por las áreas de prensa. Me refiero a las “noticias semielaboradas” o “precocinadas” que ya definí al inicio de este apartado.

Una oficina de prensa lo que menos quiere es reporteros investigadores, que hurguen en sus archivos, cuestionen en vez de preguntar a sus funcionarios, contrasten sus cifras o dichos con “fuentes” diversas que los pongan en duda o evidencien sus mentiras. En los últimos 10 o 12 años algunos medios nacionales, principalmente periódicos como: *Reforma*, *La Jornada*, *El Universal*, *Milenio*, *Excélsior* o *Diario Monitor*, se han encargado de realizar el periodismo de investigación. Y desde luego revistas como *Proceso*, *La Revista* (de *El Universal*), *Milenio Semanal*, *Emeequis*, por citar algunos ejemplos.

Hay que decir que para los medios representa un costo mayor emplear a sus reporteros en investigaciones, de ahí la razón por la que pocas firmas periodísticas inviertan en ese rubro. Esa debilidad es bien aprovechada por aquellas oficinas de prensa que tienen el pulso real de lo que en las empresas acontece. “Antes de que me pidas, yo te doy y te doy lo que quiero que sea noticia”; así es como piensan.

La falta de interés para investigar no es únicamente responsabilidad de las compañías, sino también del reportero que ha encontrado, en la Internet, una herramienta útil para hacer su trabajo, incluso sin salir de su hogar.

Haré un paréntesis para comentar un poco de mi experiencia como servidor público en comunicación social de la delegación Iztapalapa. Observé que con la invención de Internet, y por ende la creación de portales de noticias, así como el dinamismo de la radio, algunos compañeros – y recalco, algunos– adoptan el hábito de reportear desde sus casas; esperan a que comunicación social les envíe el boletín o “cachan” la nota de cualquier noticiero radiofónico o de televisión. Salvo que la situación se imperiosa, entonces salen a reportear.

Cuando me inicié en *El Universal Gráfico* al menos unos se tomaban la molestia de acudir a las áreas de prensa a recoger el boletín para luego redactarlo (o transcribirlo); ahora lo esperan vía correo electrónico y después lo envían a sus redacciones tal cual lo emitió la dependencia, organismo o personaje. Sólo cubren su “cuota” de notas diarias mediante boletines o notas “cajoneras” que no merecerán más que un espacio en páginas interiores.

Debo decir que hubo reporteros que ni siquiera una vez acudieron a la Coordinación de Comunicación Social de la delegación Iztapalapa a presentarse; en el mejor de los casos sólo se comunicaban vía telefónica. Otros de los vicios es no asistir a los eventos y luego llamar al área de prensa para solicitar la información, especialmente la entrevista, que es por lo general donde se obtiene “la nota”.

El periodista se conforma con la “declaracionitis” y la “contestacionitis”, padecimientos que prevalecen en la mayoría de los medios, lo cual poco aporta a la sociedad, e incluso se vuelven sólo transmisores de mensajes entre grupos, instituciones o actores políticos. Es necesario mencionar que las empresas periodísticas también motivan este tipo de periodismo basado en los dichos, quizá porque comercialmente esto vende.

Recuerdo que en una ocasión el reportero de *El Herald* (ahora *Diario Monitor*) asignado a cubrir la delegación, entrevistó a los líderes del Frente Popular Independiente Francisco Villa, quienes habían sido acusados por el gobierno delegacional de vender gas LP en viviendas ocupadas por decenas de familias. El objetivo era clausurar el lugar. En respuesta el grupo villista hizo un plantón a las afueras de la sede delegacional.

Sin corroborar la información, publicó la entrevista con los dirigentes de la organización, quienes declararon que el jefe delegacional en turno, Víctor Hugo Círigo Vásquez, y su antecesor, René Arce Islas, eran dueños de gaseras en Iztapalapa, hecho totalmente falso cuya intencionalidad era desacreditar a ambos políticos y presentarlos ante la opinión pública como personas que aprovecharon su cargo público para enriquecerse ilícitamente.

Para “darle continuidad a la información”, el comunicador llamó al día siguiente para solicitar una entrevista con el jefe delegacional, a fin de desmentir o admitir el señalamiento de los “panchos”, a lo que comunicación social se opuso porque el hecho de aceptar la conversación era participar en el juego perverso establecido por el comunicador y los manifestantes.

Este tipo de periodismo *light* (ligero) sólo sirvió al reportero para aparentar que estaba atento a su fuente informativa y justificar lo que cobraba en el día; en tanto, los declarantes lo utilizaron, al igual que al medio, para lanzar sus ataques.

Una situación similar se dio con el periódico *El Sol de Mediodía* que publicó el lunes 21 de junio de 2004 una nota negativa del programa Canje de Armas por Despensas, implementado por el gobierno delegacional de Iztapalapa y la Sedena.

Es común que este meridiano retome temas del día anterior debido a que muchos sucesos se dan cuando ya está a la venta en las calles. El canje de armas llamó la atención, porque pocos confiaban en los buenos resultados y quizá para deslegitimar la acción la reportera de la “fuente” publicó que la campaña había sido un fracaso al acopiar cinco pistolas “descompuestas o viejas”, de acuerdo con “...investigaciones realizadas por diversas instancias”. Para ese momento ni la delegación ni la Sedena habían informado los resultados del canje.

La publicación careció de sustento. La impresión que daba al leerla era de una nota “volada”, como se conoce a la información inventada, idea que se refuerza en un párrafo donde se dice que un representante vecinal le aseguró a la reportera que “...para despistolizar a la comunidad se necesitará mucho más que una despensa; mucho más que darles comida para una o dos semanas, ya que muchos delinquen por necesidad y otro tanto por el vicio”. Es importante mencionar que la comunicadora nunca corroboró con el área de prensa si el canje fue escaso o no.

Esta vez fue necesario enviar una nota aclaratoria al periódico, porque estaba en riesgo el programa que había sido bien aceptado por la población y la nota, además de desinformar, podría desalentar la participación ciudadana.

Retomando la experiencia en la Comisión de Derechos Humanos, un ejemplo de “noticias semielaboradas” o “precocinadas” lo observé con las recomendaciones emitidas por la CNDH a las instituciones públicas y gobiernos de los estados del país. Después que la comisión investigaba los hechos presuntamente violatorios de los derechos humanos y si se comprobaban, entonces elaboraba un documento en el cual se acreditaban las violaciones y sugería –ya sea a la institución o instituciones públicas o gobiernos– efectuar determinadas acciones para resarcir el daño causado a las personas; esto es lo que se conoce como recomendación. De ésta elaborábamos un boletín que era distribuido a los medios, y sólo *Reforma*, *El Financiero* y *El Día* la recibían completa.

Lo anterior debido a que las reporteras que cubrían la “fuente” indagaban más allá de la síntesis que hacíamos en el boletín; el resto de los reporteros generalmente no, por ello comunicación social estableció esa estrategia, salvo que el propósito fuera que todos los medios supieran mayores detalles de la indagatoria. Reservar información a ciertos medios pareciera inadecuado, pero en la práctica no es así; algunas situaciones ameritan resaltarlas para bien de la institución. Privilegiar de esa manera a medios o reporteros es además un mecanismo para establecer una buena relación con ellos.

“...en este espacio de las noticias semielaboradas el liderato podría ser adjudicado a los gabinetes de comunicación de los distintos ministerios. Sus comunicados de prensa –con unas cifras de resultados de difícil comprobación– suelen pasar sin problemas cualquier prevención periodística, especialmente en los medios que hace tiempo renunciaron a cualquier investigación que no sea en el entorno más o menos cercano de un homicida o un pederasta. Lógicamente, el informador agradece la exposición clara de unos datos resaltados, con la explicación oficial anexa. Desgraciadamente sólo una minoría de no domesticados buscarán su contraste con otras fuentes, en ocasiones incluso internas (hay secretos que sólo se guardan en los castillos del poder).”<sup>53</sup>

#### **4.3. Un funeral, experiencia amarga**

Para 1999 ya había acumulado un poco de experiencia durante mi desempeño en *El Universal Gráfico* en las “fuentes”: educativa, justicia, secretarías de Estado, esporádicamente partidos políticos, incluso tuve algún contacto con el medio del espectáculo y el deportivo, y luego como reportero en la CNDH.

---

<sup>53</sup> Santos Luis Mínguez, *op. cit.*, pág. 23.

Pensaba haber vivido todo en materia informativa. Nunca imaginé cubrir un funeral en el que el dolor ajeno me embargara y conmoviera a tal grado de estar a punto de olvidar que como reportero debemos tener la mente fría, evitar el sentimentalismo, porque de lo contrario actuaremos con el corazón y no con la razón.

Fue un año trágico para Roccatti Velásquez. Su destitución estaba en puerta, producto de una reforma constitucional que tenía destinatario (como se dice en el *argot* político), mejor dicho destinataria, ella, y para colmo de males un accidente en la carretera provocó la muerte de su esposo cuando retornaban al Distrito Federal luego de concluir una gira de trabajo que la doctora en Derecho realizó en San Luis Potosí.

Descansé ese domingo. Por la noche recibí una llamada que me alertó de lo sucedido y me trasladé, al igual que otros integrantes del equipo de comunicación social, al panteón Francés donde se velaban los restos. La noticia se propagó y una cámara de Televisa llegó al lugar, aunque no obtuvo entrevista de la presidenta, tampoco información adicional a la que reportó la Policía Federal de Caminos. Aunque era un asunto que tenía que ver de manera directa con la titular de la CNDH, la persona fallecida era ajena a la institución, razón por la cual no se emitió ningún comunicado o boletín al respecto.

Al siguiente día, desde las siete de la mañana tuve que estar nuevamente en el panteón. Los arreglos florales, coronas, visita de familiares, amigos, altos funcionarios del gobierno federal, entre ellos quien fuera secretario de Gobernación, Diódoro Carrasco Altamirano, en representación del presidente de México, Ernesto Zedillo; y también el entonces presidente y director de *El Universal*, Juan Francisco Ealy Ortiz, acudieron a dar sus condolencias a la familia.

También los medios de comunicación fueron en busca de “nota”, o quizá del morbo. Me dieron la instrucción de pedirles a los comunicadores comprender la situación y no solicitar declaraciones de Roccatti. Aunque algunos insistían, finalmente entendieron que eran momentos críticos, de dolor, que frente al féretro estaba la esposa, la madre de dos hijos, no la funcionaria que en otro momento posaba sonriente a las cámaras o concedía una entrevista.

Fueron instantes difíciles. No había ningún lazo de amistad con la presidenta de la CNDH porque su forma de ser, siempre rígida, tampoco permitía mayor acercamiento que el necesario, el tiempo de colaborar con ella, el contexto laboral por el que atravesaba y la tragedia hacían que me conmoviera el trago amargo que la señora pasaba; pese a todo, estaba en activo al igual que el equipo de comunicación y, por ende, nuestro deber era tener ideas claras.

Al filo de las 15:00 horas el cuerpo del esposo de Roccatti abandonó la capilla donde era velado para ser trasladado al crematorio. Ya no había altos funcionarios del gobierno, sólo familiares y amigos, empleados de la comisión y una fotógrafa de *La Jornada* que siguieron el cortejo por los pasillos del camposanto.

Se dio otra vez la molestia de algunos asistentes por la presencia de la reportera gráfica que únicamente cumplía con su encomienda. Nuevamente se le pidió que fuera prudente e hiciera su trabajo a una distancia razonable, y entonces se apostó a unos metros para tomar sus fotografías con telefoto.

¿Cómo poder cumplir con el trabajo y a la vez respetar la privacidad de las personas en situaciones como la descrita?, me pregunté. Nunca antes en mi vida profesional había enfrentado un suceso en el que, por un lado, me solidarizaba con el dolor ajeno de una persona y, por el otro, tenía que desempeñar mi trabajo como integrante de un equipo de comunicación. Y más aún, ¿cómo pedirle a una fotógrafa que realice su actividad con prudencia o que no la haga si una de las funciones del área de prensa es otorgar las facilidades para que los periodistas desempeñen adecuadamente su trabajo?

A decir de Raúl Trejo Delarbre, “los medios están obligados a respetar la vida privada de los individuos y a distinguir entre asuntos estrictamente privados y aquellos cuyas repercusiones sean de auténtico interés público”.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> Raúl Trejo Delarbre, “Desencuentro crónico”, [http://raultrejo.tripodo.com/ensayosmedios/Etica%20y%20periodismo\(FILGuadalajara...\)](http://raultrejo.tripodo.com/ensayosmedios/Etica%20y%20periodismo(FILGuadalajara...)).

---

# CAPÍTULO 5

---

**LOS PERIODISTAS:  
“UN MAR DE  
CONOCIMIENTOS,  
PERO MÍNIMO DE  
PROFUNDIDAD”**

---

Durante una ponencia en materia de derechos humanos a la que asistí como reportero de la CNDH en Tequesquitengo, Morelos, escuché al conferencista referirse despectivamente de los periodistas como “personas con un mar de conocimientos, pero con un mínimo de profundidad”. Esta misma afirmación la volví a escuchar años después por parte de un especialista en materia legal durante el primer diplomado *Cultura de la Legalidad y Prevención al Delito*, organizado por la Delegación Iztapalapa, en 2004.

¡Qué desagradable expresión!, pero esa percepción se tiene por los graves errores que se cometen en los medios al tratar temas sin los conocimientos necesarios, por lo que en vez de informar, desinforman.

Nuestra formación académica en la universidad y la práctica del ejercicio periodístico nos proporcionan un conocimiento general en materia económica, política, cultural, científica, tecnológica, deportiva, entre otras. Es común en los medios asignar una o varias “fuentes” a los reporteros, aunque éstas ni siquiera se relacionen. También es frecuente el cambio repentino de un sector a otro. La constante en ambos casos es que la mayoría de las empresas periodísticas no instruyen a sus comunicadores en los temas a tratar; el manejo diario de los tópicos se vuelve la base del saber.

En mi caso, he comentado que aprendí con la práctica a redactar sobre temas relacionados con las “fuentes” encomendadas, me asesoraba con compañeros que cubrían las mismas dependencias que yo, y mi amiga Elizabeth González Mendoza, aún como funcionaria de Comunicación Social de la SEP, también contribuyó. En mi paso por el sector judicial los abogados eran un referente indispensable para disipar dudas de tipo legal.

Para poder comprender más el aspecto político y en virtud de la efervescencia electoral que se vivía previo al proceso electoral de 1997, por iniciativa realicé un curso de Publicidad, Promoción y Propaganda –impartido por la Federación Latinoamericana de Periodismo– que me permitió adquirir mayor conocimiento en estos temas, en materia electoral y en periodismo político, para ofrecer a los lectores precisión de los hechos en los materiales elaborados.

Pareciera que ciertas empresas periodísticas consideran un gasto la capacitación (técnica y académica) de sus reporteros, sin considerar los beneficios de tener personal especializado en alguna disciplina. Esto tiene su razón de ser: a mayor especialización, mayor costo de la mano de obra, lo que por supuesto pocos medios están dispuestos y en condiciones financieras para pagar.

Si bien es cierto que el periodista, y principalmente quien ejerce la tarea de reportero, debe ser una persona con amplio bagaje cultural, capaz de abordar temas diversos, también la especialización juega un papel fundamental para exponerlos adecuadamente, y evitar los errores de interpretación que sólo generan desinformación así como desconfianza del lector hacia lo dicho por el medio y el periodista.

Recuerdo una frase recurrente que me dijo Félix Fuentes Medina: “el periodista deber ser una enciclopedia andante” y conocer desde la “fuente” educativa (considerada la más sencilla para dominar) hasta la económica y política, las cuales requieren de un mayor conocimiento y experiencia. Hay quienes aseguran que un buen reportero lo mismo se desempeña en el área educativa, policíaca, cultural, económica, deportiva, política, científica, tecnológica o espectáculos; su astucia y “olfato periodístico” son lo que importa.

