

**DOCTORADO INTERNACIONAL EN COMUNICACIÓN Y CULTURA
EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN**



**Presentado al Departamento de Periodismo II de la Universidad
de Sevilla en cumplimiento de los requisitos para la obtención del**

DOCTORADO:

**EL PODER MEDIÁTICO AL SERVICIO GUBERNAMENTAL,
VERSUS MEDIOS AUDIOVISUALES**

Por:

**Alberto Joaquín Pacheco Castro
Departamento de Periodismo II
Facultad de Comunicación
Universidad de Sevilla**

Directora:

**Pastora Moreno Espinosa
Departamento de Periodismo II
Universidad de Sevilla
España**

Sevilla, Año 2015



Fig.1 La prensa en Quintana Roo.

A la unión y fuerza de mi sangre:

Atir, Joaquín, Frida, Esteban.

Al amor, gracias Martha.

CONTENIDO

PARTE I. DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1. Antecedente, Planteamiento del problema, Justificación-----	10
2. Objetivos-----	16
2.1 Pregunta de Investigación-----	16
2.2 Hipótesis-----	17
2.3 Metodología -----	19

PARTE II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA-CIENTÍFICA

3. Marco teórico y conceptual-----	22
3.1 Comunicación política-----	22
3.2 Persuasión-----	35
3.3 Opinión pública-----	41
3.4 Deontología-----	63
3.5 Lenguaje periodístico-----	76
4. Política Pública-----	80

4.1 De la ciencia de políticas al análisis de políticas---	91
4.2 Análisis de las políticas públicas-----	95
4.3 La formulación de la política pública-----	106
4.4 La formación de la agenda como proceso decisional -----	114
4.5 Arenas de poder: un esquema interpretativo para los estudios de caso-----	118

PARTE III. LA VINCULACIÓN POLÍTICA Y ECONÓMICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON LOS GRUPOS DEL PODER

5. Antecedentes de la relación entre la información y el poder-----	122
5.1 Joseph Goebbles y el control de medios-----	125
5.2 Algunos episodios de poder y medios de comunicación en la España de Franco-----	134
5.3 Poder e información en América Latina (primeros periódicos-----	144
5.4 Control y periodismo en México durante la guerra de	

independencia-----	146
5.5 El periodismo durante la dictadura: Porfirio Díaz----- -----	152
5.6 La revolución un intento fallido de libertad de prensa-- -----	158
5.7 Lázaro Cárdenas-----	163
5.8 Relación PRI y medios entre 1940-1976-----	167
5.9 De López Portillo a Fox: intento de libertad de expresión-----	190

**PARTE IV. LOS MEDIOS AUDIOVISUALES (RADIO,
TELEVISIÓN), INSTRUMENTO DE GOBERNABILIDAD
Y COMUNICACIÓN POLÍTICA**

6. Comunicación y poder-----	197
6.1 La radio-----	223
6.2 La televisión-----	254
6.3 Legislación actual y marco jurídico en México----	278
6.4 Nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión-----	284

PARTE V. ESTRUCTURA MEDIÁTICA EN QUINTANA ROO

7. Estado con hegemonía priista hasta el año 2002-----	305
7.1 Participación Ciudadana-----	313
7.2 Partidos políticos-----	328
7.3 Democracia electoral-----	342
7.4 Influencia mediática-----	360
7.5 Nueva clase política: clase política fragmentada-----	436

PARTE VI. MEDIOS DE SERVICIO PÚBLICO. EL SISTEMA QUINTANARROENSE DE COMUNICACIÓN SOCIAL (SQCS), UN ESTUDIO DE CASO

8. La razón de ser de la televisión y de la radio pública es el servicio público auténtico-----	449
8.1 Sociedad de masa-----	461
8.2 Propaganda-----	465
8.3 Medios de servicio público, medios gubernamentales	

en México y el mundo-----469

8.4 Los medios privados: un poder sin contrapeso----478

8.5 Las funciones gubernamentales que realiza el
Sistema Quintanarroense de Comunicación Social
(SQCS)-----483

PARTE VII. CONCLUSIONES

Conclusiones-----494

PARTE VIII. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía-----501

PARTE IX. FUENTES DOCUMENTALES

Anexos históricos, legislativos y políticos-----513

Figuras y cuadros-----546

**PARTE I. DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE
ESTUDIO**

DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO:

1. Antecedente, planteamiento del problema y justificación

La estructura mediática actual en el mundo y en México –que resulta ser un paradigma mundial- está significando la degradación del periodismo ya que el buen periodista, si desea llevar a cabo un quehacer vivo, vaya por donde vaya en su trabajo acaba tropezando con un poder estructural que limita su labor porque se encuentra directa e indirectamente vinculado accionariamente con el medio de comunicación en el que el profesional desempeña su actividad¹.

El periodismo actual peca de oficial y de oficioso, de cómodo, debido a que no puede ser de otra manera, no es realmente libre si detrás respira una telaraña como la que la profesora Rosalba Mancinas retrata en algunos pasajes de su obra *“El poder mediático en México. Relaciones entre economía, política y medios de comunicación”*².

En este contexto se circunscribe la Tesis Doctoral titulada *“El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus medios audiovisuales”*.

Una investigación que desarrollará el papel que juegan con el poder político los medios de comunicación oficial, los medios privados que están a su servicio oficioso, y la dificultad que enfrenta el escaso y devaluado periodismo independiente.

1. REIG, Ramón. *Dioses y diablos mediáticos. Cómo manipula el poder a través de los medios de comunicación*, Urano, colección Tendencias, Barcelona, 2004.

2. MANCINAS CHÁVEZ, Rosalba. *El poder mediático en México. Relaciones entre economía, política y medios de comunicación*. Sevilla: Ámbitos para la comunicación. 2008. p.183–184.

Por iniciativa del titular del Poder Ejecutivo del estado de Quintana Roo, Pedro Joaquín Coldwell, el Poder Legislativo decretó el 29 de enero de 1985 la creación del *Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS)* como un organismo descentralizado del Gobierno del Estado. Con lo que se puso a la vanguardia a la joven entidad al formular la primera política pública de comunicación con el fin de apoyar a la democracia, consolidar la soberanía, respaldar la interacción nacional, regional y estatal, así como la promoción del desarrollo social, tal como establece el decreto³ correspondiente.

Para entonces, sólo se editaba un medio privado, el periódico *Novedades de Quintana Roo*, que nació con el Estado en 1970, de origen yucateco y de perfil empresarial, con una fuerte influencia en la geografía estatal; llegó a vender a finales de la década de los ochentas más de 30 mil ejemplares con una población que fluctuaba en los 500 mil habitantes. Su verdad era casi absoluta, e influía de manera determinante en la vida pública y política de la incipiente entidad federativa de gran vocación turística.

La orientación popular que en su momento se dio al pretendido medio de servicio público (Radio y Televisión), sirvió al poder gubernamental para contrarrestar la hegemonía del periódico en mención.

Al tiempo que la creación del *Sistema Quintanarroense de Comunicación Social* respondió con grandes expectativas al crecimiento y desarrollo del Estado, fue generador de las primeras generaciones de periodistas y comunicadores (egresados

3. DECRETO de Creación del *Sistema Quintanarroense de Comunicación Social*. 29 de enero de 1985. Poder Legislativo, Chetumal, Quintana Roo. Anexo 3.

universitarios) que llegaron de otras partes de México en busca de empleo; empero, a la fecha, a lo largo de 29 años, el SQCS se alejó de los principios fundamentales que le dieron origen.

El objeto percibido indica que el manejo discrecional de los gobiernos estatales en turno ha sido la principal causa no sólo de la distancia que tomó el *Sistema Quintanarroense de Comunicación Social* (SQCS) con el espíritu de su Decreto de creación, sino que le restó la oportunidad de consolidarse como un medio de servicio público⁴; aunque se reconocen problemas de formulación desde la constitución de la política pública.

Con la proliferación de medios de comunicación privados en Quintana Roo, en la última década, con el apoyo político y económico del grupo gobernante; el ejercicio periodístico en sus diversas modalidades ha caído en una devaluación profesional con la que disminuyó su compromiso social, canceló su influencia en la vida pública y política, y su contribución a la democracia⁵.

Al 2014, suman 13 los periódicos que se editan diario en la entidad; 4 televisoras de señal abierta; los sistemas de televisión por Cable y Sky; y 8 radiodifusoras privadas. Una intensa actividad en internet y en las redes sociales. Más Radio Ayuntamiento Benito Juárez en Cancún, otra expresión que se debate entre ser un medio de servicio público o un medio de comunicación gubernamental.

4- Berlín Villafaña, Irving, (1998). *Radio: Los medios de servicio público, América y Europa. Apuntes para un diagnóstico*. Revista Latina de Comunicación Social, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/67rv.htm>

5 PACHECO, Joaquín. *Quintana Roo, último bastión del PRI. ¿2005 gobierno de oposición?* Editorial San Roque, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Edición independiente, (2004).

De tal manera que, el campo de estudio elegido es en lo general la estructura mediática en Quintana Roo y su servicio al poder gubernamental, y en específico los medios audiovisuales los que por su fuerte penetración son el principal instrumento en la estrategia del gobierno para su gobernabilidad, en medio de un periodismo oficial y oficioso de los medios escritos que se reduce a la consignación de la acción y obra de gobierno del momento.

En este esquema, la radio es el principal bastión político mediático de la autoridad gubernamental en Quintana Roo. Se requiere la formulación de una adecuada política pública para un auténtico medio de servicio público, y garantizar el desempeño independiente de la radio privada; y para ello, se deben respetar las figuras legales de permisionario y de concesionario de acuerdo a la *Ley mexicana de Radio y Televisión*.⁶

Se tomará como contexto social y de la comunicación, que la radio está sufriendo hoy numerosos cambios, como advierte la Doctora Pastora Moreno Espinosa en su libro *Géneros Periodísticos en Radio: Técnicas de Redacción y Estilo*, en el que repasa que “sea como fuera, la radio continúa siendo uno de los medios insustituibles en la vida cotidiana de muchas personas”.