A decir de Hugo Aznar, el papel de los medios de comunicación en nuestras sociedades exige profesionales adecuadamente preparados. En un contexto en el que los medios contribuyen cada vez más a moldear nuestra imagen de la realidad y en el que la (buena) información es objeto de (exigentes) procesos de elaboración, selección, contextualización, etc., no se puede seguir afirmando que los periodistas no necesitan una preparación específica.

Sin embargo, esta necesidad de preparación no siempre se ha percibido con claridad. Cuando se plantearon los primeros intentos de crear escuelas de periodismo, en el primer tercio de siglo, los propios periodistas se opusieron a ello, aferrándose a una concepción *artística* de su labor según la cual periodista se

*nace*. Era más relevante, afirmaban, la posesión de ciertas dotes naturales y rasgos de carácter que la formación específica.<sup>55</sup>

Durante décadas el periodismo en México fue ejercido por personas especializadas en disciplinas como Filosofía, Ciencias, Letras, Derecho, entre otras. En muchos casos ni siquiera tenían una preparación universitaria, únicamente la *universidad de la vida*, y su arribo al mundo periodístico se efectuó de manera fortuita, aunque traían consigo la vocación. Esa generación de comunicadores es conocida como la *vieja guardia*, entre ellos Manuel Becerra Acosta (padre), Renato Leduc, Regino Hernández Llergo, Rosa Castro, Luis Spota, o mis ex jefes Félix Fuentes Mediana y Agustín Vega, por mencionar algunos.

“...hubo un tiempo en que el periodismo se aprendía y ejercía de otra manera. Los reporteros aprendían en las redacciones, en el trabajo cotidiano, en la lucha constante; escalaban puestos poco a poco y, en ocasiones, pasaban largos meses antes de que pudieran firmar una nota”.<sup>56</sup>

Aunque se formaron en la lucha diaria y constante del periodismo sin acudir a un aula universitaria donde aprendieran la profesión, muchos de los integrantes de la llamada *vieja guardia* son ejemplos de profesionalismo y pilares del periodismo crítico, de investigación y análisis, tan necesarios en una sociedad que aspira a la democracia, a la igualdad de riqueza y a ejercer cabalmente sus libertades de expresión y de prensa.

En México, la profesión de periodista ha pasado por una etapa adversa a su naturaleza. De ser una actividad para coadyuvar a la sociedad en su desarrollo y bienestar, durante algún tiempo fue –y ahora en menor proporción– una actividad para obtener grandes beneficios económicos derivados de “gestiones” ante las dependencias de gobierno u organismos públicos y privados. Los reporteros se volvieron gestores y parte de la nómina de dependencias gubernamentales y sindicatos.

---

<sup>55</sup> Hugo Aznar, *op. cit.*, pág. 108 y 109.

<sup>56</sup> José Luis Martínez S., *op.cit.*, pág. 17.

En su libro *La Vieja Guardia. Protagonistas del periodismo mexicano*, José Luis Martínez S. relata parte de la vida profesional del periodista Carlos Denegri. Y asegura: "Infatigable, Denegri firmaba también las columnas <<Diario impersonal de un reportero>>, <<Ric y Rac>>, <<Buenos días>>, <<Miscelánea de los jueves>> y <<Miscelánea dominical>>, que al permitirle abarcar todo el espectro político y social del país lo dotan de un poder extraordinario, que él usufructuaba obteniendo concesiones y prerrogativas económicas".<sup>57</sup>

El mismo autor comenta que debido a las relaciones con las altas esferas de la política y la economía, Denegri tenía garantizada "la impunidad de sus excesos, y su conocimiento de secretos de alcoba, de negocios turbios, de pasados oscuros le permitían generar rumores que lo hacían sentirse intocable".<sup>58</sup>

### 5.1. El trabajo con números; a quebrarse la cabeza

La necesidad de contar con conocimiento especializado en un determinado tema quedó de manifiesto de nueva cuenta durante mi paso por el diario *Ovaciones*. Comprobé que a la formación universitaria debemos darle un valor agregado, un plus a nuestra profesión, que es precisamente la especialización.

El comunicólogo debe tener la dualidad de la cosmovisión de su carrera y la especialización en alguna área. Las áreas tradicionales corresponden a la formación obligatoria del comunicador, por lo cual no se pueden manejar las partes como si fueran el todo, y en particular en un momento de definición de nuevos géneros periodísticos y nuevas formas de hacer periodismo.<sup>59</sup>

---

<sup>57</sup> *Íbidem*, pág. 173.

<sup>58</sup> *Íbidem*.

<sup>59</sup> Guillermina Baena Paz, "Diagnóstico y prospectiva de las carreras de comunicación en México", *Revista Mexicana de Comunicación*, <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc105/manual.html>.

Sin “fuente” fija, un día tuve que cubrir el sector financiero, quizá el de mayor dificultad por tener que traducir al público temas tan complicados que desde luego son de importancia para todos los habitantes del país.

El Periodismo Económico tiene fama de ser una especialidad difícil para el profesional y también para el tercer eslabón de la cadena comunicativa, que es la **sociedad receptora de la información**. No les falta razón a quienes critican las noticias de economía, asegurando que son demasiado técnicas o que están redactadas con un lenguaje confuso y abstracto. Este defecto habría de atribuirse a los dos primeros eslabones de la cadena: las **fuentes** y, sobre todo, los **periodistas**, que en ocasiones no cumplen, o no cumplimos, con la obligación de hacer más claros los mensajes. Hay que emplear códigos que entiendan los lectores, los radioyentes, los telespectadores y, ahora también, los usuarios de Internet.<sup>60</sup>

La cotización del peso frente al dólar, el comportamiento de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), el precio del petróleo mexicano en el extranjero, entre otros, eran temas que debía abordar y sólo tenía nociones de ello.

Al llegar a la sala de prensa, y tras identificarme como reportero de *Ovaciones* encomendado a cubrir la “fuente”, de inmediato el jefe de Información se percató que carecía de experiencia en el sector, por lo que me explicó de manera general la manera de trabajar y la información en la que debía poner atención. Había unas computadoras que reportaban cada instante el movimiento de los mercados de valores en México y el mundo, además del valor de las acciones de las distintas empresas que cotizan en la BMV.

Estaba en el límite para enviar la nota. El encargado de prensa me proporcionó información del comportamiento que hasta ese momento tenía la BMV, la cotización del peso frente al dólar y la cantidad de acciones intercambiadas (ventas/compradas).

---

<sup>60</sup> Manuel De Ramón, *op.cit.*, pág. 85.

Traté de asimilar sus sugerencias, dictar correctamente los datos y manejarlos como hacen los reporteros con experiencia en materia financiera, por lo que revisé periódicos especializados como *El Economista* y *El Financiero*. Sin duda fue difícil. Pensaba que ahí acabaría el trabajo y sólo actualizaría la información al cierre de la BMV, lo cual no era así.

Al mediodía llegaron a la sala de prensa algunos reporteros, entre ellos uno de quien desconozco su nombre y el medio que representaba; le pregunté, como es habitual, si sabía de alguna conferencia, alguna información generada en el sector. Su respuesta fue tajante: “No, no sé nada”, y de inmediato ignoró mi persona y siguió con sus llamadas telefónicas. Sentí impotencia al carecer de mayores elementos para realizar mi trabajo, ni amigos a quien dirigirme para ser orientado de lo que en ese momento se suscitaba en la “fuente”.

De pronto vi que en otro escritorio estaba una reportera que hacía entrevistas telefónicas con una y otra persona. La compañera trabajaba en *Notimex*. Me acerqué tímidamente y le expuse mi situación y la necesidad de hacer algo más que el reporte del mercado bursátil y la paridad del peso-dólar.

Creo que vio en mi rostro la desesperación a la que estaba llegando y no dudó en comentarme que el incremento en la cotización del petróleo mexicano era nota y entonces debía entrevistar a un consultor para explicar lo sucedido y las implicaciones en la economía nacional.

Me preguntó si tenía teléfonos de consultores, evidentemente que no. Buscó en su agenda y me proporcionó dos o tres. Hice la entrevista, pero ahora tenía que redactar la información y manejar correctamente las cifras. Un punto, una coma mal colocada en las cantidades, una palabra mal empleada, me dijo, eran errores graves que alteraban la realidad y, aunque ella no lo expresó, denotaban la inexperiencia de quien redactó la nota.

El periodista tiene que especializarse en esta parcela de la información, no sólo para estar a la altura de la importancia de las noticias económicas, sino sobre todo, para que éstas resulten más claras y accesibles para la sociedad que necesita recibirlas. Para informar bien sobre Economía no hace falta ser economista, pero sí

es necesario tener unos conocimientos suficientes sobre esta ciencia. Unos conocimientos que se consiguen con voluntad de aprender y de dominar los mecanismos que convierten un premensaje confuso y técnico en una noticia clara y asequible.<sup>61</sup>

La reportera se ofreció a ayudarme en la revisión de mis notas una vez elaborados. Esta experiencia nunca se me olvidará porque fue la información que más tiempo me llevó redactar. Gran parte del día la pesé en la sala de prensa de la BMV. Ni siquiera comí con tal de enviar mis notas a tiempo. Pensaba que al día siguiente obtendría un buen espacio en el periódico –quizá portada– por la importancia del tema. A la mañana siguiente, cuando revisé el diario, sentí una gran desilusión al percatarme que ni una línea de mi trabajo se publicó.

## 5.2. Especialización, ¿para qué?

A pesar que varios medios de comunicación carecen de interés para enviar a sus reporteros a cursos de especialización de las “fuentes” que cubren, comprendí que era mi obligación capacitarme y así tener mayores herramientas que me permitieran explotar mejor los temas y evitar caer en la “trampa” de la versión oficial a la que con frecuencia se le da absoluta credibilidad; los funcionarios, dependencias u organismos tratan de crear una percepción favorable hacia ellos.

Aprendí que como reportero es indispensable elaborar un archivo temático que aporte elementos para estructurar la nota informativa o un reportaje. Al cubrir de manera permanente las “fuentes” educativas, Sedena, Marina, Comunicaciones y Transportes, por ejemplo, confronté las declaraciones o datos del funcionario, dependencia u organismo, a fin de ofrecer un panorama más amplio al lector; esto hacía que mi material informativo fuera distinto al de los otros medios, aunque el tema hubiera sido el mismo. Desde luego, siempre y cuando contara con el tiempo suficiente para la entrega del material.

---

<sup>61</sup> *Íbidem*, pág. 86.

Decía mi ex jefe de redacción en *El Universal Gráfico*, Agustín Vega: “No hay que creerle a los políticos todo lo que te dicen, siempre duda”. Por ello debíamos recurrir a otras “fuentes” para enriquecer la nota.

Sin elementos para cuestionar lo dicho, sucede que damos por cierto y reproducimos la versión que el funcionario, actor social, dependencia u organismo quiere se sepa, de acuerdo con sus intereses, en vez de lo que la sociedad debe saber. Es entonces que nuestra capacidad analítica y conocimientos nos ayudarán a diferenciar qué es real y en qué momento pretenden utilizarnos para beneficiarse.

Describiré un caso que ilustra lo anterior: con base en mi experiencia como reportero de la fuente educativa en *El Universal Gráfico*, los llamados maestros disidentes de la sección IX de la Coordinadora Nacional de Trabajadores de la Educación (CNTE), es decir, aquellos que pertenecen al Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE) y se aglutinaron en un organismo alterno “democrático como resistencia a las imposiciones y entreguismo de los dirigentes charros con el gobierno”, en una ocasión me invitaron a una reunión en un restaurante donde se supone me darían una exclusiva (información no difundida que sólo yo obtendría).

Esa supuesta información “de primera mano”, sólo eran datos ya del dominio público cuya intención era “golpear”, sin fundamento, a la SEP, ante la proximidad del mes de mayo y las negociaciones para el aumento salarial.

En este contexto, el grupo de mentores perdía fuerza y presencia política en 1997; su propósito era hacer presión para ser tomado en cuenta y fortalecerse no sólo de manera laboral, sino también política, ya que estaba en puerta el proceso electoral en el DF para elegir jefe de Gobierno y diputados locales, y había que buscar candidaturas a puestos de elección popular en los partidos políticos, principalmente en el PRD, y mostrar cual importante era la CNTE –especialmente su sección IX que pertenece a la capital del país–, en términos de movilización y número de agremiados.

La “fuerza política” de los sindicalizados sin duda también tenía el objetivo de comunicarle al candidato del PRD a gobernar el DF, Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano –el más probable para ganar la contienda– a lo que se enfrentaría una vez al frente del Ejecutivo local.

Sus inadecuadas estrategias de comunicación, y sobre todo la mala imagen ante la prensa y la opinión pública por ser un grupo de mentores liosos, acostumbrados a bloquear calles, avenidas o edificios públicos como mecanismo de presión para lograr “sus conquistas laborales”, les valió de poco. En lo subsecuente no volvieron a ser ese grupo temido por las autoridades educativas ni las del DF, en parte también por la simpatía y filiación partidista con los gobiernos perredistas.

### **5.3. Periodismo en revista, otra dinámica**

Con la experiencia adquirida en *El Gráfico*, la CNDH y en *Ovaciones*, tuve más elementos para desempeñar mi labor periodística. Dejé este último medio en abril de 2000, y aunque sabía de la dificultad de encontrar nuevamente trabajo, mantuve la esperanza de colocarme lo antes posible; y así sucedió.

Habían pasado unos días de abandonar el periódico cuando me invitaron a cubrir un evento para la revista *El Mundo del Café* que, como su nombre lo indica, es una revista especializada en el sector cafetalero. Una de sus dueñas me pidió acudir al Encuentro de los Países Cafetaleros de la Región Latinoamericana, celebrado en abril del 2000 en el DF, ya que carecía de reporteros. Autoridades gubernamentales, organizaciones cafetaleras y organismos de diversos países buscarían acuerdos a fin de solucionar la grave situación del gremio: sobreoferta de café verde en todo el mundo (abundancia de producto) que traía consigo un bajo precio; además del escaso consumo de café de grano en México.

## CONSUMO DE CAFÉ VERDE EN PAÍSES PRODUCTORES (CIFRAS A 2006 EN KG. DE CAFÉ VERDE)

PAÍS	CONSUMO DE CAFÉ
BRASIL	5.92
COSTA RICA	4.41
HONDURAS	2.58
EL SALVADOR	2.18
COLOMBIA	2.13
NICARAGUA	1.92
GUATEMALA	1.9
ETIOPIA	1.54
ECUADOR	1.45
MÉXICO	1.02
INDONESIA	0.68
MADAGASCAR	0.42
COSTA DE MARFIL	0.24
REPÚBLICA DEL CONGO	0.23
UGANDA	0.22
INDIA	0.05

\*Datos elaborados por ANACAFÉ, con base en información de la FAO

De este grupo de países productores de café, el consumo promedio anual en el mercado mexicano se ubica en niveles de 1.02 kilogramos per-cápita, que es considerado uno de los más bajos en el ámbito mundial. En contraste, cifras no oficiales estiman que el consumo de café verde en México apenas alcanza los 500 gramos. En tanto, naciones importadoras como Finlandia beben 12.17 kilogramos per-cápita, y Noruega 10.25.



Pese a que México es uno de los principales países productores del aromático en el mundo, el consumo por persona al año es escaso: se estima en medio kilogramo, mientras en naciones importadoras la cifra supera los 12 kilogramos.. Imagen: [www.google.com.mx](http://www.google.com.mx)

**CONSUMO DE CAFÉ EN PAÍSES IMPORTADORES**  
(CIFRAS A 2006 EN KG. DE CAFÉ VERDE)

PAÍS	CONSUMO
FINDLANDIA	12.17
DINAMARCA	10.25
NORUEGA	9.09
SUECIA	8.20
BÉLGICA	7.90
AUSTRIA	6.76
ALEMANIA	6.71
PAÍSES BAJOS	6.67
ITALIA	5.47
FRANCIA	5.46
ESPAÑA	4.35
EUA	3.97
JAPÓN	3.24

\*Datos elaborados por ANACAFÉ, con base en información de la Organización Internacional del café

Las cifras mencionadas, aunque son de 2006, no varían mucho del panorama que había en el 2000. El interés del gobierno de México por mejorar esos datos en beneficio de los productores nacionales (y también para evitar conflictos agrarios) fue visto por las dueñas de la revista como oportunidad para impulsar su medio de información.

Sólo era un día de trabajo, ese fue el trato. Me pagarían por la cobertura al entregar la nota. Sin embargo, al Encuentro de los Países Cafetaleros –en el que se acordó la Declaración de México– prosiguieron otras reuniones que daban continuidad a los acuerdos tomados, y las directivas me pidieron permanecer debido a que mis entregas les agradaron; fue así que comencé a colaborar en esa pequeña empresa editorial, estancia que se prolongó por casi dos años.

Posterior a dicho encuentro se efectuó otro en el puerto de Veracruz, en el que participaron también instituciones de gobierno, y acudí a cubrirla. El tema sin duda era la problemática cafetalera.

Otro giro más se suscitaba en el tipo de “fuente” informativa en la que me desempeñaba. Ahora me relacionaría con los procesos en el cultivo de café, las variedades de grano, las organizaciones dedicadas a esta actividad en los 12 estados productores (Veracruz, Puebla, San Luis Potosí, Oaxaca, Querétaro, Chiapas, Tabasco, Guerrero, Hidalgo, Colima, Nayarit y Jalisco), las razones que llevan a la depreciación del grano, incluso saber cómo se prepara una taza de café, los tuestes, conocer cuáles son los países consumidores y productores en el mundo, etcétera.

A diferencia del diarismo al que estaba acostumbrado, la dinámica de redactar en una revista con periodicidad bimestral es totalmente diferente. Ahora tenía mayor tiempo para preparar los temas, establecer los objetivos de los reportajes, las entrevistas eran más profundas porque también el número de páginas disponibles lo permitía.

Analizar la información, buscar diversas opiniones respecto a un tema, utilizar estudios, documentos, escuchar una y otra vez las grabaciones de una entrevista era posible, situación distinta al trabajo en un diario que además maneja una edición vespertina, como era el caso de *La Segunda de Ovaciones* y *El Universal Gráfico*.

Además de la profundidad en el manejo de los tópicos, debía redactar con mayor cuidado porque me leerían principalmente integrantes del sector cafetalero, expertos en el tema, quienes serían mis inquisidores. Otra variante era que mis trabajos los entregaba “cabeceados”, con sumarios, “balazos”, cuadros, lo que como reportero de periódico no hacía; esa tarea correspondía a la mesa de redacción.

#### **5.4. Hacia la especialización, una experiencia a medias**

De café sólo conocía las marcas tradicionales como Legal, Oro, Nescafé o Marino, los cuales sabía que se disolvían al mezclarlos con agua o leche. Del café en grano recuerdo que en ocasiones mi papá compraba en el expendio El Cafeto, ubicado en el Centro Histórico del DF, una mezcla de café de las variedades caracolillo y planchuela. Lo más absurdo del caso, es que las dueñas de la

revista, con un tiempo ya de trabajar con cafetaleros, tenían quizá el mismo nivel de conocimiento en la materia que yo, o tal vez menos.

Consideré a *El Mundo del Café* como una posibilidad de trabajo que a la vez me permitiría desarrollar otras actividades sin estar de manera permanente en una redacción u oficina, además me pagarían por aprender. Cada vez me fui adentrando al universo de la cafeticultura que para comprenderlo –me dijo un día el ingeniero Alberto Peniche, dueño de la empresa Do Brasil La Balsa– había que cursar 100 lecciones, una por año.

Por cuenta propia comencé a leer lo que mis antecesores redactaron en *El Mundo del Café*, aprender los términos, los procesos que sigue el grano del campo a la taza, identificar temas que pudieran ser atractivos a los consumidores, productores, dueños de barras de café y proveedores de insumos para la industria cafetalera; tomé un curso básico de cafeticultura.



La especialización del periodista en un determinado tema es considerada un *plus* en el desempeño del comunicador; no obstante, pocas empresas periodísticas están dispuestas a invertir en la capacitación de su personal. Foto: MAGR

Poco a poco comencé a familiarizarme con los temas hasta tener elementos suficientes que me permitieron elaborar el editorial (el punto de vista de *El Mundo del Café*) de cada número, hecho que me congratulaba, me hacía sentir completo en el ejercicio del periodismo. Inicié así el proceso de especialización. Mi intención era adquirir la mayor cantidad posible de conocimientos, aunque no pudiera cursar las 100 lecciones que el ingeniero Peniche me recomendó.

### 5.5. Reportear o vender publinotas: ¿qué camino seguir?

Con tal de vender publicidad, las dueñas de la revista ofrecían a sus clientes una nota favorable gratis como *plus* por un espacio comprado. Uno de esos trabajos que hice fue al famoso y tradicional Café La Parroquia, ubicado en Veracruz, Veracruz. Ángel Fernández Ceballos, uno de los actuales dueños, el más joven y creativo de los socios, adquirió un tráiler nuevo y lo equipó con un remolque hecho cafetería donde es posible adquirir los mismos productos que en el establecimiento: café lechero, capuchino frío y caliente; helados, café en grano, pan, entre otros.

Era una novedad ese vehículo que recorría distintas plazas de Veracruz y del país. Fernández Ceballos lo consideraba su juguete predilecto, el cual además de ofrecer el grano tostado y molido en el momento, tenía Internet, fax, la modalidad de pago con tarjeta de crédito, capacidad para transportar nueve pasajeros, almacenar dos mil litros de agua, seis mil kilogramos de café, planta de luz y televisión, de tal manera que la unidad rodante era autónoma.

En ocasiones la estrategia del *plus* les funcionaba a las empresarias; en otras no, debido a la escasa rentabilidad que significaba para la mayoría de cafetaleros invertir en publicidad. Para mí era un excelente mecanismo de relacionarme con la gente, conocer las zonas de cultivo, la manera de procesar el café, la realidad del sector reseñada por quienes viven y han vivido de esta actividad.

Esa crisis desde luego afectaba los ingresos de la revista. Sus dueñas habían buscado en *El Mundo del Café* una alternativa para allegarse dinero extra, al pensar que era una excelente oportunidad de negocio por haber en el mercado editorial pocos medios especializados en cafecultura. La falta de conocimientos periodísticos, su voracidad por disfrutar de un excelente nivel de vida a costa de una paga ínfima a sus reporteros y demás personal, la escasa distribución de la revista que desalentaba a los compradores de publicidad a continuar con la celebración de contratos, y la renuncia de colaboradores, ocasionó la debacle de la micro empresa.

Por tal motivo, las dueñas iniciaron “una estrategia basada en la austeridad”. Querían aprovechar al máximo los pocos recursos humanos con los que contaban, de tal manera que quien vendía publicidad lo mismo podría participar en labores secretariales, de mensajería o recepción; el corrector de estilo hacia las veces de administrador, archivista, preparador de tazas de café; y en mi caso su intención era que al reportear vendiera anuncios. Desde luego que la duplicidad de funciones no significaba un doble sueldo para nadie.

Pretendían aprovecharse de la buena relación que había construida con los responsables de prensa de instituciones gubernamentales y con líderes relacionados con el sector agrícola, durante mi paso por *El Universal Gráfico*, *Ovaciones* y la CNDH para obtener contratos de publicidad. Yo sería el vendedor, eso sí, con una comisión de 10 por ciento (“negociable”) del valor del espacio vendido. Esto significaba unos 250 o 500 pesos por un anuncio de 5 mil pesos, mientras ellas obtendrían 4 mil 750 o 4 mil 500 pesos, según el caso.

Mi descontento y rechazo a su pretensión fue inmediato, no por la cantidad que obtendría, sino por su malsana intención de utilizarme como vendedor. Me gané así sus reclamos y reproches al “no querer ponerme la camiseta” ni “sumarme al proyecto”, pese a que jamás cobré un peso adicional por las asesorías periodísticas y establecer los temas de la mayor parte de las ediciones en las que participé, y soportar las demoras en los pagos. Incluso acepté que le pusieran precio a mi mano de obra, lo que nunca debió ser.

Su visión meramente mercantilista, alejada de los principios básicos del periodismo, les impidió considerar que el esquema de comisiones por publicidad consecuentemente traería un conflicto de intereses y falta de ética entre la fuente y yo.

El esquema de comisiones de publicidad para los reporteros provocaría denuncias de conflictos de intereses y falta de ética en un buen número de países. No es así en México, debido a que no existe el concepto de conflicto de intereses en periodismo. Por ello, esta práctica, que se extiende ampliamente, no es vista por muchos como una falta de ética. Al contrario, no son pocos los periodistas

convencidos de que ésta es una forma legal de incrementar sus ingresos. Y como no hay legislación que la prohíba, se le considera legal, lo que no significa que sea legítima, pues establece una relación viciada y prejuiciado entre ellos y sus fuentes de información. Por supuesto, los funcionarios promueven esta práctica, puesto que así pueden controlar mejor la información, a través de la presión de la asignación de recursos.<sup>62</sup>

En México algunas empresas periodísticas aplican el esquema de comisiones vía publicidad para sus comunicadores. Las compañías obligan a sus reporteros a buscar publicidad pagada por el gobierno para que reciban una comisión por cada anuncio o inserción pagada de cualquier dependencia. Los reporteros luchan entre sí en la redacción para conseguir la “mejor” fuente, pero no desde el punto de vista de la calidad o importancia de la información, sino de la propaganda política, debido a que es su principal fuente de ingresos personales.

“Los dueños de periódicos otorgan a los reporteros entre 5 y 12% de comisión por la publicidad que ingresen, lo que les permite pagarles bajos salarios. Los anuncios comerciales de empresas privadas normalmente se manejan a través del departamento de publicidad de cada medio”.<sup>63</sup>

La aportación que hice durante el tiempo que estuve en la revista, sirvió para que la gente del sector cafetalero, incluido el ahora extinto Consejo Mexicano del Café, órgano de gobierno encargado de regular esta actividad, volteara la mirada a la publicación porque para entonces ya tenía verdadero contenido informativo; no bastaba con ofrecer un papel de buena calidad, impresión a color y portadas atractivas y plastificadas, era necesario un auténtico trabajo periodístico.

La calidad del medio fue en aumento (el diseño, impresión y tipo de papel fue aportación de otras personas) y el número de suscriptores también, al igual que los anunciantes, pese a que el mercado del café estaba y está deprimido (en crisis económica), como dicen los expertos.

<sup>62</sup> (2) Raymundo Riva Palacio, *La prensa de los jardines. Fortalezas y debilidades de los medios en México*, pág.105.

<sup>63</sup> *Ibidem*.

*El Mundo del Café* incluso se comenzó a distribuir en la sección de revistas de los restaurantes VIPS, Sanborns y otros sitios, aunque el éxito de este mecanismo de venta no tuvo los frutos deseados por falta de supervisión de las dueñas.

Considero que ser un vendedor de publicidad es una actividad tan honrosa como cualquier otra que esté apegada a la legalidad. Desafortunadamente en el medio periodístico los reporteros de revistas de tipo político (a excepción de *Proceso*, *Milenio*, *Vértigo*, *Siempre*, entre otras) son conocidos como “revisteros” y han adquirido una mala reputación. Se les concibe como extorsionadores de políticos y funcionarios públicos a través de información negativa que en muchos casos son mentiras, calumnias; son vistos como agentes de ventas que sólo acuden a los eventos o conferencias de prensa a ver qué beneficio económico obtienen.

A lo largo de mi trayectoria profesional –especialmente cuando trabajé en comunicación social de la CNDH– vi el rechazo hacia ese tipo de personas por parte de los encargados de prensa, de los altos funcionarios públicos y de los representantes populares.

Mis convicciones como profesional de la comunicación me indicaron continuar mi camino por el trabajo serio que debo realizar en la sociedad, y mantener la buena imagen lograda en los apenas cuatro años (hasta ese momento) que llevaba de carrera. Debo decir que los medios han establecido áreas de comercialización en las que laboran periodistas; en este caso la separación de funciones es clara.



Imagen: [www.google.com.mx](http://www.google.com.mx)

---

# CAPÍTULO 6

---

**CAMPAÑAS  
POLÍTICAS Y MEDIOS  
EN PROVINCIA;  
OTRA VEZ A  
COMUNICACIÓN  
SOCIAL**

---

El desánimo por las circunstancias laborales en *El Mundo del Café* motivó a que comenzara la búsqueda de un nuevo lugar de trabajo donde tuviera más posibilidades de progreso económico y profesional. Eran los últimos días de enero de 2002 cuando intenté integrarme a la Coordinación de Comunicación Social de la campaña del entonces senador Jesús Ortega Martínez, quien competía por la dirigencia nacional del Partido de la Revolución Democrática (PRD).

Aún colaboraba en la revista, pero el objetivo era continuar mi desarrollo como periodista en un equipo en el que pudiera aplicar mis conocimientos en estrategias de comunicación, lo que no había sido posible del todo cuando laboré en la CNDH, ya que mi función se limitó a reportear.

La campaña se avizoraba exhaustiva, sobre todo al tratarse de un proceso en el cual se pretendía recorrer el país en 42 días. El cansancio físico no me desalentaba. El desempeño bajo presión no era ninguna novedad, al igual que estar fuera de mi hogar, alejado de la familia, o realizar largas jornadas sin probar alimento. Mi trayectoria profesional estaba caracterizada por estos factores, y veía una gran oportunidad de conocer de cerca, ser parte de una contienda política que enriquecería mi experiencia y, de ganar Ortega, seguramente su equipo de prensa estaría con él en el partido. De tal suerte que nada tenía que perder, y sí mucho que ganar, independientemente del resultado que arrojará la elección del 21 de marzo de 2002.



Imagen: [www.google.com.mx](http://www.google.com.mx)

### 6.1. Bandoleros con disfraz de periodistas

A pesar que durante mi labor en la CNDH también hubo relación con la prensa de los estados, en el transcurso de la campaña –por ser prácticamente el encargado de prensa durante las giras– tuve mayor acercamiento con los medios estatales y decenas de seudoperiodistas, varios de ellos vinculados con grupos políticos con pretensiones perversas que eran infiltrados en las reuniones, conferencias o mítines del candidato para “reventarlos” (perjudicarlos); otros más fungían como “orejas” (informantes) del gobierno estatal o municipal, y de los propios adversarios pertenecientes a las diversas “corrientes” que conforman el sol azteca.

En algunos lugares donde llegábamos era notorio que había personas que nos seguían en las actividades políticas y entrevistas en empresas periodísticas, incluso desde que descendíamos del avión o arribábamos en vehículo hasta que salíamos del estado o población.

Es común en las entidades del país que hasta quien imprima una simple hoja de papel con “noticias” se diga periodista. La profesión es utilizada para hacer negocio por medio de la extorsión a políticos o funcionarios de gobierno, para fungir como gestor ante cualquier autoridad y cobrar por realizar trámites, o por la simple publicación de alguna actividad o programa de gobierno, lo que se intensifica en tiempos electorales.

Acudimos a Tamaulipas y al finalizar una conferencia de prensa que ofreció Ortega en Reynosa, me acerqué con los reporteros para presentarme con ellos, pedirles sus datos a fin de enriquecer el directorio de medios en provincia, entregarles mi tarjeta y ofrecerles entrevistas con el candidato. Al solicitar sus nombres, de inmediato preguntaron si era la lista para “el apoyo” (dinero).

–De ninguna manera, respondí.

–Entonces no tiene caso que te dé mis datos, dijeron algunos.