“Hoy día hablar sobre el futuro de la radio plantea numerosos problemas. En primer lugar, porque va a ser en el terreno de los usos sociales y no en el de los descubrimientos donde se introduzcan auténticas innovaciones. En segundo lugar, porque las utilidades de

6. *Ley Federal de Radio y Televisión en México*.

un medio, su mismo funcionamiento y su existencia, no pueden ser observados como hechos aislados, sino en estrecha relación, en lo que Abraham Moles ha definido como ecología comunicativa: todos los medios relacionados entre sí y con sus usuarios, con la sociedad en la que se desarrollan y que los usa”.

Abunda la investigadora que: “Esto hace que numerosos profesionales se planteen como uno de los objetivos de la radio lograr una mayor autonomía de las emisoras locales, tendiendo hacia una descentralización en la programación, al tiempo que se fomente la Información regional. Además consideran que el medio radiofónico está en crisis, en estado de cambio y debe orientar su rumbo haciendo mayor hincapié en la inversión empresarial y en la búsqueda de nuevas fórmulas como es la especialización por contenidos”.⁷

Pastora Moreno, con una precisa fundamentación teórica-científica defiende que estos cambios deben estar amparados en una mayor dignificación profesional: una mejor formación de los profesionales y una mayor remuneración que evite su manipulación por parte de los poderes fácticos de la sociedad. Por otro lado, la radio debe saber qué cantidad de oyentes tiene, quiénes son y cuáles son sus gustos. Es decir, la adecuación de los contenidos de los medios de comunicación a las tendencias o hechos que la realidad social demanda. También plantea como la tendencia más urgente la de separar los contenidos informativos de los de opinión y de los publicitarios.

7• Moreno Espinosa, Pastora. *Géneros periodísticos en radio: técnicas de redacción y estilo*. Equipo de Investigación en Géneros Audiovisuales e Imágenes. Colección Mass-Media, núm. 1. Universidad de Sevilla. 2012.

En otro orden, los medios de servicio público "buscan que la misma libertad de expresión y de prensa que gozan los medios privados de comunicación y los grupos dominantes la gocen también todos los grupos sociales, especialmente aquellos a los cuales se dirigen los esfuerzos gubernamentales para redimirlos de su perenne atraso y pobreza". Estos no tienen los medios adecuados para expresarse, por lo que la libertad de prensa tiene que ser rescatada de su formalismo excluyente, para darle una dimensión verdaderamente democrática, asegura el investigador Irving Berlín Villafaña en la *Revista Latina de Comunicación* en su artículo titulado *Radio: Los medios de servicio público. América y Europa. Apuntes para un diagnóstico*.

La función de tales medios estatales "sólo debe y puede ser complementaria o supletoria de las actividades de los medios privados y de ninguna manera deberían perseguir finalidades competitivas en el sentido económico. Este postulado no sólo coincide netamente con el concepto de su funcionalidad cultural y educativa, sino que resulta totalmente viable en cuanto a las modalidades de su funcionamiento". No deben transmitir anuncios comerciales, sino financiarse por anuncios de servicio público, municipales o estatales. Una política nacional de comunicación inspirada en principios democráticos debe, por lo tanto, cuidar muy bien la conveniencia de salvaguardar una clara división funcional entre los medios privados comerciales y los medios educativos y culturales del Estado.

Esta tesis doctoral, titulada “El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, *versus* medios audiovisuales”: se propone con el uso de las herramientas metodológicas y un adecuado marco teórico y conceptual, plantear y comprobar que la estructura mediática en Quintana Roo está infiltrada por el poder político y sus intereses económicos; que con ello el periodismo y la comunicación tienen un ejercicio oficial y oficioso en franca devaluación y corrupción; y que el principal instrumento de la autoridad gubernamental son los medios audiovisuales, en específico la radio. En tanto el escaso periodismo y comunicación independiente es intimidado y reprimido en sus diversas modalidades desde el poder político.⁸

2. Objetivos

- Revisar la estructura mediática en Quintana Roo y su vinculación política y económica con los grupos de poder.
- Analizar la utilización de los medios audiovisuales como principal instrumento de gobernabilidad y comunicación política del gobierno estatal.

2.1 Pregunta de investigación

¿Está el poder mediático al servicio gubernamental en Quintana Roo, y su principal instrumento son los medios audiovisuales?

8. Parte V. Estructura mediática en Quintana Roo. Tesis: *El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus medios audiovisuales*

2.2 Hipótesis

El poder mediático en Quintana Roo está al servicio gubernamental, el principal instrumento son los medios audiovisuales por su penetración social, en especial la radio. El control político y sus intereses económicos se han extendido a los medios privados, los que en suma con los medios del Estado, han sumido en la devaluación profesional y la corrupción al ejercicio del periodismo y la comunicación. Las expresiones independientes son escasas, perseguidas y reprimidas.

El objeto percibido en esta hipótesis es que los medios de comunicación privados han sido controlados por el poder gubernamental a través de diversos negocios de alta rentabilidad, o en su caso con amplios y fijos subsidios para su manutención; al tiempo que la radio y televisión oficial han sido reducidas a medios de difusión gubernamental y comunicación política, restándoles su carácter de medios de servicio público.

En este contexto, se establece que la falta de formulación de una adecuada política pública para el manejo del *Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS)*, no le ha permitido que funcione como un medio de servicio público. Todo ello se debe a que desde su creación, los diversos gobiernos constitucionales no lo dejaron tener una correcta funcionalidad.

El Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) se alejó de acuerdo a su Decreto de creación de su función social de educar, fomentar la cultura, entretener, de preservar la identidad del Quintanarroense en el marco de una fuerte dinámica poblacional, y de

garantizar la difusión del pensamiento y expresión plural de la sociedad.

La radio y la televisión oficial han tenido dos coyunturas trascendentes en la vida pública y política de Quintana Roo: la primera, como instrumento gubernamental para contrarrestar la hegemonía, penetración y credibilidad del entonces único periódico en la entidad (*Novedades de Quintana Roo*); la segunda, como eje rector actual de la comunicación política para la gobernabilidad.

Hay que considerar que las hipótesis factuales son conjeturas formuladas para dar razón de hechos, sean éstos ya conocidos por experiencia o no lo sean.

En las ciencias se imponen tres requisitos principales a la formulación (que no es sin más la aceptación) de las hipótesis: la hipótesis tiene que ser bien formada (formalmente correctas) y significativa (no vacía semánticamente); la hipótesis tiene que estar fundada en alguna medida en conocimiento previo; y si es completamente nueva desde ese punto de vista, tiene que ser compatible con el cuerpo de conocimiento científico; la hipótesis tiene que ser empíricamente contrastante mediante los procedimientos objetivos de la ciencia, o sea, su comparación con los datos empíricos controlados a su vez por técnicas y teorías científicas.

Estos requisitos son necesarios y suficientes para considerar que una hipótesis es científica, independientemente de que la conjetura sea realmente verdadera o no lo sea; o sea: son condiciones que tienen que satisfacer la formulación de las hipótesis científicas. Por lo demás, esos tres requisitos no son independientes unos de otros.

El académico Luis Alfonso Ramírez Carrillo concreta a propósito de los criterios y fundamentos de la investigación científica, que “este era el alcance de lo que los Romanos entendieron por *scientia*”. Si somos científicos intentaremos explicar esa mera descripción arriesgando hipótesis que sean lógicamente consistentes, científicamente fundadas y empíricamente contrastables”.

2.3 Metodología

La investigación es retrospectiva (del efecto a la causa) y transversal (en determinado tiempo o punto del tiempo).

Se analizará la estructura mediática en Quintana Roo y su vinculación política y económica con los grupos de poder; la utilización de los medios audiovisuales como principal instrumento de gobernabilidad y comunicación política del gobierno estatal; la devaluación profesional y la corrupción en el periodismo, en relación al control oficial de los medios de comunicación; y la situación que guardan el periodismo y la comunicación independiente.⁹

Se evaluará la formulación de la política pública de creación del *Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS)*, con la revisión del Decreto correspondiente y de las políticas gubernamentales. Se aplicarán entrevistas a quienes han dirigido el medio de comunicación, y se revisará la programación.¹⁰

Se asume que, el método científico es la estructura formal del conocimiento, es la manera de tratar y resolver los problemas. Si el

9. Weber Max. *Sociología del poder: los tipos de dominación*, Alianza (2012). ISBN 978-84-206-6947-2 *Conceptos sociológicos fundamentales*, Alianza (2010). ISBN 978-84-206-6002-8

10. Durkheim Émile. *Las reglas del método sociológico* (1985). Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1997. “*El Suicidio*” (1897). Losada/Argentina, 2004. 447 págs.

objetivo de la ciencia es, entre otros, aumentar y profundizar el conocimiento, el método científico es la manera de proceder de ella; es la estrategia de la investigación científica.

En materia de ciencias sociales, el método comparativo es el más adecuado para ordenar el conocimiento, entre sus características pueden destacarse como esenciales: que se basa en la lógica, y no en las estadísticas, puesto que atiende a las similitudes y diferencias entre los casos estudiados; que utiliza la lógica inductiva, lo que le permite utilizar las diversas metodologías y técnicas de investigación social disponibles en las ciencias sociales; y que es un recurso para descubrir relaciones empíricas entre variables, no para medirlas.

Así, su núcleo básico consiste en utilizar la comparación para conocer las circunstancias en que varía un fenómeno concreto, de tal manera que puedan eliminarse o controlarse variables y con ello estimar lo que es constante (los tipos ideales de M. Weber es el mejor ejemplo metodológico) o pretendidamente universal (el paradigma de este procedimiento es el estructuralismo) o por el contrario, para conocer las causas de la variación (tal y como lo usaron los clásicos de la sociología y como más se utiliza en la actualidad).

Dos son las estrategias que básicamente se siguen: los estudios de caso, con cuyo cotejo se llega a generalizaciones (el modelo son los estudios de sociología histórica de Weber); y los estudios de variable que comprueban hipótesis sobre las distintas relaciones establecidas entre los diversos factores sociales (*Las reglas del método sociológico*, 1895, y *El suicidio*, 1897, de E. Durkheim, constituyen los patrones más clásicos).

PARTE II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA- CIENTÍFICA

3. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

A partir de que este proyecto de tesis doctoral, establece que el poder mediático en Quintana Roo está al servicio gubernamental, y que los medios audiovisuales son su principal instrumento político; con la bibliografía propuesta y demás fuentes documentales se abordarán las teorías de diversos autores en materia de política pública, estudios de caso, agenda pública, medios de servicio público y gubernamentales, medios de comunicación privados, filosofía de la comunicación, comunicación política, comunicación social, relación entre política y medios, poder mediático, modelos de la comunicación, géneros periodísticos, legislación en Radio y Televisión, libertad de expresión, y derecho a la información.

3.1 Comunicación política

Definición y conceptos básicos

Platón manifestó en materia política que la forma en la que debía gobernarse un pueblo era a través de la observación de la realidad y la puesta a prueba de cambios y mejoras idealistas y que dicho trabajo debía estar a cargo de los seres más sabios de esa sociedad. Conceptos que en la modernidad se han invertido, ni se observa la realidad ni se toman las decisiones con base en las mejores ideas, y cada vez nos gobiernan los más ignorantes e incultos, los más carentes de honestidad y ética, verbigracia en México y en particular en el estado de Quintana Roo, materia de este trabajo de investigación.

Argumentó que todos los sistemas políticos son corruptos por naturaleza y que el gobierno debía recaer en una clase educada para esa actividad.

Aristóteles propuso un enfoque científico de la política, donde el análisis social se hiciera tomando en cuenta elementos psicológicos, culturales y sociales y estableciendo relaciones de causa y efecto. Manifestaba la necesidad de crear una clase media que atenuase la brecha existente entre los más ricos y los más pobres.

“La política es intrínseca a la naturaleza del hombre, que es necesaria para vivir en plenitud moral y que toda forma de gobierno puede tener una vertiente correcta y otra incorrecta”. En este sentido, hemos dejado de ver las vertientes correctas de los gobiernos, han predominado las vertientes incorrectas que ponderan la corrupción en todos sus niveles y que incluso han trascendido a la denominada clase media, por lo que en sociedades como en México y en especial en Quintana Roo no hay equilibrios al poder político y económico.

Entre autores más contemporáneos, Arendt indica que “la política es una necesidad ineludible para la vida humana, tanto individual como social. Puesto que el hombre no es autárquico, sino que depende en su existencia de otros, el cuidado de ésta debe concernir a todos, sin lo cual la convivencia sería imposible. Misión y fin de la política es asegurar la vida en el sentido más amplio.” **(Arendt, 1997, 67)**

Para Gramsci “existen gobernados y gobernantes, dirigentes y dirigidos. Toda la ciencia y el arte político se basa en este hecho primordial, irreductible.” **(Gramsci, 2009, 95)** Weber anota que “la política es la dirección o la influencia sobre la dirección de una

asociación política, es decir en nuestro tiempo, de un Estado.” **(Weber, 1984, 25)** Para Schmitt “es sólo un conjunto de hombres que combate, al menos virtualmente, o sobre una posibilidad real y que se contraponen a otro agrupamiento humano del mismo género”. **(Schmitt, 1985, 23)** Empero, sobre las concepciones de los autores clásicos, que no se contraponen más bien se complementan, el problema de fondo en la praxis política es la falta de compromiso de sus actores para procurar el bienestar común en cualquiera de sus modalidades.

Mientras que “el proceso de comunicación es la base de todo lo que llamamos *social* en el funcionamiento del organismo viviente. En el hombre resulta decisivo para el desarrollo del individuo, para la formación y existencia ininterrumpida de grupos y para sus relaciones”. **(Hartley & Hartley 1961, 18 Apud, Blake & Haroldsen)**

Y en su interrelación con la política, “la comunicación es la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, etc., mediante símbolos; palabras, imágenes, cifras, gráficos, etcétera. El *acto* o *proceso* de transmisión en lo que, habitualmente, se llama comunicación”. **(Berelson y Steiner, 1964, 527 Apud, Blake & Haroldsen)**

“La comunicación humana es un conjunto sutil e ingenioso de procesos. Siempre está preñada de mil ingredientes –señales, códigos, significados- por más simple que sea el mensaje o la transacción [...] Siempre que la gente interactúa, se comunica... cuando las personas se controlan recíprocamente, lo hacen en primer lugar mediante la comunicación”. **(Smith, 1966, 18 Apud, Blake & Haroldsen)**

Comunicación política

Norris define que “la comunicación política es toda actividad organizada, dirigida a transmitir un mensaje que permita llegar a los electores con el fin de influir sobre ellos buscando persuadirlos, orientarlos, educarlos e informarlos”. Abunda que la comunicación política es un proceso interactivo que involucra la transmisión de información entre políticos, medios de comunicación y votantes.

(Norris, 2002: 127)

En las funciones de la comunicación política en las campañas electorales destaca: Dar a conocer o aumentar el conocimiento del candidato, difundir los temas de campaña, y una vez que el electorado sabe que tal persona es candidata, hay que difundir sus cualidades.

“Generar interés en el candidato; construir el reconocimiento de su nombre; crear, ablandar o redefinir su imagen; proveer motivación para apoyar a un postulante; reforzar el apoyo; influir sobre los indecisos;

Enmarcar los temas para el debate público o demostrar los talentos del aspirante a un cargo”. **(Denton Jr. y Woodward, 1998)**

Difundir los temas de campaña

“Se trata de publicidad electoral televisiva (medios de comunicación), y eso lo torna diferente a otras modalidades de publicidad política. Se definen conceptualmente como mensajes políticos de campaña, persuasivos, contruidos por los propios partidos y no mediatizados por los medios de comunicación.” **(Kaid, 1999: 423)**

Las características del mensaje

El control total del mensaje y el uso de canales de comunicación de masas para su distribución. La capacidad para controlar por completo el mensaje ofrecido a la audiencia es una de sus principales ventajas. El contenido de los debates o discursos, están sujetas a la interpretación y filtrado que realizan quienes presentan las noticias u otros participantes del proceso político. (Es importante construir un buen mensaje).

Entre las funciones básicas destacan resaltar las credenciales de un candidato como funcionario; degradar las credenciales del oponente como funcionario público indeseable (expresiones negativas o ataques); responder a los ataques (defensas).

Asimismo hay que difundir sus cualidades: Desarrollar el reconocimiento del nombre o a presentar rasgos biográficos; dar a conocer que las cualidades son del candidato, son la de un “hombre común” y los más característicos al de los votantes.

En materia de legitimación, información y persuasión, “Informar es proporcionar noticias, y esto incluye noticias sobre nociones [...] las informaciones constituirán una opinión pública sobre problemas públicos, sobre problemas de interés público”. **(Sartori, 2010: 87-88)**

Sobre la sub-información, el autor especifica: “Entendido como una información totalmente insuficiente que empobrece demasiado la noticia que da, o bien el hecho de informar, la pura y simplemente eliminación de 9 de cada 10 noticias existentes”. En materia de desinformación, advierte: “Una distorsión de la información: dar noticias falsas que inducen al engaño al que las escucha”.

Persuasión

La persuasión aplicada a la comunicación política es una herramienta básica para lograr un cambio de conducta (ajena) que favorezca el objetivo del persuasor (candidato).

“La persuasión no es, como muchos piensan, una actividad relativa a los carentes de ética, sino que se sitúa como una forma de comunicación en la que participa toda persona que entra en relación con los demás, en un marco social en el que todos diferimos de nuestros objetivos y en los instrumentos utilizados para conseguirlos. Por este motivo, entramos frecuentemente en conflicto y es allí donde entra en juego la persuasión como forma consciente de comunicación que intentará convencer al ofensor para que redefina su objetivo o modifique los medios para lograrlo”.

Las bases de la persuasión: “Actividad consciente (persuasor), diseñando discursos con un determinado objetivo para las diferentes audiencias; estar basado en el contexto social (para la creación de mensajes); plasmar y expresar a través de elementos racionales elementos que pueden ser captados adecuadamente por el receptor sobre la misma. (¡Hay que conocer al persuadido!)”. **Katlen Reardon (1981)**

En este contexto conceptual adquiere significado la *Teoría de la aguja hipodérmica*: “El principal elemento de la Teoría Hipodérmica es en efecto la presencia explícita de una *teoría* de la sociedad de masas [...] También podría describirse el modelo hipodérmico como una teoría de y sobre la propaganda”. **(Wolf, 1987: 23)**

Y en relación a la “sociedad de masas” se supone que “los individuos están en una situación de aislamiento psicológico frente a los demás; la impersonalidad prevalece en sus intenciones con los otros; los individuos están relativamente libres de las exigencias planteadas por obligaciones sociales e informales vinculantes”. (De Fleur L., M., & Ball-Rokeach J., S, 1985: 211)

Al repasar el *Modelo Comunicativo de la Teoría Hipodérmica*, la esencia es el “estímulo-respuesta, las unidades naturales con cuyos términos puede ser descrito el comportamiento”. Reinención del modelo: Causa (es decir, el estímulo) (procesos psicológicos que intervienen); efecto (es decir, la respuesta). **Robert K. Merton**

El modelo de Lasswell y la superación de la teoría hipodérmica

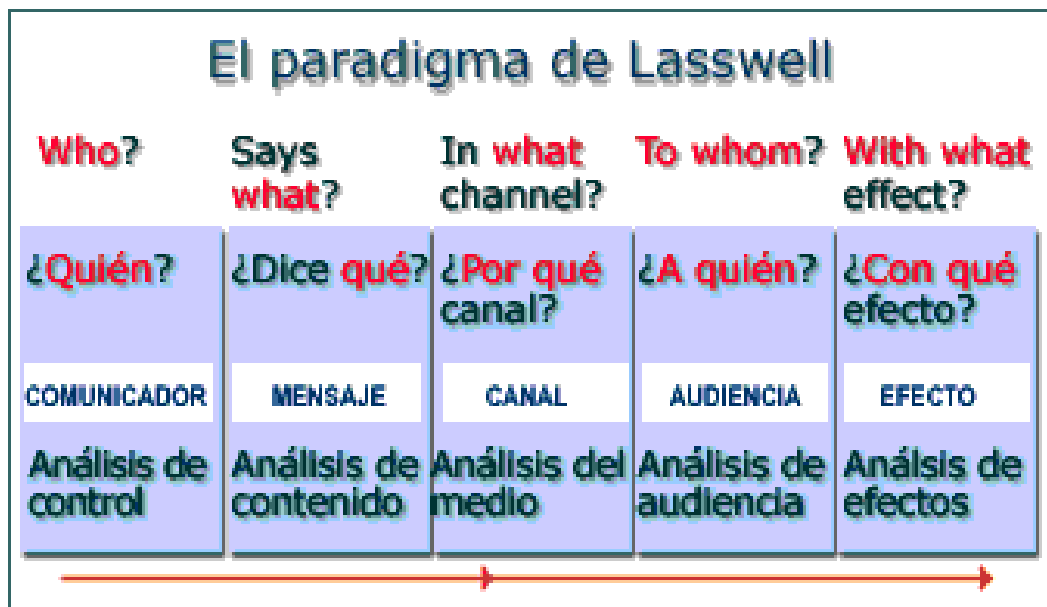


Fig. 2 El paradigma de Lasswell.