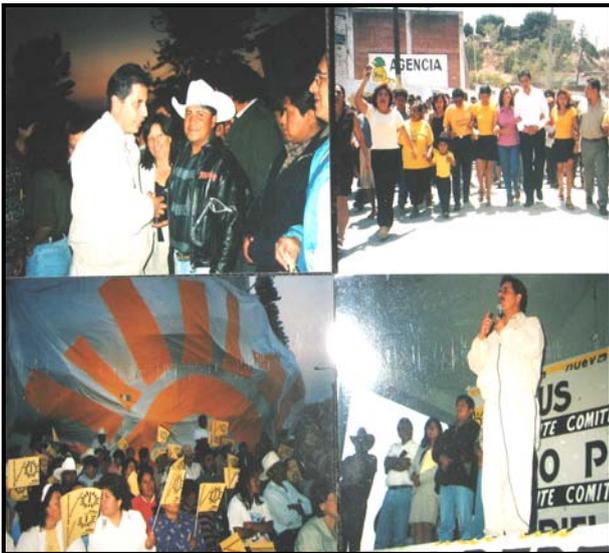
Quedó claro que no les importaba la información, sino lo que pudieran obtener económicamente al asistir al evento. En el mundo del periodismo hay el siguiente dicho: “Sobre chico, nota grande; sobre grande, nota chica”.

Hubo un “periodista” que ni siquiera quiso recibir la tarjeta al saber que no habría “apoyo”; desde luego nadie se rehusó a comer los alimentos pagados por los organizadores de la gira, ofrecidos al término de la rueda de prensa.

Observé que la estrategia de corromper ya no venía de arriba hacia abajo; es decir, de los políticos a los representantes de los medios, ahora los reporteros –al menos muchos de los representantes de los medios de provincia– tenían la desfachatez de solicitar dinero.

Otra manera recurrente de obtener recursos era vender espacios para transmitir una entrevista en radio o televisión. Los periodistas sólo estiraban la mano con el micrófono o la grabadora y le decían a Ortega: “di lo que quieras”. Ni siquiera trataban de aparentar profesionalismo y cuestionar lo dicho por el candidato, sólo les interesaba agotar los minutos ofrecidos en el trato; y de su responsabilidad social, nada.

En la segunda gira que tuvimos en Guerrero, Ortega ofreció una conferencia de prensa en Chilpancingo a la que asistió un “periodista” de un periódico local. En la etapa de preguntas y respuestas comenzó a inquirir severamente al candidato con el tema de la aprobación de la Ley Indígena, con el objetivo de que los corresponsales de medios nacionales que asistieron retomaran el tópico, y qué mejor si en la contestación el senador cometía un error, esto tendría eco.



**El Candidato de Unidad a la dirigencia nacional del Partido de la Revolución Democrática, Jesús Ortega Martínez, en gira proselitista por los estados de Sonora, Oaxaca e Hidalgo. Fotos: MAGR**

La aprobación en el Senado de la República de la mencionada ley le trajo a Ortega Martínez duras críticas por parte del subcomandante Marcos, quien aseguraba que la reforma iba en contra de los derechos de los indígenas y que el entonces legislador y coordinador del PRD en la Cámara Alta al votar en favor –y convencer a sus compañeros de bancada de hacer lo mismo– actuaba de manera incongruente con los principios de su partido.

La estrategia de los opositores políticos de Jesús Ortega era crearle –a través de los medios de comunicación– una imagen negativa frente a la sociedad, en especial con los indígenas. De tal suerte que los simpatizantes y los afiliados al partido le negaran su voto para dirigir al PRD.

La comunicación corporal en las entrevistas y conferencias de prensa era fundamental entre Ortega y yo, debido a que en ocasiones no era posible escribirle una nota en una hoja o servilleta en la cual le apoyara con la respuesta o lo alertara sobre alguna situación en particular.

El candidato contestó al “reportero”, sin que cesaran los ataques, quizá con la finalidad de desesperarlo. Me ubiqué en un sitio donde el senador pudiera verme, al igual que quien dirigía la conferencia. Hice una señal de “tijeras” con los dedos para concluir la rueda de prensa, ya que el tiempo había sido suficiente y los temas agotados. Concluyó y entonces observé la molestia del “comunicador”, quien no logró su objetivo y salió rápidamente del sitio.

Mientras abandonábamos el lugar, el organizador de la gira reconoció que el objetivo del sujeto era poner en aprietos al también líder nacional de la Corriente Nueva Izquierda y obtener dinero para no publicar información negativa; ese era su *modus vivendi* con los políticos de la localidad, quienes accedían a sus chantajes, pese a que sólo representaba un supuesto periódico de su propiedad.

Ese día fue de “los chayoteros”. Terminado el mitin en Acapulco, último punto de la gira, un par de hombres, que ni en apariencia eran periodistas (no portaban grabadora, una libreta donde anotar o un simple bolígrafo), se acercaron a Ortega mientras conversaba con un grupo de personas que le manifestaban su apoyo. Le dijeron que eran reporteros y querían hablar con él. Les anticipé que yo era de su equipo de prensa y por tanto los podía atender; respondieron que no, querían hablar sólo con el candidato. Mientras, al encargado de la gira le exigían dinero, ese era el motivo por el cual querían dialogar con el senador.

Ortega también percibió sus intenciones y prolongó su conversación con la gente, al tiempo que el chofer y yo preparábamos el ascenso al auto y la salida inmediata. Cuando menos lo esperaban, nos fuimos sin darles la oportunidad de abordarlo.

## 6.2. Los medios, excitantes para muchos

A raíz de la revolución tecnológica en los medios de comunicación, en los actores políticos ha crecido el interés por destacar en las páginas de los periódicos, la radio o la televisión, principalmente en este último medio por la penetración, impacto y proyección que significa.

Esto ha motivado que cada vez más representantes populares, organismos públicos y no gubernamentales, empresas y partidos políticos intensifiquen su relación con la prensa a través de sus áreas encargadas para este propósito.

Los personajes políticos, empresariales y sociales tienen claro el uso de los medios de comunicación para transmitir mensajes no sólo a la sociedad, sino también a los grupos a los que pertenecen, o bien, a sus contrarios.

Es común ahora observar que en México diversos funcionarios públicos y legisladores, incluso las llamadas organizaciones sociales, integren –de manera personal o en grupo– sus comisiones u oficinas de prensa que convocan a los medios a conferencias, generan boletines y publican desplegados.

“Políticos, empresarios, sindicalistas y deportistas de élite desayunan a diario con su asesor de prensa. Forman parte del *staff* directivo. No dan un paso sin consultarles. Son su perro guardián, su confidente, la sombra que les acompaña a todos sus desplazamientos, entrevistas o citas de negocios”.<sup>64</sup>

Lo anterior se observa con mayor frecuencia en los últimos 21 años, cuando los grupos de izquierda (con el fraude electoral de 1987) comenzaron a demandar mayor información y acceso a los medios de comunicación, a fin de transmitir sus mensajes a la sociedad. Ello propició que personas ajenas al periodismo efectuaran labores de comunicación, sin tener la mínima noción y conciencia de la responsabilidad que implica el manejo informativo.

---

<sup>64</sup> Txema Ramírez, *op. cit.*, pág. 17.

Un ejemplo reciente, conocido por la opinión pública respecto al uso de los medios, es sin duda el caso del ex perredista René Bejarano Martínez. Para defenderse de un presunto acto de corrupción en el que incurrió, según mostraron videos transmitidos por televisión, acudió a la prensa escrita y electrónica a conceder entrevistas, y convocó a conferencias en numerosas ocasiones a fin de reiterar su inocencia.

Se utiliza a la prensa para afectar o defenderse de ataques. La radio, la televisión, los periódicos y portales de Internet sirven como herramienta para que una institución, organismo o persona se proyecte y esto ayude en su carrera política o labor social, según sea el caso.

A decir de Raymundo Riva Palacio, la prensa mexicana nunca funciona como puente entre quienes gobiernan y quienes son gobernados, ni es espejo de la sociedad. Es el medio por el cual las elites se comunican entre sí. La mayor parte de la prensa mexicana no responde a las necesidades y reclamos populares, puesto que no está en contacto con ellos. La prensa se ha convertido en vocero para los que detentan el poder y no escucha al ciudadano común y corriente. En síntesis, la mayor parte de los medios está lejos de ser libre.<sup>65</sup>

### 6.3. “Todos” pueden ser *comunicólogos*; las “sanguijuelas” en el periodismo

Quizá parezca fácil convocar a los medios a conferencia o elaborar un boletín o un comunicado. El supuesto manejo de un género periodístico o redactar de manera congruente no significa ser periodista, y menos un experto en relaciones públicas capaz de direccionar correctamente los mensajes que se pretenden transmitir a la sociedad.

Lo anterior parece no entenderse –o entenderse poco– y bastantes personas “ejercen” el periodismo sin haber asistido a una universidad, ni siquiera a la *universidad de la vida*, como ya lo mencionaba al referirme a la *vieja guardia*. Muchos ingresan al mundo de la comunicación social

---

<sup>65</sup> (2) Raymundo Riva Palacio, *Op. cit.*, pág. 99.

porque está de moda, e ignoran que para desempeñar esta labor se requiere profesionalización, ética, sensibilidad, vocación de servicio y convicción.

También es curioso saber que personajes políticos ejercen función de voceros, secretarios o directores de comunicación social. Quizá la ventaja que tendrían respecto a un periodista es que conocen a fondo la institución, los temas y los acuerdos políticos del momento. De cualquier manera, requieren de una persona con conocimientos de comunicación social para lograr con sus mensajes los efectos deseados en la opinión pública.

El problema que he observado a lo largo de mi carrera profesional, es la falta de reglamentación en México para desempeñarse como periodista, ya sea reportero, columnista, fotógrafo, articulista, jefe de prensa o de gabinete de prensa, etcétera.

“En lo que respecta a México no existe ninguna reglamentación legal ni convencional para acceder al ejercicio de la profesión periodística. La ley de profesiones de México establecida por la Secretaría de Educación Pública no tiene en su lista de profesiones al periodista”.<sup>66</sup>

Erigirse como periodista resulta demasiado fácil, sobre todo al incursionar en la prensa escrita. Sólo hay que echar una mirada alrededor de nuestra comunidad para encontrar periódicos que aparecen y desaparecen de la noche a la mañana con la noticia sensacionalista del asesinato de la persona X, “vecina de esta colonia”, como acostumbran vocear la nota. En los municipios conurbados al Distrito Federal (Nezahualcóyotl, Valle de Chalco, Ecatepec, Los Reyes la Paz, Naucalpan, Tlanepantla, entre otros) es común observar este tipo de “empresas” integradas por personas que se dicen periodistas por el sólo hecho de portar una credencial elaborada por ellos mismos, y rotular sus autos o camionetas con la palabra “prensa”. Cualquier hoja volante la hacen ser un medio de comunicación y, por ende, quienes la elaboran “son periodistas”.

“Una simple hoja de papel con la exposición de hechos puntuales y pasajeros, que muere al poco rato de haber aparecido, no obligadamente puede llamarse medio periodístico, aun cuando los

---

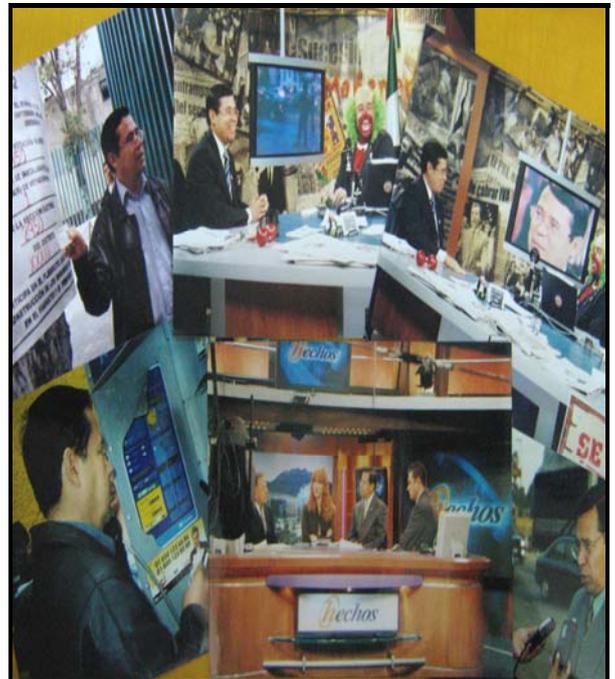
<sup>66</sup> José Luis Jáquez Valderrama, *op. cit.*, pág. 66.

primeros periódicos fueran sólo eso: hojas impresas sueltas (volantes o volandas), obra de entusiastas luchadores o idealistas promotores de ideas políticas o religiosas”.<sup>67</sup>

Ante ello, es importante definir qué es un periodista y cuáles deben ser sus cualidades. Se han establecido una serie de definiciones de la palabra periodista. Entre ellas está la siguiente: Ser periodista implica ser una persona singular y admirable. Significa ser una persona curiosa y vivaz que no se permite saber nada hasta que no lo averigua por sí mismo y comprueba por lo circundante el *qué*, el *quién*, el *cuándo*, el *cómo*, el *dónde* y el *porqué*. Desconfiado, escéptico, ágil, osado, el periodista es un irrefrenable *correo del zar* y no atiende más razones que las encomendadas

en su absurda vocación de comunicador. No le importa que el mundo no quiera saber, que los censores duerman con un ojo cerrado y un puñal en el otro, que la buena marcha del orden requiera siempre un espeso equilibrio entre la ocultación y la propaganda. El periodista está ahí para contar lo que pasa, y lo demás lo tiene sin cuidado.

Considero que para ser periodista, y en especial desempeñarse como reportero, hay que pasar por la llamada “guardia”, cubrir la “madre de todas las fuentes”: el sector policiaco, sufrir el regaño de los jefes, incluso perder una “nota” o recibir un reclamo –sin razón– por una “fuente” de información que se sintió afectada. Hay personas que están en los medios o en áreas de prensa, sin haber experimentado emoción al ver su nombre en una información, intuido una noticia, generado reacciones por la información difundida, eso es lo mejor de ser periodista.



El entonces presidente del Partido de la Revolución Democrática en el Distrito Federal, Víctor Hugo Cirió Vázquez, decidió conformar un equipo de prensa exclusivo para él, a fin de tener mayor presencia en los medios de comunicación, con miras a ser candidato a la jefatura delegacional en Iztapalapa. Fotos: MAGR

<sup>67</sup> Emilio Filippi, *Fundamentos del Periodismo*, pág. 13.

Entonces, ¿dónde quedan los profesionales del periodismo que durante años se prepararon en las universidades? ¿O qué pasa con quienes, aunado a una formación académica, han ejercido el periodismo y conocen lo que la prensa y el lector demandan, pero no están en los medios ni en las oficinas de comunicación social porque esos espacios los ocupan personas ajenas a la profesión?

Estas preguntas llevan a la siguiente reflexión: ¿para qué entonces acudimos a las aulas si con sólo tener los nombres, teléfonos y correos electrónicos de los medios, para muchos resulta fácil llamarlos a conferencias o eventos con el propósito de emitir una declaración o entregarles un boletín?

Sin duda ha sido decepcionante ver cómo denigran la profesión quienes juegan a ser periodistas y elaboran periódicos “pasquines” que son un agravio para la redacción, ortografía y la sintaxis, pero ahí están. Y lo peor son aquellos que hacen comunicación social atrás de un escritorio, sin saber siquiera qué es un boletín y su objetivo, menos aún la dinámica de los medios y lo que demandan.

Ejemplos claros de quienes juegan a hacer periodismo, es en el PRD, caso del que puedo hablar por haber trabajado y conocido a algunas de esas personas. Aunque muchos perredistas eran poco afectos a los reflectores, grabadoras, micrófonos y cámaras fotográficas, ahora todos desean hasta el mínimo espacio en los periódicos, la radio y, por supuesto, en televisión.

Diputados, senadores, candidatos, municipales y funcionarios de gobierno han optado por conformar un equipo de comunicación social o prensa, incluso independiente a las áreas creadas por la institución para esa labor, cuyo propósito es generar sus boletines, realizar el trabajo de relaciones públicas, convocar a conferencias, solicitar entrevistas, en fin, todo el trabajo con medios. El objetivo es estar con frecuencia en las páginas de los diarios, en la radio o la televisión para promoverse, no como institución, sino a título personal, y así impulsar su carrera política.