De las premisas importantes sobre los procesos de comunicación de Lasswell: “Los procesos son exclusivamente asimétricos, con un

emisor activo que produce el estímulo y una masa pasiva de destinatarios que, *atacada* por el estímulo, reacciona. La comunicación es intencional y tiende a un fin, a obtener un cierto efecto, observable y medible en cuanto da lugar a un comportamiento de alguna forma relacionable con dicha finalidad. Los papeles del comunicador y destinatario aparecen aislados, independientes de las relaciones sociales, situacionales, culturales en las que se producen los procesos comunicativos”. **(Wolf, 1987: 31-32)** Por añadidura, está implícito en el modelo de Lasswell que no se registra una persuasión ética en los procesos de comunicación (sobre todo en materia política), por lo que no se genera una auténtica opinión pública, por el contrario se consigue manipular a la audiencia según los intereses.

Paul Felix Lazarsfeld se refiere a los primeros estudios empíricos.

People's Choice (1941). Este estudio se centra en un panel establecido sobre 600 representantes del condado de Erie, Ohio, a quienes se cuestionó periódicamente hasta la fecha de elecciones.

“Los logros inmediatos fueron analizar la formación y cambio de actitud en un periodo de propaganda y elecciones. Los efectos de la información de la prensa norteamericana. Se llegó a la conclusión de que la decisión del voto, más que ser un resultado de la influencia puntual del mensaje, es el resultado de una experiencia de grupo. Se conoció la función de los mensajes políticos. Y se puso en crisis la vieja creencia *conductista* de la omnipotencia de los medios masivos”.

(Moragas, 1981: 45, 46,47)

“Los medios de comunicación social tienen entre sus principales funciones la de conferir status social a sus protagonistas. La sociedad, su statu quo, precisa la existencia de personas, instituciones, problemas... [...] La comunicación de masas es el instrumento indispensable para estabilizar y dar cohesión a esta jerarquización. Los medios de comunicación masiva tienen la función de imponer normas sociales. La narcotización, los medios son responsables de la existencia de una gran masa de la población políticamente inerte y amorfa”. (Moragas, 1981: 50-51)

Comunicación Política en el siglo XXI



Fig. 3 La campaña de Obama.

La comunicación política es hoy día una de las áreas probablemente con más fuerza dentro de las ciencias de la comunicación, puntualiza

el catedrático mexicano **Francisco Javier Serrano Bosquet**¹¹ colaborador del Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, en la publicación *Comunicación y Sociedad*.

Al presentar el libro *Comunicación política y ciudadanía*, aportaciones actuales al estudio de la comunicación política: una compilación interinstitucional que coordinó Carlos Muñiz¹²; especifica que la obra en primer lugar aporta los trabajos más teóricos, como el de María de la Luz Casas y aquellos con los que se intenta mostrar las relaciones que, históricamente, se han dado entre el poder político y los medios de comunicación.

En el prólogo de **José Luis Dader**, catedrático de periodismo y especialista en comunicación de la Universidad Complutense de Madrid, introduce de manera muy clara y resumida a profanos y especialistas en el complicado debate existente en torno a la naturaleza y esencia de la comunicación política, en el entendido que ésta es mucho más que la mera suma de disciplinas.

Su origen y naturaleza relacional hacen posible, por no decir que obligan, a ir más allá de los clásicos análisis filosóficos, sociológicos, jurídicos o éticos que, de manera recurrente, se han llevado a cabo sobre la política. Un fenómeno éste, el de la política, cada vez más complejo y complicado que precisa ser examinado desde nuevas ópticas y perspectivas. Máxime, cuando aparece el tema de la comunicación.

11. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México

12. MUÑIZ, C. (Coord.). (2011) *Comunicación, política y ciudadanía. Aportaciones actuales al estudio de la comunicación política*. México: Fontamara, 310pp.

La comunicación no viene a sumarse –como se pone de manifiesto a lo largo de esta obra-, a ser un elemento más de la política; su presencia e influencia ha llegado incluso a transformar esta hasta el grado de controlarla y dirigirla (p.8). Transformación que, como señala María de la Luz Casas en el capítulo IV, no podía no darse, después de ver cómo “las nuevas tecnologías de la información y comunicación han venido transformando todo” (p.79), desde la forma de trabajar y estudiar, hasta la manera en que nos relacionamos.

Las transformaciones que observamos en el mundo de la política y la forma en la que ahora entendemos la democracia son, en buena medida, fruto de los medios de comunicación. Medios que, como puntualiza Francisco Javier Martínez en el capítulo VII, han recibido tradicionalmente en México un trato muy distinto al que han recibido el resto de los mexicanos, alcanzando gracias a ello una enorme influencia y poder capaz de desestabilizar e influir en la vida política, social y cultural del país (p. 175).

Ejemplo de ello, es el trabajo de José Carlos Lozano, Carlos Muñiz y Citlali Sánchez, quienes llevan a cabo una investigación, análisis y evaluación “del papel desempeñado por los principales noticieros nacionales de televisión en la cobertura de la campaña presidencial de 2006” (p.156).

De ahí, que coincidan en que “Atendiendo al componente comunicacional, al papel que están jugando los medios de comunicación de masas y globales, los modos y las técnicas de persuasión, las estrategias y tácticas del encuadre psico-cognitivo de

los asuntos públicos...[para]...poder explicar las grandes categorías de la distribución del poder y el conflicto, la toma de decisiones, la evolución de los regímenes políticos y el resto de los componentes de los fenómenos políticos (pp88-9).

Es ante la imposibilidad (o inapetencia) de las disciplinas tradicionales para hacerse cargo desde dentro de estas cuestiones, que nace la comunicación política como área con entidad propia. Un campos que estudia de manera rigurosa y sistemática “la producción, difusión e intercambio de símbolos y representaciones cognitivas acerca de la política, con la consiguiente generación de percepciones y reacciones sobre esa política” (p.9).

Para ello, se insiste, es necesario distinguir entre “símbolos” y “representaciones cognitivas”. Pero, ¿por qué es importante hacer tal distinción? Apropiándose de alguna manera de aquello que ya se venía haciendo en otras disciplinas –véase por ejemplo la filosofía del lenguaje o la antropología social o cultural con la que parece coquetear a veces Francisco Ramírez en el capítulo II-, la comunicación política pone especial énfasis en la necesidad de distinguir la expresión de ideas y proposiciones políticas que los sujetos llevan a cabo, de los intercambios simbólicos que rodean al actual mundo político.

Lejos de quedarnos en el mero “análisis del discurso político” (que también es necesario como lo demuestran Carlos Del Valle; Lucía Benítez y Antonieta Muñoz en el capítulo III), advierte Serrano Bosquet, el siglo XX ha puesto de manifiesto la extraordinaria

necesidad de atender a la transmisión y utilización de significados sintéticos y de valores que se ponen en juego.

Como campo de estudio “adolescente” que aún es y, sobre todo como área científica que surge de la combinación de otros campos preexistentes, cuya naturaleza es por consiguiente puramente relacional respecto a las realidades sustantivas que pretende conectar (ambas ramas), la comunicación política se ve obligada a depender (inicialmente) metodológica y epistemológicamente de los campos que le son más afines.

En un mundo como el actual, en el que cada vez se insiste con mayor énfasis en la necesidad de poner en marcha proyectos e investigaciones multidisciplinares, de aproximarnos a nuestros respectivos objetos de estudio desde distintos niveles, perspectivas y metodologías, la comunicación política se presenta como modelo a imitar.

Serrano Bosquet advierte que con este compendio de trabajos bien contruidos y argumentados, metodológicamente bien diseñados y desarrollados de manera heterogénea, los autores hacen fácilmente constatable la forma en que las actuales prácticas de comunicación política condicionan y reorientan la misma actividad y teoría política contemporánea. Ejemplo de ello lo encontramos en el capítulo V de José María Herránz, quien a la hora de estudiar el papel que las organizaciones sociales ejercen sobre las políticas de las administraciones públicas, no puede sino poner como centro y eje principal en torno al cual gira, se legitima y se controlan dichas relaciones, la comunicación.

Una comunicación que debe ser analizada y entendida tanto desde el punto de vista del papel que esta desempeña en la percepción que la sociedad tiene de las mismas organizaciones, hasta el que juega en la rendición de cuentas por parte, tanto de los agentes políticos, como de las mismas organizaciones.

3.2 Persuasión

Hay diferentes maneras de cómo llegar a persuadir a las personas de diferentes maneras y cómo las grandes empresas comunicacionales, hacen sus publicidades con el fin de que la gente se estandarice e identifique con sus productos.

Para comenzar, la persuasión tiene que ver con la comunicación, y por eso, la persuasión es el argumento que contiene el mensaje para crear, cambiar o reforzar conductas del receptor intencionalmente.

La ética es la manera como los medios exponen o no, conscientemente a los individuos, si el mensaje comunicativo es moralmente bueno para exponerlo ante el público consumidor.

La relación de ambos se da en las diferentes ramas de la comunicación abierta, medios como la televisión comercial o de información, aquí entra el periodismo y la opinión, la radial que comprende también las dos funciones mencionadas en la televisión, pero ésta es más percibida en las zonas marginales o zonas alejadas del país, los medios comunicativos impresos probablemente como los periódicos, pero ahora casi ya no, ya que, la fuerza o mejor dicho el

público se encuentra en la llamada red de redes o mejor conocido como el internet.

Las redes sociales hoy en día, es ahora una estructura social compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos o motivos, los cuales son diversión o relación, tales como amistades, contactos profesionales, intereses comunes o solo compartir conocimientos, esto hace que muchas empresas hoy en día se anuncien por las redes más usadas casi como el Twitter, Facebook, y otras más por mencionar.

En todos estos medios, están presentes las grandes empresas que desean cambiar, reforzar o fidelizar o crear, intencionalmente por estos canales con la finalidad del apoyo del público al que se dirigen, pero estas empresas muchas veces no respetan (sobre todo en el Perú), y juegan con el mensaje a tal punto que muchas veces la moral o integridad de las personas, receptores de este mensaje se ven afectadas y reaccionando de diferente manera o tomando una mala percepción del mensaje comunicativo .

En la persuasión periodística, sobre todo enfocándola en el ámbito político, se convierte en una herramienta útil y de dos filos para manipular a las masas y para generar rechazo; un comunicador social con gran simpatía, seguidores, respetado por el público y muy sintonizado, puede dirigirse a la ciudadanía con gran eficacia y dar una opinión, este mensaje puede ser favorable o desfavorable y destructivo, depende de la intencionalidad del periodista en este caso y su objetividad; eso dependerá mucho de sus límites éticos, la opinión

siempre tiene un fondo persuasivo de convencimiento ya que se trata de conseguir un efecto determinado en el público.

La opinión de un periodista debe ser ética ya que un líder de opinión maneja a su antojo a las masas.

De acuerdo con Collins (2009, p. 4)¹³, la persuasión consiste en “un cambio, intencional e internalizado, en actitudes, creencias o conductas, originado por una comunicación, en donde algún grado de libertad de elección es percibido por el receptor”.

Al analizar el concepto de persuasión explicado de manera previa, descubrimos que no tiene ninguna consideración ética. Más bien se hablaría de persuasión efectiva o inefectiva, según haya logrado su propósito o no. Gardner (2004, p.212)¹⁴ expresa esta concepción práctica del arte de persuadir con las siguientes palabras: “Depende de nosotros el elegir el uso que le demos (a las técnicas de la persuasión) y hacerlo de una forma egoísta y destructiva, o de un modo que sea generoso y logre mejoras en la vida”.

De esta forma, las técnicas propuestas por los teóricos de la comunicación no serían ni buenas ni malas, pues su valor ético dependería del fin para el cual fueran usadas. Desde esta perspectiva, el fin justificaría los medios.

Por el contrario, existen varios autores (Messina 2007¹⁵, Reardon 1991¹⁶) que recalcan con insistencia que la persuasión debe aplicarse

13. Collins S.D. (2009). *Persuasion Managerial Communication Series*. USA: South-Western Cengage Learning.

14. Gardner H. (2004). *Changing Minds*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press

15. Messina A. (2007). “Public Relations, the Public Interest and Persuasion: an Ethical Approach”. *Journal of Communication Management*. Vol. 11, No. 1: pp. 29-52.

16...Reardon K.K. (1991). *La Persuasión en la Comunicación: Teoría y Contexto*. México: Paidós

con parámetros éticos. Entre ellos destacan Baker y Martinson¹⁷ (2001), quienes proponen que para que la persuasión sea ética deben cumplirse cinco principios:

Veracidad del mensaje: decir la verdad sin deformar la información
Autenticidad del que busca persuadir: ser genuino y actuar en armonía con lo que uno cree. Respeto por los receptores: que sean tratados como fines y no como medios, evitar usarlos para beneficio personal, o el de la empresa. Uso justo del atractivo del mensaje persuasivo: evitar sólo hablar de los aspectos positivos de la propuesta. En especial, con audiencias vulnerables, como son los niños y las personas con poca escolaridad. Ellos deben ser tratados de acuerdo con sus limitaciones para entender los costos y los daños potenciales de aquello que se les pide realizar. De otra forma, la persuasión sería abusiva y manipuladora.

Responsabilidad social: es necesario tener en consideración los efectos de la comunicación persuasiva en la comunidad y en la sociedad como un todo. No sería ético tratar de alcanzar los objetivos de ventas o la rentabilidad de una empresa a costa del bien común.

En síntesis, se puede afirmar que, para que la persuasión sea ética, debe respetar la dignidad del receptor, al permitirle hacer una elección voluntaria, informada, racional y reflexiva.

Los conceptos éticos son hermosos, pero, en la práctica, cuesta trabajo entender cómo aplicarlos. Para hacer esto más sencillo, se presenta el Cuadro 1 en donde se comparan los factores que propone

17. Baker S. and Martinson D.L. (2001). "The TAREAS Test: Five Principles for Ethical Persuasion". *Journal of Mass Media Ethics* 16, No. 2 & 3: pp. 148-175.

Gardner (2004) para lograr una persuasión efectiva, con lo que tendría que hacerse para lograr el uso ético de los mismos.

Cuadro 1. Persuasión

Factores para lograr una persuasión efectiva	Como convertir la persuasión en ética
a) Fundamentación: apoyar lo que se pide al receptor con razones sólidas.	Reconocer las ventajas y desventajas de cada una de las razones expuestas.
b) Investigación: sostener nuestros argumentos con información relevante, actualizada, investigación de campo e incluso análisis estadístico.	Ofrecer información completa, para que la audiencia tome una decisión sustentada.
c) Resonancia en los sentimientos del otro: un mensaje persuasivo debe tocar al corazón y convencer a la mente. El impacto emocional se logra a través de que el expositor exprese sus propias emociones, apoyado en el uso de historias, metáforas y analogías. Así, contagia al auditorio de su entusiasmo y lo	No apoyar la persuasión sólo en el uso de emociones. Equilibrar los argumentos con el entusiasmo y los sentimientos que expresa el expositor. El solo uso de emociones puede llevar al fanatismo.

convence de la propuesta que hace.	
d) Beneficios para el receptor: hacer explícitas las ganancias o beneficios que tendrá el receptor con el cambio propuesto.	Evitar exagerar los beneficios que obtendrá el receptor sin ocultar los riesgos o peligros potenciales de la propuesta.
e) Vencer la resistencia del receptor. la persuasión será menor en cuanto el receptor tenga mayor resistencia al cambio solicitado. Éstas deben ser reconocidas y contrarrestadas a través de argumentos y beneficios.	Dejar a un lado la manipulación, el engaño o la presión como medios no éticos para vencer la resistencia.

Si bien existe una responsabilidad ética en el persuasor, también el receptor tiene que hacer su parte: protegerse de intentos abusivos y engañosos de persuasión. Para lograrlo, Pratkanis y Aronson (2001)¹⁸ nos sugieren tomar las siguientes medidas:

- Conocer los caminos de la persuasión y reconocer que uno puede ser víctima de la propaganda.
- Monitorear nuestras emociones.
- Explore las motivaciones y la credibilidad de la fuente de la comunicación.
- Piense racionalmente acerca de la propuesta que le hacen.

18. Pratkanis A. R. y Aronson E. (2001). *Age of Propaganda. The Everyday Use and Abuse of Persuasion*. New York: Henry Holt and Company

-Analice la gama completa de alternativas antes de tomar una decisión.

-No base su evaluación en lo que el persuasor dice, sino en lo que él hace.

-Si la propuesta es demasiado bella para ser verdad, tal vez sea engañosa.

-Al ser humano le gusta que los demás hagan lo que él les pide, ya sea un empresario, un publicista, un gerente o un político. Para lograrlo, puede aplicar los principios y fundamentos de la persuasión efectiva, sin importar caer en el engaño o la manipulación. De momento, el persuasor poco ético puede lograr su propósito, pero en cuanto los receptores se den cuenta del abuso, se romperá la confianza y será casi imposible restaurarla. En el mundo de los negocios la confianza es fundamental. Si un gerente o el director de una empresa hablan con la verdad, es auténtico, respeta la dignidad de sus clientes y de sus empleados, ellos confiarán en él y podrán establecer relaciones duraderas. La persuasión ética tiene sus costos, pero bien vale la pena pagarlos.

3.3 Opinión Pública

La información reunida en las encuestas constituye una valiosa aportación para comprender las fortalezas y las debilidades de nuestro espacio democrático. Los investigadores, los comunicadores y los políticos, desde luego, podrán ajustar sus visiones dejando a un lado impresionismos y prejuicios: las encuestas nos ofrecen un

extraordinario material para conocer mejor a los ciudadanos mexicanos, atendiendo a valiosos indicadores y correspondencias que no se habían registrado con anterioridad.

Conocer con exactitud qué piensan los ciudadanos sobre su entorno político requiere rastrear tan lejos como sea posible en las concepciones y los valores que los impulsan o no a participar en los asuntos públicos. En definitiva, el buen funcionamiento del régimen democrático reclama un replanteamiento de "La Política", así con mayúsculas, y naturalmente la formación de ciudadanos capaces de asumir un papel activo en la sociedad.

Dicho de otro modo, la democracia plantea la centralidad de la política como una actividad eminentemente ciudadana y no como una responsabilidad exclusiva y excluyente de una minoría que se asume como "representante del pueblo". Eso significa, en primer lugar, que el ciudadano se reconozca como tal, es decir como el sujeto de la política y no como el objeto pasivo de los funcionarios gubernamentales.