No pocos de estos equipos están integrados por gente ajena al periodismo, que creen saber del manejo informativo. En realidad, ni idea tienen de cómo hacer un boletín o establecer una estrategia de comunicación para posicionar a una persona o difundir un mensaje.

De mayo de 2002 a enero de 2003 formé parte del equipo de comunicación del presidente del PRD-DF en el Distrito Federal, Víctor Hugo Círigo Vásquez, el cual sólo lo conformábamos dos personas. A los pocos meses se integró una más, quien tampoco era periodista, su función, decía, era analista.

Mi trabajo consistía en estar a cargo de la jefatura de información y al mismo tiempo redactar boletines y artículos de opinión (publicados en el diario *La Crónica* y *La Fuerza del Sol*, órgano de difusión del partido) que firmaba el dirigente partidista, hacer invitaciones a prensa, cubrir y transcribir entrevistas y diseñar estrategias de comunicación. Hubo gente que ingresó en distintos momentos para desempeñarse como reportero y apoyarme en mis actividades; sin embargo, sus capacidades profesionales eran limitadas para los requerimientos del área. Sábados, domingos y hasta días festivos eran laborables.

Pese a la ardua tarea que tenía, me desempeñaba con gusto porque sentía que mi voz era escuchada, que por fin ponía en práctica gran parte de mis conocimientos adquiridos en seis años de actividad profesional; me sentía pleno en el ejercicio del periodismo, sin darme cuenta que nuevamente establecía los cimientos para que otra persona se beneficiara con mi trabajo.

Sin referencia de la trayectoria periodística de mi inmediata superior, comencé a indagar sobre ella con los compañeros de la “fuente” de partidos políticos; nadie sabía que hubiera estado en algún medio. Sólo algunos la identificaban como responsable de prensa en la campaña de Círigo Vásquez a la presidencia del PRD-DF.

Comencé a dudar de su formación universitaria, conocimientos en prensa, política y bagaje cultural, especialmente cuando al entregarle boletines no había ningún cuestionamiento en el contenido, incluso ni siquiera la puntuación, sólo se limitaba a señalar los “dedazos”. Hubo una ocasión, recién formado el equipo, que le solicité los boletines que ella hubiera elaborado durante la contienda para conocer el discurso de Círigo y de ahí tener mayores elementos de él. Su respuesta fue que no había organizado sus archivos y todo el material lo tenía en una caja, por lo que en la primera oportunidad los ordenaría para mostrármelos; por supuesto que nunca los vi.

Era evidente que prefería evitar exhibir conmigo su desconocimiento en materia de redacción, géneros periodísticos, cómo reportear y hallar la nota en la información, en el discurso. En una excelente actitud camaleónica lo mismo hablaba de boletines, notas informativas, “chacaleo”, líneas discursivas, tratamiento de la información, que de estrategias en medios de comunicación y de política. Cualquiera diría que se trataba de una experta en la materia.

Tiempo después supe que había sido sólo secretaria del responsable de prensa de la Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, y su única función era comunicarlo con los reporteros de la “fuente” y ofrecerles café cuando acudían a la institución, de ahí su acercamiento con los medios de comunicación.

Parece que en mi vida profesional ha sido una constante encontrarme con gente carente de vocación periodística, sin preparación académica que sólo ha visto en esta profesión un negocio para obtener ganancias sirviéndose de mis conocimientos y experiencia, sin el menor escrúpulo.

José Luis Jáquez Balderrama concluye que hay cuatro caminos para aprender periodismo:

1. Por medio de la práctica.
2. Por medio de la teoría.
3. Por medio de una amplia cultura.
4. Por medio de una carrera universitaria.

Para el autor todas son importantes, aunque la actualidad exige mayor preparación, cuyo mejor camino es una carrera universitaria.

Y es que el periodismo tiene en la actualidad los siguientes atributos de toda profesión: 1) cumple una necesidad básica de la sociedad; 2) sus técnicas especializadas se basan en una amplia gama de conocimientos; 3) tiene un bagaje

especializado de información y un acervo literario profesional; 4) posee una ética; 5) tiene medios para hacer cumplir sus normas profesionales.<sup>68</sup>

El punto número uno señalado por Jáquez Valderrama se pensaría encaja en la situación que describí líneas arriba; es decir, la sola práctica es suficiente para dedicarse al periodismo, como lo hacían los integrantes de la *vieja guardia*. Estas personas tuvieron una formación en alguna disciplina, dominaban las letras, tenían vocación periodística, amplio bagaje cultural y la *universidad de la vida* complementó su carrera; no así en el caso que comento.

Esta consideración refuerza la necesidad de que quienes ejerzamos la profesión de periodista (en cualquiera de sus campos) debemos tener una instrucción universitaria acompañada de práctica, ya sea en los medios u oficinas de prensa; un amplio conocimiento cultural y ética.

#### **6.4. Guerra de papel y de palabras**

Además de la Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia del partido, operaba la Secretaría de Comunicación, Imagen y Vocería, oficina que formaba parte del Comité Ejecutivo Estatal del PRD-DF. La gente que laboraba en este equipo carecía de valores éticos y conocimientos de lo que es la comunicación social, pese a que todos se decían universitarios; eso sí, de izquierda, identificados con la defensa de las causas justas.

La existencia de dos equipos de prensa tenía su razón de ser: las diferencias entre las corrientes políticas del PRD capitalino que representaban –por una parte– el presidente en turno de este instituto (Víctor Hugo Círigo Vásquez); y por la otra, el secretario general (Agustín Guerrero Castillo). Esto ocasionó que las declaraciones de ambos políticos fueran contrarias.

En una ocasión los líderes de las tres principales corrientes internas del PRD capitalino: René Arce Islas (Nueva Izquierda), Armando Quintero (IDEA) y René Bejarano Martínez (la entonces Izquierda Democrática, hoy Izquierda Unida), y desde luego las dirigencias nacional y estatal, se

---

<sup>68</sup> José Luis Jáquez Balderrama, *op. cit.*, pág. 79.

reunieron para acordar un mecanismo interno de selección de los 16 candidatos por ese partido a las jefaturas delegacionales del DF, el cual consistiría en una encuesta de popularidad aplicada por la empresa Mitofski, en vez de realizar una elección interna que seguramente sería adversa al instituto político ante el riesgo de enfrentamientos entre “expresiones políticas”, lo que abonaría a la mala imagen del sol azteca. Los resultados tendrían carácter vinculatorio; es decir, sería de observancia obligatoria para todos los participantes.

Emitimos un boletín mediante el cual dábamos a conocer este acuerdo impulsado por Círigó en el que inusualmente participaban los dirigentes de las tres principales corrientes del PRD capitalino, incluida Izquierda Democrática, a la que pertenece Agustín Guerrero.

Comenzamos a enviar la información desde la mañana. Lo hacíamos sigilosamente para no alertar de nuestros movimientos, pues como se dice comúnmente: vivíamos con el enemigo en casa. De no ser porque *Formato 21* transmitió el boletín y que una reportera de *La Crónica* le llamó a Guerrero para conocer su opinión del compromiso pactado, éste hubiera tardado más tiempo en saber de la información y reaccionar; su equipo de prensa tampoco la había detectado.

El secretario del partido negó que el acuerdo incluyera el carácter vinculatorio de las encuestas, pese a que Bejarano Martínez había aceptado los términos, lo cual significaba desventaja de sus compañeros de corriente frente a los de Nueva Izquierda que gozaban de mayor popularidad. Su objetivo era que los estudios sólo

  
Partido de la Revolución Democrática  
en el Distrito Federal  
Victor Hugo Círigó Vázquez  
Presidente  
¡Vamos por todo en el 2003!

México, D. F., 10 de enero de 2003

**Boletín 0130-2003**

- Vinculatorios los resultados de las encuestas, acuerdan las dirigencias estatal y nacional, así como los representantes de las expresiones internas del PRD-DF

La dirección estatal del PRD en la capital, su dirigencia nacional y los representantes de las diversas expresiones internas de este instituto político en el Distrito Federal, lograron un gran acuerdo integral para que los resultados de las encuestas que se aplicaran en la elección de candidatos a jefes delegacionales tengan carácter vinculatorio, con lo que queda claro que no habrá fracturas internas.

El presidente del Partido de la Revolución Democrática en el DF, Victor Hugo Círigó Vázquez, afirmó que el objetivo de este pacto es mantener la unidad del partido de cara a las próximas elecciones del 6 de julio donde se pretende mantener y recuperar las jefaturas delegacionales, así como lograr la mayoría en el Asamblea Legislativa del Distrito Federal, con el propósito de continuar el proyecto democrático del jefe de gobierno del Distrito Federal.

El acuerdo político está soportado en los estatutos y facultades por parte de los comités ejecutivos Estatal y Nacional, el cual será validado en sus respectivos consejos.

De tal manera, aseveró, queda descartada cualquier posibilidad de fractura al interior y durante el curso del proceso de selección de

candidatos, y nadie podrá violentar impunemente estas disposiciones al anteponer, por encima de los intereses del partido y de la ciudadanía, intereses personales o de grupo.

Círigó Vázquez detalló que en caso de que haya un empate técnico no se declarará a ningún precandidato ganador, y se tendrá que aplicar una segunda encuesta -esto aún por definir- o el plebiscito electivo. Sin embargo, confió en que con los resultados de las encuestas se tendrá resuelto más de la mitad del proceso de selección.

En el caso de los diputados locales de la ALDF que aspiren a candidaturas a jefes delegacionales y no sean favorecidos con los resultados de las encuestas, tendrán oportunidad de contender por una diputación federal, ya que se acordó reservar los 30 distritos electorales federales como mecanismo de compensación interna para evitar fracturas.

Mediante este mecanismo, dijo, el PRD asegura las victorias que tendrá en las 16 delegaciones, 30 distritos federales y 40 locales.

“Evidentemente el acuerdo es muy importante para la ciudadanía al saber que el partido en el gobierno desde ahora, en una actitud de mucha responsabilidad y compromiso, ha pactado un mecanismo, que es el de las encuestas con carácter vinculatorio en sus resultados para seleccionar a los mejores hombres y mujeres que lo llevará, sin duda, a la victoria”, aseguró el presidente del PRD capitalino.

En un encuentro privado la presidenta nacional y el secretario general del PRD, Rosario Robles Berlanga y Carlos Navarrete, respectivamente, así como la dirigencia estatal del partido encabezada por Victor Hugo Círigó Vázquez, además de Juan N. Guerra, Javier Hidalgo, Pablo Gómez, los dirigentes de las corrientes Nueva Izquierda, René Arce Islas de IDEA, Armando Quintero y Agustín Guerrero Castillo, secretario del PRD-DF y representante de la Corriente Izquierda Democrática, lograron el acuerdo que será llevado ante los Consejos Estatal y Nacional el siguiente mes, con lo quedará formalizado.

**acuerdo entre las tres principales expresiones internas del PRD para elegir candidatos a jefes delegacionales por medio de encuestas de popularidad, impidió que la Corriente Izquierda Democrática minimizara lo convenido, negociación que sin duda afectaba a sus correligionarios. Foto: MAGR**

los estudios sólo

fueran representativos, minimizar el método de selección, además de utilizar urnas y boletas para su aplicación, lo que le daría posibilidad de efectuar actos ilegales que favorecieran a sus aspirantes.

Sus declaraciones fueron en vano. La prensa priorizó nuestro boletín. Círiga se había ganado la credibilidad de los medios al igual que su equipo de comunicación, y los reporteros acudían a nosotros para obtener la “nota” por medio de entrevistas y boletines.

La lucha de ambos grupos políticos no sólo era entre Círiga y Guerrero. Como equipos de comunicación los “golpes” se dieron desde el día del arribo a la sede de Jalapa número 88, colonia Roma. En su mayoría, el partido estaba compuesto por gente de Izquierda Democrática que veía en nosotros enemigos potenciales y, por tanto, se encargaron de hacernos difícil la estancia de siete meses, ya que Círiga renunció a la titularidad del PRD en enero de 2003 para contender por la candidatura del PRD a la jefatura delegacional de Iztapalapa y luego en la elección constitucional.

Quienes iniciamos el equipo de prensa de la presidencia carecíamos de oficina para laborar. En ocasiones se trabajaba en el pasillo, en un escritorio que parecía olvidado. Del primer piso pasamos al tercero y de ahí al cuarto nivel, donde finalmente nos establecimos.

Pensábamos que al llegar desplazaríamos a quienes estaban en la Secretaría de Comunicación; nos equivocamos. Desconocíamos los procedimientos del Comité Ejecutivo del PRD capitalino, que debe sesionar y elegir a sus integrantes (cuya afiliación partidista es requisito) mediante votación; las negociaciones políticas entre grupos son parte de esa mecánica para conseguir las carteras del partido. A Círiga no le importaba ganar la Secretaría de Comunicación; su interés era tener una unidad de prensa.

Los primeros meses pretendimos trabajar de manera conjunta con la Secretaría de Comunicación; fue imposible. La actitud deshonesto, falta de profesionalismo e intentos por afectar a Círiga,

motivó el rompimiento con el equipo de Guerrero, pese a que nosotros queríamos ser “institucionales” en el trabajo; desconocíamos la forma de actuar de esa “tribu” perredista (como también la llaman por su comportamiento radical).

Era común que Guerrero Castillo se confrontara con las instituciones, sobre todo con los consejeros del Instituto Electoral del Distrito Federal (IEDF), mientras que Círiga buscaba los acuerdos y el diálogo. Una ocasión tuvo un altercado con cuatro de ellos. Al ser representante del partido ante el órgano electoral, acusó –en conferencia de prensa realizada por la mañana en el propio IEDF– a Eduardo Huchim, Rosa María Mirón Lince, Rodrigo Morales y Rubén Lara, de actuar como “diputados de oposición” al promover reformas al Código Electoral local que pretendían incrementar sustancialmente los ingresos de los altos funcionarios; además, solicitó su renuncia.

Sus comentarios desataron el enojo de los señalados quienes aguardaron al término de la sesión del IEDF para retarlo a debate respecto a las reformas al Código, previa convocatoria a los medios que estaban en el lugar, por lo que la expectativa se hizo mayor y las cámaras de video, fotográficas y grabadoras estaban dirigidas al secretario general del partido, a Mirón Lince y a Huchim, quienes principalmente retaban al perredista a sostener y demostrar sus afirmaciones. La situación estuvo a punto de llegar a los golpes entre Huchim y el representante partidista.

Los consejeros dejaron en ridículo a Agustín Guerrero quien rehuyó el debate bajo el argumento de que “le echaban montón, como se dice en el barrio”, por lo que pedía organizar un encuentro en el que se enfrentaran uno a uno. El espectáculo fue memorial y más allá de eso se había afectado la relación entre el partido y el IEDF, lo que resultaba contraproducente para el PRD capitalino y sus integrantes en un año preelectoral como fue 2002.

Como área de comunicación de la presidencia del PRD preferimos abstenernos de emitir comentario. Círiga solicitó una reunión con el consejero presidente del IEDF, Javier Santiago, realizada el 29 de octubre de 2002, en la cual trataron lo ocurrido y al finalizar se ofreció una

conferencia de prensa donde se dejó en claro que la relación del partido con el órgano electoral era de respeto, entendimiento y tolerancia.

Se hizo constante la lucha con los contrarios que vivían obsesionados por echarnos del partido y obtener la presidencia a como diera lugar, incluso ocultaban información a Círigo de los pronunciamientos públicos y otras decisiones políticas, por lo que había que estar atento a todo lo acontecido.

Con conocimiento de las necesidades informativas de los reporteros, sabía que la rapidez de procesar la información era determinante para ganarles la “nota” a los adversarios, quienes tenían una amplia infraestructura material y humana, mientras que nosotros sólo éramos tres personas. Además de tener pronto el material informativo, el contenido debía ser publicable; es decir, “nota”, independientemente que la declaración del presidente del partido tuviera, por jerarquía, mayor peso político que la del secretario. La credibilidad de Círigo y de su equipo de prensa tuvo gran valía para colocar la información.