La formación de la ciudadanía que acompaña necesariamente a las transformaciones democráticas es un proceso complejo que abarca a la sociedad en su conjunto, pues depende y se retroalimenta de la presencia de ciertos requisitos objetivos y subjetivos que no siempre logran conjuntarse al mismo tiempo.

La profunda transformación política de México de los últimos años nos informa por sí misma de un verdadero proceso de renovación de la cultura política y de creación de ciudadanía, no exento sin embargo de complejidades y contradicciones, pues no hubiera sido posible

desmontar las viejas estructuras autoritarias sin vencer al mismo tiempo la cultura de la desconfianza que acompañaba a los procesos políticos en general y a los electorales en particular¹⁹.

Combatir el fraude electoral, por ejemplo, o al menos la concepción bastante generalizada de que no había honestidad ni transparencia en el juego político, y arraigar en cambio la idea de que el voto es el mejor camino para transformar el mapa de la representación política fue un ejercicio de legalidad, sin duda, así como de tolerancia entre los distintos actores de la transición. Aceptar los derechos de los que piensan de otro modo es el primer paso para construir una cultura política democrática. Ciertamente, reivindicar la posibilidad de hacer política a partir de valores y principios no excluyentes universalmente reconocidos, supuso un esfuerzo para comenzar a quebrar inercias institucionales, vencer particularismos y conductas que se tenían como inamovibles o idiosincráticas. De ese modo, las reformas que rigieron los cambios democráticos fueron hallando apoyo en un destacable esfuerzo intelectual y ético que ha contribuido a cambiar sensibilidades y expectativas, a ir creando un clima de opinión favorable para renovar la cultura política que había estado profundamente arraigada en el país. La instalación y consolidación de un sistema democrático parece exigir un aprendizaje permanente de los valores de la participación y la estabilidad, de la pluralidad y la paz, del ejercicio de los derechos y la legalidad, del despliegue de los intereses propios y la autolimitación, de la contienda y la cooperación y de la tolerancia. Un aprendizaje que lleva a reconocer derechos y obligaciones recíprocos, a asumir el valor

19, PACHECO, Joaquín. *Apuntes de la cátedra Opinión Pública que imparte en la Universidad del Sur, sede Cancún, Quintana Roo*

de la pluralidad y la diversidad, y a renunciar a dogmas y maniqueísmos políticos.

Un aprendizaje, además, que conduce a la formación de partidos y tendencias políticas conscientes de los alcances y las limitaciones de la competencia propiamente democrática, en la que nadie puede colocarse por encima de la legalidad, en la que nadie puede pretender tener privilegios contra la mayoría, en la que, incluso, las mayorías eventuales han de asumirse siempre como parte y no como todo, y en la que, por consiguiente, deben respetarse plenamente los derechos de las minorías, incluido su derecho a volverse mayoría.

Análisis actual y comportamiento de la opinión pública

La paulatina adhesión a los valores del respeto y la tolerancia, hizo posible que las disputas políticas que parecían más irreconciliables comenzaran a plantearse no ya en la lógica del autoritarismo, en términos de todo o nada, como una lucha a muerte donde al final subsiste un solo vencedor, sino como una contienda civilizada en la cual cada una de las partes mantiene y conserva los mismos derechos aun si al final los resultados no le favorecen.

Esta actitud, esta valoración de la contienda política dentro de un marco institucional y pacífico, donde las derrotas y las victorias son temporales y no definitivas, en la que ninguna fuerza puede ganar todos los espacios de poder y representación de una vez y para siempre, ha ido extendiéndose de manera paulatina pero sistemática entre el grueso de los actores políticos en México.

Poco a poco, a medida que se profundizaba la transición, fue ganado terreno la tolerancia, ejemplarmente expresada por el jurista español Tomás y Valiente al decir: "Así concebida, como respeto recíproco entre hombres iguales en derechos y libertades, pero que no se gustan, bienvenida sea esta forma de tolerancia". Y en efecto, los contrarios se reconocieron como tales, aceptando que en materia electoral es tan importante saber ganar como reconocer las propias derrotas.

Valió la pena seguir ese camino, pues ahora la sociedad mexicana, la ciudadanía que puntualmente acude a las urnas tiene una mayor conciencia de su propia diversidad y va haciéndose más tolerante y respetuosa de las diferencias.

Me atrevo a decir que una de las mayores adquisiciones de la nueva cultura democrática es la creciente aceptación del pluralismo más allá de las instituciones políticas, en la ideología y en la moral, como se demuestra con la emergencia en años recientes de innumerables organizaciones civiles de todo tipo y, de manera sustantiva, con la apertura de los medios de comunicación a las más diversas voces y opiniones en un ejercicio amplio de la libertad de prensa.

Como resultado, hoy tenemos mexicanos que ya no encarnan las actitudes pasivas o autoritarias de otras épocas, que se han vuelto expertos en el uso de su voto, cada vez más familiarizados con su derecho a la elección y sanción de gobernantes, que cada vez conocen y ejercen de forma más amplia sus derechos civiles y políticos. No se trata de cien, ni de mil, sino de millones de personas dispuestas a influir en la marcha del país pero que, para hacerlo,

requieren afinar sus capacidades de intervención en la esfera pública. Para decirlo en breve: la transformación sustancial de las relaciones políticas y el cambio en la naturaleza del poder descansa ahora en la decisión soberana de decenas de millones de ciudadanos, lo cual implica un cambio cultural de enormes dimensiones pues representa la paulatina sustitución de la vieja cultura política por otra que ya empieza a ser democrática, aun cuando en este punto queden importantes cosas por hacer.

No obstante, no podemos quedarnos en la celebración de las tareas políticas que México ha cumplido, sin reconocer e incorporar a la agenda actual los desafíos que ya se vislumbran. Las encuestas que son el insumo fundamental de este coloquio, no dejan lugar a dudas ni permiten echar las campanas al vuelo en lo que se refiere a la necesidad de asentar y en algunos casos de sembrar los valores, los conocimientos y las prácticas de la cultura política democrática.

Si además pensamos en la democracia como "forma de vida" que se aprende en la familia, en la escuela, en las organizaciones sociales de toda índole, en los medios o sencillamente por el "efecto demostración" de quienes, partidos o individuos, asumen responsabilidades públicas, es obligado admitir que sigue abierta, al menos en las condiciones mexicanas, una extensa agenda relacionada con diferentes aspectos de la formación y el fortalecimiento de la "cultura cívica", para hacer del respeto a la ley y la tolerancia una suerte de segunda naturaleza de cada ciudadano.

La primera llamada de atención que arrojan las encuestas es que la política resulta ajena para la mayoría de los mexicanos. Esto es, siete

de cada diez personas, de acuerdo con la encuesta de la Secretaría de Gobernación, no habló en la semana previa a la entrevista de política con personas que no son de su familia. La misma fuente señala que 44% de la población no habla de política, y que cuando se conversa de política apenas una de cada cinco personas generalmente participa y da su opinión, pero también una de cada cinco personas deja de poner atención cuando comienza una discusión política.

Los datos que nos brinda la encuesta del Instituto Federal Electoral (IFE), ahora Instituto Nacional Electoral (INE), son complementarios y coincidentes: 70% de los ciudadanos no tuvo la experiencia de hablar de política en su hogar cuando eran niños y en la actualidad 41%, dos de cada cinco personas, continúan sin hablar de política en casa. A la pregunta de qué tanto se interesa por la política, 21%, uno de cada cinco dice que "mucho", 48% que "poco" y 17% declara que "nada".

El asunto se revela como preocupante porque no hay democracia que se sostenga con firmeza sin una base ciudadana bien enterada de "la cosa pública", entendida ésta como el estado actual de la vida política de la sociedad, sus instituciones, su funcionamiento, sus actores, los grandes problemas comunes que se presentan, las discusión de las distintas propuestas y alternativas para enfrentarlos.

Como lo recuerda Norberto Bobbio²⁰, desde la antigüedad clásica, la democracia se caracterizó por ser aquella forma de gobierno en la cual

20. **BOBBIO, Norberto.** (Turín, Italia, 18 de octubre de 1909 – 9 de enero de 2004). Escritor, abogado y filósofo, considerado como uno de los grandes analistas políticos del siglo XX. En su obra analiza corrientes políticas como la del liberalismo y el socialismo, así como su aplicación jurídica. En el apartado filosófico, es importante su tratamiento del existencialismo y de la democracia moderna. Destacan sus libros: *El futuro de la democracia* (2000) y *Liberalismo y democracia* (2000)

"el poder se ejerce en público", que significa que la toma de las decisiones colectivas pasa por la discusión entre el conjunto de ciudadanos que integran la comunidad política.

No obstante, esa intervención de los ciudadanos en el proceso de decisión política democrática nunca fue concebida como un fenómeno meramente pasivo y desinteresado, sino como una participación activa, consciente y comprometida. Ya Pericles²¹, al definir y defender la democracia ateniense, indicaba que "el cuidado de los intereses públicos procede para nosotros de manera simultánea con la actividad política, e incluso si cada uno está dedicado a ocupaciones diversas, logramos mantener un adecuado conocimiento de las cosas públicas".

Más de 20 siglos después, Alexis de Tocqueville²², al estudiar el funcionamiento de la democracia estadounidense, constató el hecho de que la participación política del pueblo en las elecciones podía considerarse como una verdadera "escuela de la democracia". Que los individuos voten recurrentemente y que con ello participen en la elección de quienes decidirán por ellos, pensaba Tocqueville, implica que estén continuamente enterados de los problemas relativos a la vida en común, más allá de sus intereses meramente privados.

Michel Ángel Bovero²³ llama "precondiciones de la democracia" a un conjunto de características que si bien no son definitorias del carácter

21. **PERICLES**. Filósofo que gobernó Atenas por más de 30 años (461-429 a.c.). Es el responsable del período más esplendoroso de la Grecia clásica. Desarrolló el proceso de democratización política iniciado por su antecesor, Efialtes. Fomentó la construcción de grandes obras públicas, mejoró la calidad de vida de los atenienses y dio un gran impulso a todas las manifestaciones artísticas y culturales.

22. **DE TOCQUEVILLE, Alexis** (Francia, 1805-1859). Escritor, político liberal. Sus obras son tratados clásicos de la ciencia política. Criticó con dureza ciertos aspectos de la democracia estadounidense, sostenía que la opinión pública tendía hacia la tiranía y que el gobierno de la mayoría podía llegar a ser tan opresivo como un gobierno despótico. Su obra más importante es *La democracia en América*. (2 vols. 1835-1840).

23. **BOVERO, Michel Ángel**. Italia (1949). Coautor con Norberto Bobbio de la obra *Sociedad y Estado en la filosofía moderna y Origen y fundamentos del poder político*. Destaca su libro *Democracia y derechos fundamentales*, publicación: Alicante, biblioteca virtual Miguel de Cervantes. 2005. Documento fuente: Isonomía: *Revista de Teoría y Filosofía del Derecho* Núm. 16, abril 2002. URI: <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmcm3068>

democrático de un sistema político determinado, sí son elementos indispensables para determinar un óptimo funcionamiento de la democracia. En ese sentido, una adecuada cultura de la ciudadanía constituye una de las precondiciones de la democracia que para un cabal funcionamiento requiere de actores que conozcan los problemas y las carencias de su sociedad; que reflexionen y opinen sobre ellas; estén enterados del funcionamiento y de las atribuciones de sus mecanismos a través del cual los individuos manifiestan sus preferencias privadas, o contraste valoración ni discusión alguna. La cultura política de un pueblo no determina, en consecuencia, la existencia o no de una democracia, pero sí su calidad.

La distancia de los ciudadanos frente a la política en nuestro caso, lleva de la mano un precario conocimiento acerca de los derechos de los mexicanos establecidos en la Constitución: 60%, nos dice la encuesta de la Secretaría de Gobernación, conoce poco acerca de esos derechos y 35% no conoce nada. En total, 95% de las personas encuestadas dijo conocer poco o nada sus derechos constitucionales.

Asimismo, sólo 40% de la población identificó que es el Congreso de la Unión el que tiene la facultad de reformas a la Carta Magna, pero la segunda respuesta más frecuente, con 29% de casos, identificó la atribución de cambios constitucionales en el Presidente, quien no la tiene.

Los ciudadanos que acostumbran seguir noticias sobre política de forma sistemática son 45%, de acuerdo con la encuesta del IFE, y de ellos 74% lo hace a través de la televisión. Casi lo mismo encontró el estudio de la Secretaría de Gobernación, donde ocho de cada diez

encuestados dijo informarse a través de la televisión y sólo dos de cada diez declararon hacerlo a través de periódicos.

Sin duda, una vez más constatamos que no hay un sólo fenómeno social ni político relevante que pueda ser interpretado prescindiendo del papel de los medios de comunicación. Como sabemos, los medios son algo más que el espejo del debate, porque lo modulan: su trabajo diario se ha convertido en la respiración misma de toda la vida pública. Creo que no exagero si afirmo que en los días que corren el espíritu de la época, el sentido común del momento, se fija y se construye en y a través de los medios de comunicación. Los mass media influyen en la agenda de temas y de preocupaciones de la política y los partidos, pero también y quizá en mayor medida en la educación cívica, en la cultura de la ciudadanía que finalmente encarna o no los valores que hacen posible la reproducción de la democracia.

Así, los medios condicionan, con su atención, las reglas implícitas y la calidad de la convivencia de las sociedades: si reproducen un solo discurso totalizador, será más difícil que la sociedad se reconozca en la diversidad y será más refractaria hacia quienes no le son idénticos; si se premian los códigos guerreros y se ensalzan los hechos violentos, la tolerancia y el respeto tendrán un terreno menos fértil en el cual asentarse; si los medios resaltan el morbo y la falta de respeto a la vida privada, se está transmitiendo un código de vulneración de los derechos individuales; si priman la difusión de filtraciones y especulaciones, restan campo a una impartición imparcial y plenamente apegada a derecho de la justicia.

Si, por otro lado, los medios son permeables en sus contenidos a la coexistencia de la diversidad, estarán contribuyendo a un clima propicio para el aprendizaje y el ejercicio de la tolerancia; si promueven la difusión de discusiones respetuosas, documentadas, elevarán la calidad del debate público; si frente a los problemas del país los medios generan información objetiva, investigación seria, estarán contribuyendo a visualizar esos problemas y a resolverlos.

Con estos ejemplos quiero destacar que la línea editorial, de programación e informativa de los medios finalmente refleja un compromiso público que en términos latos debe considerarse como "político" aunque se trate de una posición particular y deliberadamente no partidista. Por ello, si compartimos que la influencia de la comunicación masiva es determinante en la calidad de la convivencia política, no puede escapar a nuestros análisis el comportamiento de los medios.

Ahora bien, en torno a la legitimidad de la democracia como sistema político, seis de cada diez mexicanos, nos dice la encuesta de Gobernación, prefiere la democracia a cualquier otra forma de gobierno; tres de cada diez consideran que da igual un régimen democrático que uno autoritario y 10% llega a preferir en algunas circunstancias un gobierno autoritario a uno democrático. Asimismo, 32% de la población considera que es preferible sacrificar algunas libertades como la de expresión, reunión y auto organización a cambio de vivir sin presiones económicas.

Quizá estos resultados hagan patente para todas las instituciones públicas y privadas vinculadas con las tareas de la educación cívica, la

obligación de reforzar las estrategias para que los ciudadanos puedan percibir a la democracia como un régimen deseable en razón de su superioridad ética y política sobre otros órdenes políticos alternativos.

Esto es, se trata de hacer un sentido común la idea de que la democracia no es sobre todo un proyecto ideal, una propuesta de políticos o militantes iluminados, ni el preclaro programa de una vanguardia ni una enseñanza retórica. Al contrario, la democracia como una necesidad de las sociedades complejas y plurales. Como un imperativo de las condiciones culturales, políticas y también económicas de naciones diversificadas, conectadas con el mundo de mil maneras, diferenciadas en sus opciones, en sus modos de vida, en sus intereses, visiones y sensibilidades. La democracia entendida básicamente como una condición de la viabilidad y de la convivencia en un país, como México, masivo y extraordinariamente diverso.

Ahora bien, sin duda la democracia tiene como uno de sus fines destacados la plena vigencia del Estado de derecho, esto es, un marco en el cual se puedan manejar y resolver conflictos inherentes a toda sociedad compleja y diversa de manera pacífica y con apego a la legalidad. En este caso, la intención es que la democracia acredite que es un orden al mismo tiempo estable y eficaz en la resolución de problemas sociales, porque sólo de esa manera garantizará las dosis de legitimidad necesarias para sostenerse en el tiempo.

Sobre este asunto, de nueva cuenta encontramos que las encuestas nos indican un frágil compromiso con la legalidad: seis de cada diez entrevistados está de acuerdo con que el pueblo "puede desobedecer una ley si ésta es injusta" de acuerdo con la encuesta de Gobernación.

Uno de los valores inherentes al sistema democrático es el de la tolerancia, pero a la vez es preciso reconocer que la idea de la tolerancia y de la convivencia democrática entre distintos es uno de los valores que se afianzan y despliegan a contracorriente de las pulsiones connaturales en todas las comunidades.

La tolerancia tiene pertinencia precisamente porque se reconoce una dinámica entre "nosotros" y los "otros". Si todos tuviésemos la misma ideología, los mismos intereses, el "nosotros" sería omniabarcante y perdería su sentido precisamente porque los "otros" serían inexistentes. Y ella es quizá la pretensión de todos los totalitarismos, el ideal perverso de homogeneizar lo que por su propia naturaleza es diferente.

Pero dada la pluralidad religiosa, ideológica, racial, idiomática, política de nuestra sociedad, estamos obligados a construir un código que permita la recreación de esa diversidad.

En este terreno, las encuestas también revelan cómo el aprendizaje de la tolerancia y el reconocimiento a la diversidad merecen un esfuerzo permanente, pues hay un déficit más que preocupante en este campo: en el trabajo del IFE 41.5% consideró que los mexicanos podemos construir una gran nación "sólo si tenemos las mismas ideas y valores".

Pero más aún, no deja de ser sintomático que 40% de los entrevistados haya declarado que no dejaría que vivieran en su casa personas de otra raza; que 44.5% no compartiría techo con personas con ideas políticas distintas; que 48.1% no permitiría que en su casa viviera alguien de otra religión, y la intolerancia crece ante los

homosexuales (que no serían aceptados en 66% de los hogares) y ante los enfermos de Sida (frente a los que 57.5% de los entrevistados no permitiría que vivieran en su casa).

Como se ve, hay terrenos en los que es evidente la pervivencia mayoritaria de ciertos "antivalores" democráticos. Es probable que algunas actitudes dependan sobre todo del atraso cívico y cultural que aún subiste en la sociedad mexicana, pero en general éstas descubren la tensión que todavía existe entre el ideal democrático y las formas concretas que adquieren ciertos principios y valores, la pugna entre ciertas formas de hacer política prevalecientes durante muchos años y las que se abren paso con la modernización democrática.

Otro tema que no puede pasar desapercibido se refiere a los resultados acerca de la confianza de la ciudadanía en distintas instituciones, pues expresan que si bien en términos generales la democracia es preferida como forma de gobierno, a la vez los sujetos básicos de la democracia tienen una escasa valoración, un bajo reconocimiento. De 18 opciones en la encuesta de la Secretaría de Gobernación, quienes menos confianza despiertan son las cámaras de Diputados y Senadores, así como los partidos políticos, detrás de la policía, las secretarías de Estado y las organizaciones no gubernamentales. En el otro extremo, la mayor confianza la despiertan las iglesias, los maestros, los hospitales, la Comisión Nacional de Derechos Humanos y el Instituto Federal Electoral.