Al respecto, Txema Ramírez establece que para afrontar las situaciones de crisis –como las vividas desde nuestra llegada al PRD hasta renunciar a este instituto político– “la única receta válida sigue siendo la de la credibilidad. Si un G.C. [Gabinete de Comunicación] ha transmitido información veraz durante años, le será mucho más fácil resolver una crisis de forma satisfactoria. Si, por el contrario, su única pretensión ha sido la de <<aparecer>> en los medios, sin importarle lo más mínimo el cómo, o el por qué... el fracaso estará garantizado”.<sup>69</sup>

Los temas de la capital, como los segundos pisos, el mantenimiento al Metro, la Reforma Política del Distrito Federal, el contraataque a las críticas de los partidos políticos de oposición al gobierno capitalino de Andrés Manuel López Obrador, entre otros tópicos, eran materia de las declaraciones del presidente del PRD capitalino a quien se proyectaba como un político con ideales de justicia, institucionalidad en su desempeño, solvencia moral y honradez, cuyo objetivo de trabajo era llevar al partido al triunfo en el proceso electoral de 2003.

---

<sup>69</sup> Txema Ramírez, *op. cit.*, pág. 20.

### **6.5. No hay recetas en comunicación: una estrategia para cada situación**

Personas ajenas y no ajenas al periodismo creen que estar al frente de un área de comunicación social, donde implica manejo de información y de medios, es fácil y pretenden conducirse con “recetas” como si la sociedad fuera estática.

Sin duda, hay estrategias que se aplican frecuentemente como elaborar boletines, convocar a conferencias de prensa o emitir comunicados, las cuales quizá permanecerán por muchos años, aunque con los avances tecnológicos ahora se envían los boletines por correo electrónico en vez de mensajería, al igual que las invitaciones. En la actualidad, el fax es un medio que se utiliza cada vez con menor frecuencia.

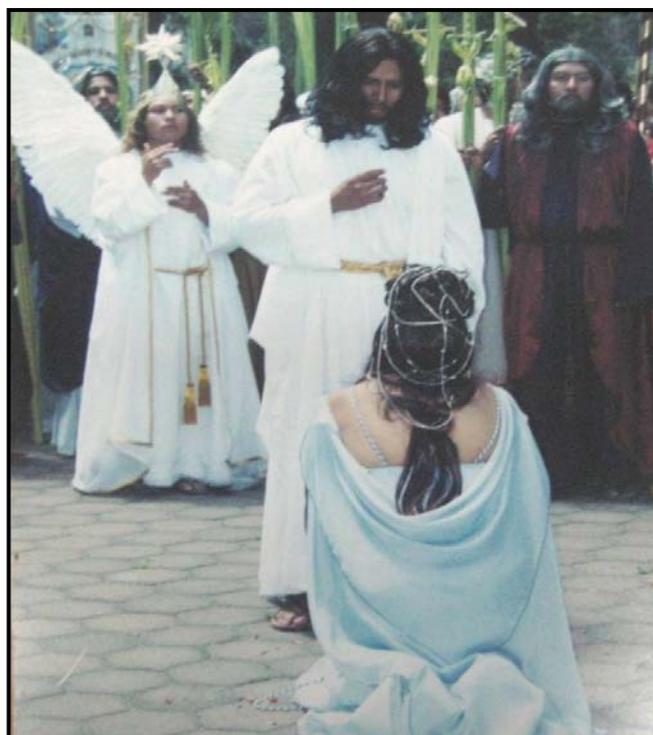
Más allá de las herramientas tecnológicas que han evolucionado, y que por ende cualquier área de comunicación social está obligada a actualizar, las tácticas para resolver informativamente cualquier problema social que se presente son distintas en cada situación. Incluso es necesario saber en qué momento y qué tipo de recursos utilizaremos, ya sea para emitir un comunicado o boletín, convocar a conferencia de prensa y conceder entrevistas individuales o en grupo.

En mi experiencia como jefe de Información en la Coordinación de Comunicación Social de la Delegación Iztapalapa viví diversas situaciones complicadas, precisamente por la complejidad social, política y geográfica de la demarcación. En ocasiones fueron invasión de predios y desalojos, bloqueos en vialidades por falta de agua o energía eléctrica, conflictos poselectorales, o personas extraviadas en las cuevas del Cerro de la Estrella.

Un hecho complicado fue al atardecer del miércoles 7 de abril de 2004, es decir, un día antes de la Representación de la Pasión de Cristo, evento magno en la jurisdicción, cuando tres personas fueron lesionadas por la caída de la cruz donde es crucificado quien interpreta el papel de Jesús, en el Predio de la Pasión, que forma parte del Cerro de la Estrella.

Ante lo sucedido, esa misma noche se emitió un comunicado en el cual se relataron los hechos y las acciones que llevó a cabo el gobierno delegacional para garantizar la seguridad de los actores de la CLXI Representación y de los asistentes.

Al día siguiente, Jueves Santo, hubo mayor demanda de información al respecto. Ante la necesidad de vigilar el desarrollo de la conmemoración (que congrega a más 2.5 millones de asistentes durante los tres días de actividades, aunque actualmente son cuatro) y lo que implica atender a casi 350 representantes de los medios de comunicación nacionales y extranjeros (reporteros, técnicos, camarógrafos, asistentes y fotógrafos) acreditados, se reforzó el comunicado de un día antes, aunado a una serie de entrevistas vía telefónica que concedió el jefe delegacional para dejar en claro qué había sucedido, pero sobre todo precisar que por parte de la delegación no hubo responsabilidad, como los familiares de los afectados y algunos medios quisieron permear en la opinión pública.



**El accidente ocurrido un día antes de iniciar la Representación de la Pasión de Cristo en Iztapalapa, implicó una estrategia de comunicación paralela a la del festejo, a fin de contrarrestar los “golpes” informativos de los medios que pretendían destacar el aspecto negativo.**  
Foto: MAGR

Otra situación inundación en la

Aztahuacán, ocasionada por las fuertes lluvias que afectaron casas y comercios. En esos momentos los medios de comunicación se vuelven los más severos inquisidores de las

complicada fue la colonia Santa María

autoridades, ya sea por sus acciones u omisiones, lo cual también aprovechan vecinos para victimizarse, aunque no lo sean.

Magnificaron los hechos y las primeras informaciones hacían pensar que Santa María Aztlahuacán era zona de desastre, incluso hubo un reportero –de Televisa– que me llamó para preguntar si el jefe delegacional ya había hablado con el secretario de Gobernación para declarar zona de desastre y solicitar recursos económicos federales para subsanar los daños.

Ante las especulaciones y tergiversación de los hechos, establecimos la estrategia de convocar a conferencia de prensa el mismo día (tan sólo unas horas posteriores al fenómeno natural), a fin de despejar las dudas que se habían generado, mostrar en su dimensión los daños ocasionados por la lluvia, explicar las causas y acciones del gobierno delegacional para atender la problemática, además de la negativa de la población de la zona para que el gobierno de la ciudad de México efectuara obras para resolver el problema.

Estos ejemplos ilustran que ningún caso se atiende por igual. Quizá podremos actuar de manera similar, sólo eso, porque el contexto es distinto. La práctica cotidiana que genera experiencia me ha permitido adquirir elementos para afrontar diversas situaciones perjudiciales a la institución o al funcionario. He constatado que “en la guerra y la política nada está dicho y todo se vale”, eso lo entienden muy bien quienes se dedican a la política.

## **6.6. El periodista en Comunicación Social, más que redactor, previsor**

El periodista –que es responsable de un equipo de Comunicación Social (CS) o jefe de información, como ha sido mi caso– debe ser guía del político o funcionario, al igual que de la empresa o institución. Entre sus objetivos están: aproximarse a conocer con antelación las reacciones de la prensa y de la opinión pública al emitir un mensaje, prever si un tema será de interés para los medios y de qué manera darlo a conocer, ya sea a través de un comunicado, boletín o conferencia de prensa, e incluso determinar el día y la hora, a fin de lograr el mayor impacto posible.

De hecho, el director de comunicación social o responsable de prensa debe ser “reconocido en su rango directivo y estará situado junto al máximo ejecutivo: presidente, consejero delegado o director general,”<sup>70</sup> además de ser una persona de su entera confianza.

Entre sus funciones deberá entender el proyecto de empresa, su plan estratégico, y participar en el mismo:

(...)

3. Interpretar la política institucional y convertirla en estrategia, que será a la vez que ejecutada, eficazmente comunicada. El director de comunicación deberá diseñar las Estrategias de Comunicación en función de la Cultura, la Identidad y el Modelo de la Imagen.

4. Será *asesor* del máximo ejecutivo cuando éste debe asumir como tal el rol irremplazable de portavoz.

Y será también *portavoz* de la institución, interlocutor entre la empresa y los líderes de opinión y con otras instituciones.<sup>71</sup>

Entre las múltiples obligaciones de un responsable de comunicación está la de conocer a la perfección su sistema informativo más cercano, el catálogo de medios más importantes, sus relaciones con el poder establecido, vínculos ocasionales con otros sectores económicos y financieros, etc. Debe conocer además, cuáles son las grandes tendencias informativas que se imponen en las redacciones y las razones de tales comportamientos. Dominar todas estas cuestiones es imprescindible si quiere evitar sorpresas desagradables.<sup>72</sup>

<sup>70</sup> Joan Costa, *Imagen corporativa en el siglo XXI*, pág. 243.

<sup>71</sup> *Ibidem*, pág. 244.

<sup>72</sup> Txema Ramírez, *op. cit.*, pág. 33.

La labor desarrollada en la oficina de comunicación social, gabinete de prensa o de comunicación social, o cualquier otra forma de nombrar el área, no debe ser producto de la ocurrencia de quien o quienes están al frente, de ahí la necesidad de elaborar un programa de trabajo o Plan General de Comunicación, como también se le conoce.

El Plan General de Comunicación es un esquema general que dibuja los objetivos generales y los programas de desarrollo de comunicación a alcanzar durante su vigencia. Es una herramienta de planificación global, con carácter muy amplio. Suele incluir una diagnosis actualizada de la situación actual de la Imagen Corporativa de la entidad, contemplada con carácter más general en el Plan Estratégico de Imagen Corporativa. El Plan General de Comunicación contrasta el grado de cumplimiento de los programas de comunicación, la eficiencia en el funcionamiento de los canales de comunicación interna y externa de la empresa, así como resultado de los objetivos de comunicación de cada área o segmento de la empresa.<sup>73</sup>

“El Plan Estratégico de Imagen Corporativa traduce en términos de imagen y comunicación los objetivos de la empresa. Corresponde a la Dirección de Comunicación elaborar y ejecutar el Plan Estratégico de Imagen, lo que requiere dotarse de los conocimientos y los colaboradores adecuados”.<sup>74</sup>

Ahora bien, los objetivos de las relaciones públicas (en el ámbito de gobierno) que desarrollan los responsables de prensa a través de las oficinas de comunicación social, de acuerdo con María Eugenia Moreno y Servando González Muñoz, son:

- Conservar y acrecentar la confianza, el apoyo y la aprobación por parte de la población a los actos realizados por el gobierno.
- Contribuir al mejoramiento de la administración para lograr su máxima competencia y eficacia.

<sup>73</sup> Fernando Ramos, *La Comunicación corporativa e institucional. De la imagen al protocolo*, pág. 53.

<sup>74</sup> *Íbidem*.

- Desarrollar un vasto y bien orientado programa de comunicación externa, destinado a brindar información eficiente y oportuna a la ciudadanía.
- Contribuir a la puesta en práctica de una serie de medidas de relevante importancia, ya que dan la verdadera fisonomía de la administración pública a los ojos de la ciudadanía. Estas medidas se refieren a la cortesía y esmero en la atención que debe brindarse a las personas que se acercan por cualquier motivo a las dependencias oficiales.

Ambos autores estiman necesario considerar que:

- a) Las buenas relaciones públicas con la ciudadanía se logran con estrategias, técnicas, programas y planes debidamente estructurados y aplicados adecuadamente.
  - b) Si los actos y disposiciones gubernamentales no están orientados al beneficio de la mayoría, será imposible persuadir a los ciudadanos de que deben apoyar y aprobar la conducta del gobierno.
  - c) Es conveniente estar alerta para promover y desarrollar la difusión de la eficiencia en la administración pública. A tal efecto, el profesional en relaciones públicas debe estar en permanente contacto con los funcionarios encargados de planear y ejecutar técnicas de organización.
- Es preciso tener en cuenta que, si el gobierno no mantiene bien y oportunamente informada a la opinión pública acerca de sus acciones, ni el gobierno más eficaz logrará el apoyo colectivo y sí podría tener efectos negativos.<sup>75</sup>

La Delegación Iztapalapa y el Ejército mexicano llevaron a cabo (en 2004) la *Campaña por Una Iztapalapa Segura: Canje de Armas por Despensas y Juguete por Juguete*, hecho que evidentemente fue atractivo para los medios de comunicación y la sociedad, especialmente porque la demarcación se concibe como lugar de venta, fabricación y tráfico de armas de fuego, además

---

<sup>75</sup> Manuel Alonso Coratella, *op. cit.*, págs. 68 y 69.

de ser insegura, por lo que parecería aberrante pensar que el ciudadano de bien entregaría sus artefactos bélicos adquiridos para salvaguardar su integridad y la de los suyos por una despesa con valor superior a mil pesos. Desde luego que el delincuente no entregaría sus armas, sus herramientas de “trabajo”.

Precisamente se trató de persuadir a la población de hacer su entrega de manera voluntaria en virtud del riesgo que implica tener en casa un artefacto de ese tipo, ante la posibilidad de un accidente.

El canje se llevó a cabo previamente en las delegaciones Iztacalco y Venustiano Carranza; de esta última jurisdicción forma parte el barrio de Tepito y la colonia Morelos, sitios caracterizados, entre otros aspectos, por el tráfico de armas, droga, fayuca y en la cual ni una sola arma se recibió. En el caso de la primera delegación, sólo dos se canjearon.

La entrega en Iztapalapa fue altamente productiva, especialmente si consideramos la peligrosidad del lugar y que se efectuó por primera vez; en total se recibieron durante los seis días: 67 armas – varias de ellas de grueso calibre–, 254 cartuchos útiles de diversos calibres y miles de juguetes bélicos se intercambiaron por educativos, a fin de sensibilizar a los pequeños y a sus padres sobre la importancia de evitar la violencia; de esta manera se implementó una campaña integral.

Un mes y cinco días antes de iniciar el programa, sucedió un incidente en una escuela secundaria de Iztapalapa. El 13 de mayo de 2004 un adolescente llevó una pistola al plantel, la cual accionó en el salón de clases hiriendo de muerte a su compañera Dalia Gómez Moreno. Después del suceso, el gobierno delegacional invitó a Teresa Moreno, mamá de la menor fallecida, a ser parte de la labor de sensibilización en la conferencia de prensa en la cual se dio a conocer el resultado del acopio, una vez concluido el canje. La presencia de la señora fue significativa para motivar a la población, de tal suerte que el número de artefactos recibidos aumentó.

Los resultados del acopio realizado cada fin de semana se dieron a conocer en conferencia de prensa. Las dos primeras convocatorias causaron expectación y buena convocatoria, contrario a lo ocurrido en las subsecuentes, situación previsible, que la responsable de comunicación social se rehusó a entender.

Una información interesante para una persona o institución puede no constituir una noticia para la prensa. Lo primero, entonces, es comprender la agenda de los diversos medios, esto es, cómo establece cada uno la relación entre lo que sucede y lo que se cubre.

Antes de convocar a la prensa, es imprescindible definir la noticia que se va a comunicar; más que eso, hay que tener la certeza de que los medios considerarán que la información posee interés periodístico. En el ámbito comercial, las empresas suelen citar a conferencias para promocionar productos o servicios. Muchas veces sólo buscan publicidad gratuita. Si la novedad que se anuncia no es tal, se vicia la convocatoria. Lo mismo ocurre con instituciones u organizaciones políticas que, en verdad, sólo quieren difusión. Los reporteros que vuelven de una conferencia de prensa informan a sus editores sobre lo que obtuvieron. Si éstos estiman que fueron citados en vano, el convocante descubrirá que ha ingresado en una “lista negra” informal de editores y periodistas, por la cual se ignorarán futuras invitaciones. En el medio periodístico la reputación de “latero” corre muy rápido.<sup>76</sup>

Los medios buscaron información diferente al tema central, debido a que el asunto por el que fueron convocados lo habían abordado en reiteradas ocasiones. Una de las conferencias coincidió con la implementación del operativo México Seguro en el norte del país y la pregunta obligada era si en Iztapalapa, ante los índices de criminalidad y el aumento del narcomenudeo pudiera aplicarse, lo que significaba el inicio de esta acción en el Distrito Federal.

A pregunta de una reportera de *El Universal*, se informó por parte de la autoridad delegacional que iniciarían acciones de seguridad en la jurisdicción, similares a México Seguro, en las cuales participarían autoridades federales, específicamente la Sedena y el Centro de Información y Seguridad Nacional, mejor conocido como CISEN. Esa declaración hizo que el tema del canje de

---

<sup>76</sup> Raul Sohr, *Historia y poder de la prensa*, pág. 155.

armas quedara rebasado y la nota escandalosa prevaleciera, al grado de constituirse al siguiente día como la nota principal de ese diario.

Lo peor del caso fue que *El Universal*, quizá por error en la edición o de quien redactó la nota, informó que el operativo de las instituciones policíacas y de inteligencia federal sería el fin de semana, lo cual era incorrecto porque lo que se aplicaría era el programa Canje de Armas.

A temprana hora mi teléfono celular comenzó a sonar. La prensa quería saber en qué sitios estarían los retenes policíacos y militares, ver los convoyes del Ejército patrullar Iztapalapa, la detención de gente; todo lo que sucedía en ese momento en el norte del país.

En cada llamada tenía que aclarar a los reporteros, incluso a sus jefes, que por alguna causa el periódico tergiversó la información, la cual trascendió por la credibilidad del diario. A pesar de la “avalancha” de llamadas, no hubo una respuesta oficial vía boletín o comunicado, y menos una nota aclaratoria para el periódico, que bien la merecía por la gravedad de haber malinformado, hecho que además pudo ocasionar conflictos interinstitucionales. Se le concedió una entrevista a *Canal 11*, en la cual el coordinador de Seguridad Pública de la delegación precisó lo que se efectuaría en Iztapalapa, y así desmentir al diario; ante la magnitud de la desinformación, esto fue insuficiente.

El caso expuesto muestra dos aspectos importantes que como área de comunicación social no fueron atendidos: el desgaste del tema del canje de armas que traería consigo la búsqueda de tópicos coyunturales más atractivos –informativamente hablando– para los medios, y la escasa o nula actuación para dejar en claro el equívoco, por llamarlo de alguna manera, de *El Universal*.

---

**A MANERA DE  
CONCLUSIÓN**

---

En estas páginas he expuesto diez años de experiencia profesional. Los aciertos, desaciertos y anécdotas descritos son parte de mi vida como reportero en medios impresos, oficinas de comunicación y jefe de información.

Mis vivencias, considero, posiblemente motiven a la reflexión de quienes aún cursan la carrera de Comunicación y Periodismo y de los que están activos en la profesión, a fin de que les sirvan para tener conocimiento de la infinidad de circunstancias a las que quizá se enfrenten en el mercado laboral, y así desempeñar con mayores herramientas su papel en la sociedad y reivindicar la imagen del profesional de la comunicación, especialmente de los egresados de la UNAM.

### **La calle, la mejor academia del periodista**

La mejor academia para adquirir experiencia como periodista es la calle. Hay que padecer algunos percances, malpasadas alimenticias, malos tratos de funcionarios, cubrir marchas, mítines y plantones, visitar reclusorios o consejos para menores infractores, la morgue, orfanatos, hospicios, hospitales, en ocasiones hospedarse en lujosos hoteles y en otras dormir en vehículos; disfrutar de actividades artísticas y culturales, viajar en Metro, microbús, a caballo, a pie, en camiones de cuarta categoría; sufrir frío, calor, lluvia, convivir con mendigos, niños de la calle, sexoservidoras, homosexuales, altos funcionarios públicos, etcétera, para conocer la realidad de este u otro país y así tener una perspectiva amplia que nos permita traducir a nuestros lectores lo que pasa en la sociedad.

El cúmulo de experiencia servirá a quienes ejercen la actividad reporteril y a quienes pretenden acceder a otros niveles en el periodismo: articulistas, columnistas, conductores de radio o televisión, jefes de información, directivos de comunicación tanto en el sector público como privado. Al tener más elementos de la realidad social podremos saber qué necesita y demanda la gente y así difundir correctamente los programas y políticas públicas que implementa el gobierno, o las acciones del organismo o institución para la cual laboremos, además de cumplir debidamente con los requerimientos informativos de los medios, o bien, satisfacer a nuestros lectores.

### **Sabemos trabajar, pero no cobrar**

Parece que es una cualidad, una constante, que los egresados de alguna de las escuelas o facultades de la UNAM tengamos un buen desempeño en el mercado laboral, aun cuando presentemos deficiencias o desventajas, en cuanto a práctica, frente a los de otras universidades. Un gran problema es que no sabemos darle el debido valor económico a nuestros conocimientos y habilidades.

Tal vez la trayectoria escolar de la mayoría de nosotros los egresados de la Universidad Nacional quienes generalmente provenimos de escuelas públicas de educación básica, media y luego superior, además de pertenecer a familias de nivel socioeconómico bajo o medio, vivir en colonias populares, trasladarnos en transporte público, tener dificultades económicas para adquirir los materiales escolares necesarios, nos hayan hecho audaces para sortear la adversidad y una vez en el mercado laboral, incluso en condiciones precarias, nos resulte más fácil salir adelante. Por estas razones quizá nos prefieran en los trabajos; sabemos laborar y adaptarnos a cualquier condición por adversa que sea, y cobramos barato nuestros conocimientos.

### **Pierden espacios “los pumas”**

Al trabajar en *El Universal Gráfico*, *Ovaciones*, *El Mundo del Café*, comunicación social del PRD DF, en la Comisión Nacional de los Derechos Humanos y en la Delegación Iztapalapa, me he desempeñado junto a egresados de universidades privadas (de modo) que poco a poco ganan terreno a quienes provenimos de la UNAM.

A pesar de que por muchos años los egresados de la Máxima Casa de Estudios ocupamos la mayoría de los espacios laborales en el periodismo, ahora en las redacciones y en el campo laboral se nota cada vez más la presencia de personas provenientes de diversas instituciones educativas que cursaron la “licenciatura” en esta materia. La instrucción que reciben está más enfocada a la práctica, más que a la teoría, a lo que se requiere en el campo profesional. Y en el caso de las áreas de comunicación social, prensa o relaciones públicas, ya lo decía, los fortuitos hacen periodismo sólo por intuición, como jugar al “Melate”.

Esta observación no significa descontento o discriminación hacia quienes sin ser de la UNAM buscan una oportunidad en el ámbito laboral como cualquier persona con una necesidad profesional y económica, sino la reflexión de la notable pérdida de terreno que hemos tenido los egresados de la Máxima Casa de Estudios.

Otro aspecto a considerar, es que ahora incursionan en periodismo profesionales de otras disciplinas como Sociología, Economía, Derecho, Física, Biología, Ingenierías, Medicina, Letras, en fin, prácticamente de todas las áreas de las ciencias sociales y naturales.

¿Qué sucede, entonces? Hay que hacer dos acotaciones en este problema: que muchos medios de comunicación, instituciones públicas u organismos privados contratan a especialistas para hacerse cargo de las áreas de prensa o para analizar temas que requieren de amplio conocimiento. La razón: el periodista o el reportero generalmente carece de especialización. Son pocos quienes además de ser comunicadores dominan alguna disciplina de ciencias sociales o naturales, de tal manera que transmitan el mensaje de manera correcta al público.

El otro aspecto es que al reducirse las fuentes de trabajo, profesionales ajenos al periodismo se acercan a los periódicos, radio o televisión en busca de un empleo. Consideran que es fácil dominar esa disciplina, ya que sólo es describir en el papel lo que vio, escuchó y analizó de un hecho, al menos así lo piensan. Es lógico que estos especialistas obtengan un espacio en la prensa; las empresas periodísticas deben ofrecer a su público un servicio de calidad en términos informativos, sin olvidar que (a excepción de las de carácter público) compiten a diario por obtener mayores anunciantes, audiencia y, por ende, recursos económicos.

Al laborar en *El Mundo del Café* observé que las propias directoras de este medio carecían totalmente de conocimientos periodísticos; su trabajo era la venta y el diseño gráfico. Creyeron que crear una revista del sector cafetalero enfocada al público mexicano sería una excelente fuente de ingresos, toda vez que al momento de su constitución únicamente había dos publicaciones especializadas en el tema: una de origen nacional y otra escrita en inglés que también se distribuye en México.

En *El Mundo del Café* se propuso incluir “plumas especializadas”; es decir, gente relacionada con el sector, de amplio conocimiento en la materia, aunque sin experiencia para redactar un artículo periodístico que cumpliera con las características de ser atractivo a los lectores, utilizar un lenguaje ágil y comprensible para la mayoría, lo cual resultó difícil para ellos. Sus textos eran totalmente académicos, como si sólo estuvieran dirigidos a un público especializado, cuando el objetivo era llegar a los productores, consumidores y no consumidores de café, a los industriales del ramo; en síntesis, a un público heterogéneo.

Hubo necesidad de darles –por mi parte– sentido periodístico a los escritos que aún con lo interesante que pudieran resultar, difícilmente lograrían, con un lenguaje sumamente técnico, el propósito de atrapar al lector y lograr que leyera el artículo de principio a fin, aspecto fundamental que como periodistas siempre debemos dar a nuestros textos. Lo expuesto parece indicarnos que lo difícil es estudiar cualquier carrera, pero lo más fácil es hacer periodismo.

### **Ingratitud de los medios**

Utilizo la palabra ingratitude porque quizá sea la más adecuada para definir la situación que enfrentamos en muchas de las empresas de medios de comunicación: nuestra labor no es compensable con el sueldo recibido. Sólo algunas compañías ofrecen a sus reporteros –y hago mención nada más a este nivel porque es donde he laborado en diarios y revistas– condiciones adecuadas para desempeñarse, al igual que una retribución justa.

Por ejemplo, mi salario en *El Gráfico* era de aproximadamente 3 mil 500 pesos mensuales por honorarios; cuando me otorgaron la base el sueldo disminuyó a 2 mil 400 pesos. Como reportero en la CNDH mejoró mi percepción a 7 mil pesos mensuales. En el presente Informe de Desempeño Profesional mencioné el caso de la reportera de la agencia Lemus quien percibía mil pesos al mes.

En cuanto al reconocimiento público, considero que los periodistas, y en especial quienes hemos ejercido la actividad de reportero, nos sentimos gratificados al ver nuestra firma, al saber que esa nota, reportaje o entrevista contribuyó a informar, a mejorar la sociedad, propiciar cambios positivos o ayudar a alguien que estaba en problemas, así como evitar los excesos en el ejercicio del poder, esto último tan indispensable y parte esencial de la función de los medios en la sociedad, sobre todo la mexicana.

Una experiencia que debo comentar, a fin de que las nuevas generaciones sepan valorar su trabajo, es mi paso por la revista *El Mundo del Café*, claro ejemplo de la explotación que se hace con jóvenes deseosos de emprender el vuelo en el periodismo, y también hay que decirlo, con una necesidad económica. Somos capaces de ofrecer nuestros conocimientos por una raquítica cantidad, mientras los empresarios gozan de excelentes ingresos, producto de la publicidad de importantes compañías o instituciones públicas, y aunque es su negocio y para eso han invertido su capital, justo es que la paga sea de acuerdo con el nivel de experiencia, conocimientos y calidad en el trabajo del reportero; la realidad no es así.

Los medios donde laboré me dieron satisfacciones profesionales y personales. Conocer parte del mundo del café resultó apasionante a tal grado que me he convertido en uno de los principales promotores del consumo del aromático por sus beneficios a la salud y para bien de los productores nacionales, ante la crisis tan severa que padecen.

El periodismo nos permite, como se dice comúnmente, convivir con personalidades de todos los ámbitos y con gente sencilla, humilde, de escasos recursos. Lo mismo podemos degustar los alimentos en el restaurante más lujoso, que comer unos tacos o quesadillas en plena vía pública.

Debo decirlo, aunque haya sido la compañía que me abrió las puertas en mi carrera, *El Universal* es un medio que ofrece mucho prestigio para sus reporteros; casi siempre es eso, prestigio. Al laborar en esa empresa se cree que tenemos un gran sueldo, lo que no es así, al menos eso me tocó vivir cuando estuve en el *Gráfico*. De cualquier manera tenía que invertir en imagen para tener una buena presentación, que contó mucho en los lugares que acudía y con la gente con quien me relacionaba. Es cierto ese refrán que dice: “como te ven te tratan”.

En la actualidad, los medios electrónicos como la radio y televisión, y unos cuantos impresos, proveen a sus representantes de teléfonos celulares, gastos para el auto, vehículo o al menos apoyo para taxis y tarjetas telefónicas. Algunos ejemplos en los medios nacionales son: *Formato 21*, *Reporte 98.5*, *Radio Red*, *Radio Mil*, *ACIR*, *Reforma*, *La Jornada*, *Canal 11*, *Televisa*, *Televisión Azteca*, *Cadena Tres*, principalmente.

El tema de los bajos salarios en los medios de comunicación bien merece ser un tópico exclusivo para otro trabajo de tesis o un gran reportaje. La escasa percepción es motivo, aunque no determinante, de ese cáncer que invade la sociedad: la corrupción; en el caso del periodismo, conocido como "embute", "chayo" o "chayote".

### **Especialización ¿para qué?**

¿Por qué redactamos y opinamos de temas que con frecuencia no conocemos?

También éste es un asunto en el que debemos considerar varios factores. Ahora, los medios de comunicación, ante la crisis económica por la que atraviesan, prefieren hacer más con menos recursos humanos. Esto es, recortan personal y aumentan trabajo a quienes logran subsistir a esos constantes recortes.

De esta manera, los reporteros cubren "lotes de fuentes"; es decir, un conjunto de dependencias u organismos públicos o privados. Lo mismo acuden a eventos del sector religioso que a los de tipo económico y financiero, incluso hasta policíacos, lo importante es que "no se vaya la nota", aunque esto sea en detrimento de la calidad informativa: cantidad por calidad.

Esta falta de conocimientos genera interpretaciones erróneas, mal manejo de la información que origina desinformación, lo cual es contrario al objetivo de nuestra labor: informar lo más objetivamente posible.

Son pocos los medios de comunicación que se han preocupado por especializar a sus reporteros, incluso una buena parte, si no es que todos, aprendimos el manejo informativo de las “fuentes” con la práctica cotidiana.

Las imprecisiones además restan credibilidad al medio y al reportero, sin olvidar que probablemente se hagan acreedores a una nota aclaratoria, lo que a nadie le gusta ni le conviene, y menos a las empresas periodísticas.

Como periodistas o comunicadores es indispensable mantenernos constantemente informados de todos los temas de la vida política, económica, social, cultural, científica, tecnológica y deportiva de México y el mundo, sobre todo de las “fuentes” que cubrimos.

Debemos considerar, a manera de motivación, que la especialización nos otorga más posibilidades de acceder a mejores empleos y salario, viajes por diferentes partes del país y del mundo, sufragados por la empresa o institución.

Tal es el caso de la cobertura que hice en el 2002 a la *Speciality Coffee Asociation of America*, en Anaheim, California, evento que reunió a consumidores, productores, torrefactores, exportadores y compradores de café de todas partes del mundo.

Durante esta experiencia en Estados Unidos confirmé que el dominio del idioma inglés es fundamental para el periodista. Aunque en Anaheim hay población de nacionalidad mexicana muchas de las conferencias eran en inglés y sin traducción al español. Esta situación dificultó mi labor. Cubrí las ponencias en español y otro compañero las exposiciones en inglés; cumplí con mi trabajo, aun así sentí insatisfacción. En las entrevistas recurrí al uso de intérprete; hubiera preferido tener dominio del idioma y no depender de otra persona. Actualmente estudio inglés como si fuera un principiante, a fin de comprender sus reglas gramaticales, pronunciación y así dominarlo.

A mayor número de lenguas que dominemos siempre será mejor y tendremos más herramientas, sobre todo ahora que vivimos la llamada globalización. Esto deber ser parte del proceso de profesionalización.

### **Dignificar la imagen del periodista y del egresado de la UNAM**

Existe gente que nunca en su vida ha reportado, ni siquiera cursó la carrera de periodismo ni tiene vocación para esta actividad, y ahora se erige como experta en manejo de medios, incluso en la oficina es para todos “el o la licenciada”, aunque sólo haya cursado la secundaria, el bachillerato o simplemente sea la persona que contestaba los teléfonos en un despacho, conoció de la profesión y ahora la ejerce. De éstos, hay decenas de casos.

Hoy día aún hay personas en los medios de comunicación de la llamada *vieja guardia*; es decir, aquéllas que se formaron en la práctica, adquirieron un cúmulo de experiencia y conocimientos, sin cursar la carrera de periodismo en una universidad. A diferencia de los “periodistas por casualidad”, el grupo de la *vieja guardia* sabe de la profesión, ha pasado por la labor reporteril y muchos de ellos están como directores, en jefaturas de información, son columnistas, editores, en fin, tienen los elementos y la autoridad moral y profesional.

Mi ex jefe de redacción en *El Gráfico*, Agustín Vega, es de estas personas que comenzaron como ayudantes en un periódico, y luego ascendió hasta puestos de dirección, pasando por la función de reportero, en medios impresos y electrónicos. Sus conocimientos culturales y experiencia en prensa son vastos. Domina la ortografía, redacción y sintaxis, conoce a perfección todos los procedimientos para editar un periódico, la producción en radio, además de estar sumamente informado del diario acontecer nacional e internacional.

### **Una “ayuda”, por favor**

Nos queda claro en estas páginas que para ingresar a una empresa periodística, con frecuencia, se requiere de la ayuda de alguien que labore en el sitio e interceda por nosotros para obtener el empleo, o bien, mediante el servicio social y las prácticas profesionales.

Comprobé que acudir al área de recursos humanos a solicitar trabajo es casi perder tiempo. De los lugares en los que entregué currículum, llené solicitudes e hice exámenes (*La Prensa, Novedades, El Herald, El Financiero, Reforma*) sólo en este último me llamaron meses después para acudir a entrevista de trabajo, a la que no asistí porque ya laboraba en el PRD-DF.

Ante las preguntas frecuentes que nos hacen al solicitar empleo: ¿qué sabes hacer?, ¿dónde has trabajado? La mejor respuesta es demostrar nuestra capacidad en la práctica, más que el historial académico de excelencia que hayamos logrado durante la carrera, porque es la habilidad para elaborar una nota informativa, un reportaje, entrevista, tomar fotografías o video, diseñar una estrategia de publicidad o propaganda; o bien, efectuar un análisis de contenido, lo que nos define en el mercado laboral.

En algunas empresas periodísticas se rigen bajo los conceptos de calidad y cantidad, otras más privilegian el segundo; como profesionales, debemos adoptar ambos criterios porque es lo que hará distinto nuestro desempeño al de los demás.

Esta experiencia de la que muchos carecimos al acudir a nuestra primera cita de trabajo, es posible subsanarla al incluir en los planes de estudio prácticas profesionales obligatorias desde los primeros semestres de la carrera para colaborar en la radio, televisión, periódicos, revistas, o efectuar verdaderos talleres en la universidad donde se ejerza el periodismo como en el ámbito profesional, incluido el uso de nuevas tecnologías. Este modelo desde luego no es nuevo, otras instituciones lo implementan. Es importante que las autoridades educativas retomen experiencias y adecuarlas a la disposición de recursos humanos y materiales de la FES Aragón.

Los órganos de difusión interna de la facultad también son una excelente alternativa para las prácticas que servirán de curso propedéutico a los estudiantes. Aunado a lo anterior, es importante que desde las aulas se ponga énfasis en el abanico de posibilidades que tenemos para desempeñar nuestra profesión, ya sea en áreas de publicidad y propaganda, relaciones públicas, mercadotecnia, tanto en el sector privado como público. Un rubro que se debe agregar en la instrucción académica es la comunicación organizacional.

Ello porque a pesar de que el mercado laboral es diverso para los comunicadores, nos enfocamos a trabajar en los medios y una vez que logramos entrar, vemos como única posibilidad a las oficinas de comunicación social para mejorar nuestro nivel económico y profesional.

Si bien es cierto que la experiencia y los conocimientos académicos son factores importantes para nuestro desempeño, también lo es que debemos, como egresados de la UNAM, dignificar ante la sociedad nuestra *alma mater* y a nosotros mismos como profesionales, mediante una constante renovación de los conocimientos, así como un desempeño ético. Es fundamental comprender que la responsabilidad de formarnos como profesionales no es sólo de la universidad, sino de nosotros mismos; quizá ésta es una mala concepción que tenemos al considerar que todo recibiremos en el aula.

El título profesional, aunque para muchos sólo signifique un requisito escolar porque no siempre es la llave para el trabajo, es de suma importancia para poder continuar con especializaciones, además de acceder a más y mejores oportunidades laborales, por lo que el esfuerzo bien vale la pena.

He aprendido que durante la experiencia profesional se despiertan más inquietudes de aprendizaje, que podemos cumplir con la ayuda de un superior sensible a la profesionalización y capacitación. Podremos obtener apoyo para realizar viajes, tomar cursos, diplomados, estudiar una nueva carrera, etcétera, incluso sin desembolsar recursos propios.

Además, la planta docente debe contar con trayectoria en los medios de comunicación, o en los sectores público y privado, para tener elementos suficientes que aportar a los alumnos. Hay que recordar que esta profesión va más allá de saber cuál es la estructura de una nota informativa, un reportaje, una nota de color, una crónica o la entrevista; de otra manera continuará esa enorme distancia entre el aula y el campo laboral, independientemente que el plan de estudios pretenda acortarla.

En un afán por mejorar la formación que recibimos, es fundamental que los profesores incluyan en sus materias, desde los primeros semestres, ejercicios que parecieran simples, aun que durante la actividad profesional son vitales, como saber los nombres del gabinete presidencial, gobernadores, jefes delegacionales, secretarios del gobierno del Distrito Federal, presidentes de partidos políticos; los estados que conforman la república mexicana y sus capitales, la ubicación de las dependencias federales y locales, además de geografía nacional e internacional, entre otros datos importantes. Asimismo, saber identificar los formatos de los distintos medios de comunicación y, sobre todo, su tendencia informativa.

Quien aspira a ejercer el periodismo, en cualquiera de sus modalidades, tiene que poseer un cúmulo de información, ser crítico de su entorno, observador, capaz de traducir al ciudadano común lo que sucede en su país y en el mundo en materia económica, política, deportiva, científica, tecnológica y cultural.

Como alumnos, antes de egresar debemos tener iniciativa para comenzar a conocer el ámbito laboral al cual nos enfrentaremos. El peor error que cometemos es esperar a concluir los estudios para entonces salir a la calle a tocar puertas, incluso pensamos que el título profesional será la llave mágica que las abrirá y mientras se obtiene el grado académico pasa el tiempo sin tener el mínimo acercamiento con los medios de comunicación, las oficinas de comunicación social, agencias publicitarias o despachos de consultoría.

Con más experiencia, conocimientos y habilidades podremos abrirnos paso en una de las carreras universitarias más demandadas como es el periodismo. El mercado laboral solicita recursos humanos con conocimientos de las nuevas tecnologías como el manejo de computadoras, internet, dominio de al menos un idioma adicional.

## En pro de la especialización

Una propuesta es que los medios de comunicación instruyan a sus reporteros en los sectores que cubrirán para informar, en vez de malinformar. Esta capacitación debe ser permanente, de acuerdo con los temas en boga o las necesidades del medio y de la sociedad.

No hay pretexto para que las empresas evadan esa responsabilidad. El beneficio de tener profesionales con conocimientos acorde con las necesidades de la labor que desempeñan, siempre será superior al costo de capacitación.

Los empresarios deben ser creativos para vincularse con instituciones –públicas y privadas– a fin de aprovechar sus programas de capacitación y tener mejor mano de obra en sus empleados. Si los medios de comunicación consideran un gasto y no una inversión capacitar, están en un error; ponen en riesgo su credibilidad, al igual que la calidad informativa en las páginas de los diarios y revistas, o noticiarios de radio y televisión, según sea el caso.

Es increíble que los reporteros tengan que solicitar cursos de capacitación a las dependencias u organismos que cubren, o sean éstos los promotores de la capacitación porque quizá les preocupe leer, escuchar o ver que los comunicadores carezcamos de conocimientos suficientes para manejar temas en materia legislativa, judicial, economía, derecho, entre otros. Incluso, estas instituciones lo hacen porque al haber imprecisión informativa se genera un mensaje equivocado que desinforma y, en ocasiones, provoca complicaciones; ante ello tendrán que hacer precisiones a la opinión pública.

Con conocimientos adecuados podremos tratar debidamente los temas y traducir a la sociedad los acontecimientos que afectan o benefician su vida diaria; también ascender a niveles superiores como analistas, columnistas, conducir programas especializados, o una vocería. Un funcionario de primer nivel prefiere conversar con un reportero que conoce a profundidad los temas, en vez de perder su tiempo con un inexperto que incluso puede tergiversar sus declaraciones.

## BIBLIOGRAFÍA

Aznar, Hugo, *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*, Barcelona, Ariel, 1999.

Bond, Frank Fraser, *Introducción al Periodismo: estudio del cuarto poder en todas sus formas*, México, Limusa, 1992.

Costa, Joan, *Imagen corporativa en el siglo XXI*, Buenos Aires, La Crujía, segunda edición, 2003.

De Ramón, Manuel, *10 lecciones de periodismo especializado*, Madrid, Fragua, s/f.

Filippi, Emilio, *Fundamentos del periodismo*, México, Trillas, serie: Periodismo Latinoamericano, 2003.

Flores Vivar, Jesús y Alberto Miguel Arruti, *Ciberperiodismo. Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*, México, Limusa–Noriega Editores–Ediciones 2010, s/f.

García Orosa, Luis Alberto, *Periodismo en paños menores*, México, Edamex, 1990.

Goodwin, Eugene, *A la búsqueda de una ética en el periodismo*, México, Gernika, tercera edición, 1994.

Jáquez Balderrama, José Luis, *Un artista en su medio. Visión histórica, deontológica y responsabilidad política del periodista*, Chihuahua, Instituto Estatal Electoral Chihuahua y El Heraldo de Chihuahua, 2004.

Kapuscinski, Ryszard, *Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar)*, México, Fondo de Cultura Económica, Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y Fundación Proa (colección Nuevo Periodismo), 2003.

Leñero Vicente y Carlos Marín, *Manual de periodismo*, México, Grijalbo, segunda edición, 1986.

Martínez S., José Luis, *La Vieja Guardia. Protagonistas del periodismo mexicano*, México, Plaza Janés, 2005.

Mínguez Santos, Luis, *¡Peligro! Periodistas. Un análisis crítico del oficio de informar*, España, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005.

Orive, Pedro y Concha Fagoaga, *La especialización en el periodismo*, Madrid, DOSSAT, 1974.

Ramírez, Txema, *Gabinetes de Comunicación. Funciones, disfunciones e incidencia*, Barcelona, Bosch Casa Editorial, 1995.

Ramos, Fernando, *La comunicación corporativa e institucional. De la imagen al protocolo*, España, Universitarias, 2002.

Riva Palacio, Raymundo, *La prensa de los jardines. Fortalezas y debilidades de los medios en México*; México, Plaza Janés, 2004.

Riva Palacio, Raymundo, *Más allá de los límites. Ensayos para un nuevo periodismo*, México, Fundación Manuel Buendía y Universidad Iberoamericana, segunda edición, 1998.

Rivadeneira Prada, Raúl. *Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*, México, Trillas, 1991.

Scherer García, Julio y Carlos Monsiváis, *Tiempo de saber. Prensa y poder en México*, México, Nuevo Siglo Aguilar, 2003.

Sohr, Raul, *Historia y poder de la prensa*, España, Andrés Bello, 1998.

## CIBERGRAFÍA

Baena Paz, Guillermina, 2007, "Diagnóstico y prospectiva de las carreras de comunicación", *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 105, México, julio, <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc105/manual.html>, consulta realizada el 27 de marzo de 2008.

Buendía, Manuel, 2004, "Definiciones, proceso, aplicaciones, canales e instrumentos para un manual de comunicación social", *Revista Mexicana de Comunicación*, Núm. 86, México, abril-mayo, <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc86/manual.html>, consulta realizada el 22 de octubre de 2008.

Carreño Carlón, José, 2004, "Fobaproa. Los costos de la desinformación", *Etcétera*, México, agosto, pág. 27, <http://www.etcetera.com.mx/pag27ne46.asp>, consulta realizada el 22 de octubre de 2008.

De la Rocha, Dorangélica, 2004: "No sólo exhibir datos, sino armar el rompecabezas completo ¿Periodismo de investigación o de consulta?", *Revista Mexicana de Comunicación*, Núm. 87, México, junio-julio, <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc87/consulta.html>, consulta realizada el 22 de octubre de 2008.

Escobedo, Juan Francisco, "Avance central para la democracia. Sociedad civil y Ley de acceso a la información", *Fundación Información y Democracia*, México, [www.fidac.org.mx](http://www.fidac.org.mx), consulta realizada el 8 de mayo de 2006.

Martínez, Raúl Omar, "Pinceladas en torno a Manuel Buendía. Periodista Completo", *Revista Mexicana de Comunicación*, Núm. 86, México, abril-mayo, <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc86/apuntes.html>, consulta realizada el 22 de octubre de 2008.

Pacheco, José Emilio, "Discurso del estilo. Un testamento periodístico de Manuel Buendía", *Revista Mexicana de Comunicación*, Núm. 86, abril-mayo, <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc86/testamento.html>, consulta realizada el 22 de octubre de 2008.

Trejo Delarbre, Raúl, "Periodismo de investigación", *Diario Siglo 21 de Guadalajara*, México, noviembre de 1997, <http://raultrejo.tripod.com/Articulosvarios/Periodismodeinvestigacionnov97siglo21.htm>, consulta realizada el 9 de mayo de 2006.

Trejo Delarbre, Raúl. "Desencuentro Crónico", *FIL Guadalajara*, México, [http://raultrejo.tripodo.com/ensayosmedios/Etica%20y%20periodismo\(FILGuadalajara...\)](http://raultrejo.tripodo.com/ensayosmedios/Etica%20y%20periodismo(FILGuadalajara...)), consulta realizada el 8 de mayo de 2006.

Velázquez, Luis, 2004, "El periodismo de investigación, avasallado por la dinámica cotidiana. Periodismo de Investigación versus diarismo", *Revista Mexicana de Comunicación en línea*, Núm. 87, México, junio-julio, <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc87/investigación.html>, consulta realizada el 22 de octubre de 2008.

## DOCUMENTO

Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Distrito Federal, México, Instituto de Acceso a la Información Pública del Distrito Federal, diciembre de 2005.