Mientras que nuestra historia reciente está plagada de elecciones cada vez más competidas y concurridas, con menos disputas

postelectorales, por comicios más certeros y transparentes en los que se expresa y encauza la pluralidad, por partidos más sólidos y con un comprobado arraigo a lo largo y ancho de la geografía nacional, ello no implica que mecánicamente los sujetos de la democracia sean favorablemente valorados por el tejido social mexicano. Esa no deja de ser una de las grandes paradojas de nuestros días, pero sobre todo una de las asignaturas pendientes de la agenda de comienzo de siglo pues vale la pena preguntarse si la democracia es posible sin políticos, parlamentarios y partidos que gocen del aprecio popular.

Que la democracia en términos generales tenga una alta estima en la ciudadanía, pero no así sus instrumentos, indica que no hay una comprensión cabal de qué es la democracia. A la vez, esta disonancia entre el aprecio a la democracia y la baja estima hacia las figuras que la hacen viable, anticipa una profecía de desencanto hacia la democracia misma.

No es por lo tanto sorprendente que al examinar las opiniones y la disposición de los ciudadanos respecto de las prescripciones y las conductas que consideramos propias de la cultura democrática, la mayor aceptación de éstas se dé precisamente entre los ciudadanos que más tiempo han permanecido en el sistema educativo.

Debemos concluir que la atención al sistema educativo es una prioridad, como instrumento por excelencia de la socialización democrática. Los maestros son, en este sentido, un protagonista privilegiado de la promoción de la cultura democrática. Habrá que destacar, por otra parte, que el arribo a edad ciudadana de mexicanos con un nivel cada vez más alto de instrucción permite albergar una

confianza razonable en que los valores de la democracia están en condiciones de continuar expandiéndose.

Para decirlo en otras palabras: el espacio escolar resulta insustituible como generador de los valores ilustrados que son el cimiento de toda convivencia civilizada.

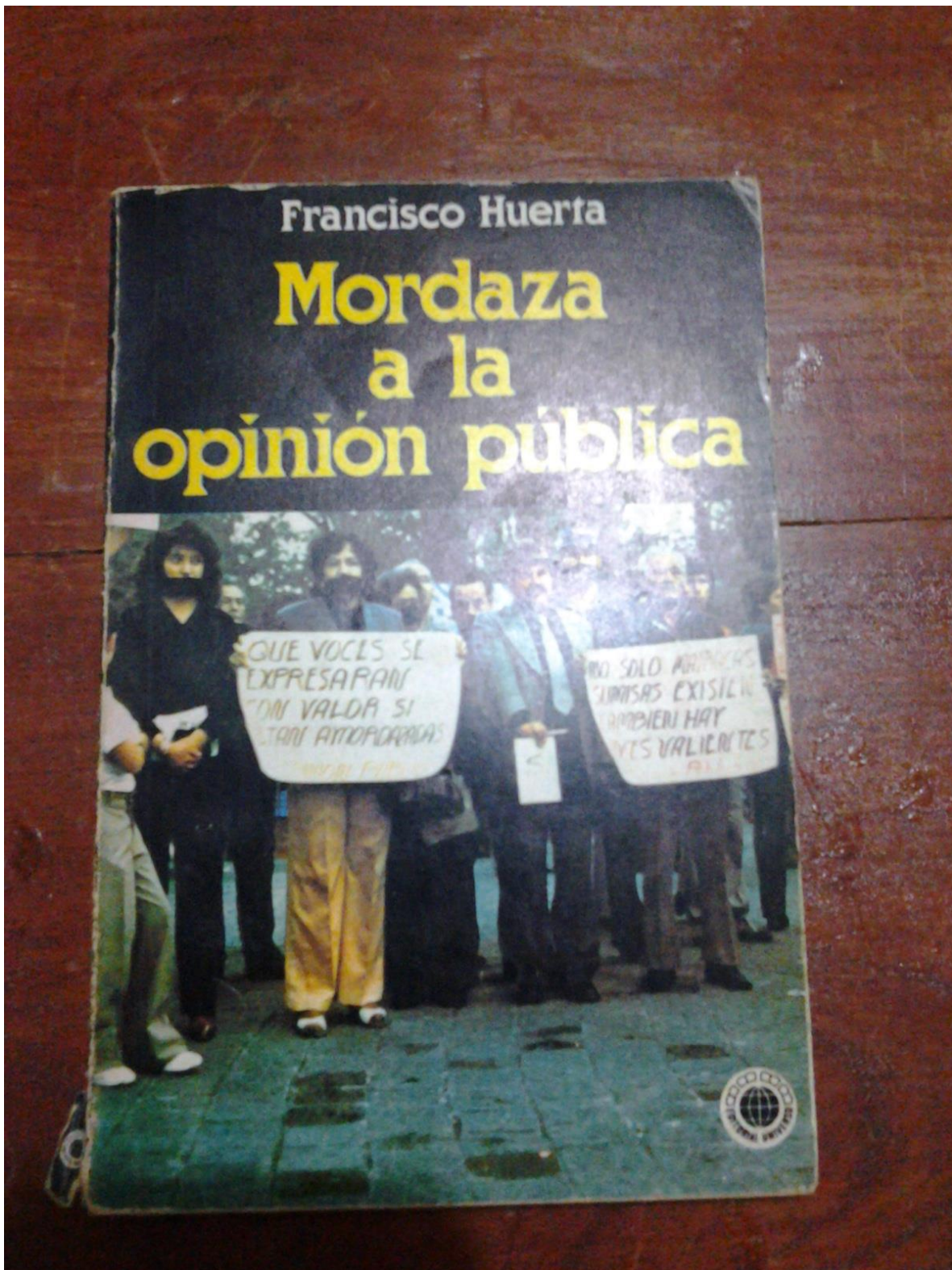


Fig.4 Portada del libro *Mordaza a la opinión Pública* del periodista mexicano **Francisco Huerta**.

LA OPINIÓN PÚBLICA NO EXISTE. LOS SONDEOS “ARTEFACTOS” POLÍTICOS DE SIMULACIÓN: PIERRE BOURDIEU

El sociólogo francés Pierre Bourdieu*, en enero de 1972, dictó una conferencia en la que se propone analizar el funcionamiento de los sondeos de opinión:

Con frecuencia se hacen reproches técnicos a las encuestas, por ejemplo se pone en tela de juicio la representatividad de las muestras, el hacer preguntas falseadas, o que se induce a la respuesta al hacer la pregunta.

Sin embargo Bourdieu resalta que la cuestión más problemática es que los sondeos de opinión están subordinados a intereses políticos y ello determina con fuerza, a la vez el significado de las respuestas, y el significado que se atribuye a la publicación de los resultados. El sondeo de opinión es un instrumento de acción política, su función más importante consiste en imponer la ilusión de que existe una opinión pública como mera suma de opiniones individuales.

*Sociólogo francés. **Pierre Bourdieu**, en enero de 1972, dictó una conferencia en la que analizó el funcionamiento de los sondeos de opinión: Con frecuencia se hacen reproches técnicos a las encuestas, por ejemplo se pone en tela de juicio la representatividad de las muestras, el hacer preguntas falseadas, o que se induce a la respuesta al hacer la pregunta. Sin embargo, Bourdieu resaltó que la cuestión más problemática es que los sondeos de opinión están subordinados a intereses políticos y ello determina con fuerza, a la vez el significado de las respuestas, y el significado que se atribuye a la publicación de los resultados. El sondeo de opinión es un instrumento de acción política, su función más importante consiste en imponer la ilusión de que existe una opinión pública como mera suma de opiniones individuales. Asimismo las problemáticas que se imponen en los organismos que realizan los sondeos están profundamente relacionadas con la coyuntura y determinadas por un tipo de demanda social (por ejemplo en Francia desde mayo del '68 se comenzaron a hacer más preguntas relacionadas con la educación). Bourdieu afirmó que la gran mayoría de las preguntas planteadas están directamente relacionadas con las preocupaciones políticas del "personal político."

La opinión pública que se manifiesta en las primeras páginas de periódicos en forma de porcentajes genera la posibilidad de poder disimular que el estado de opinión es un sistema de fuerzas de tensiones. Por lo tanto no hay nada menos adecuado que presentarla como un mero porcentaje.

Asimismo las problemáticas que se imponen en los organismos que realizan los sondeos están profundamente relacionadas con la coyuntura y determinadas por un tipo de demanda social (por ejemplo en Francia desde mayo del '68 se comenzaron a hacer más preguntas relacionadas con la educación). Bourdieu afirma que la gran mayoría de las preguntas planteadas están directamente relacionadas con las preocupaciones políticas del "personal político."

La opinión pública que se manifiesta en las primeras páginas de periódicos en forma de porcentajes genera la posibilidad de poder disimular que el estado de opinión es un sistema de fuerzas de tensiones. Por lo tanto no hay nada menos adecuado que presentarla como un mero porcentaje.

Cualquier ejercicio de fuerza viene acompañado por un discurso que está dirigido a legitimar la fuerza de aquel que la ejerce. Se trata de constituir la idea de que existe una opinión pública unánime y así legitimar una política y reforzar las relaciones de fuerza que la fundan o la hacen posible.

Se produce un efecto de consenso través de tres operaciones.

1. Cualquier encuesta de opinión supone que todo el mundo puede tener una opinión. Consiste en ignorar las no respuestas, y esto lleva a que se deje de lado los aportes y la información que puede brindar el análisis de lo que significan las preguntas para el encuestado.

Todas las preguntas se reinterpretan en función de los intereses de las personas a quienes se les hacen y el primer imperativo es preguntarse a qué pregunta creyeron contestar las diferentes categorías de personas encuestadas.

Uno de los efectos más perniciosos de las encuestas de opinión consiste precisamente en que apura a la gente a contestar sobre preguntas que no se les plantean.

2. Se supone que todas las opiniones tienen el mismo valor. Hay varios principios a partir de los cuales se puede generar una respuesta, por ejemplo dependiendo de la competencia política de cada uno. Esto hace referencia a la probabilidad de tener una opinión sobre todas las cuestiones que suponen un saber político. Se mide por el grado de delicadeza de la percepción (Por ejemplo un estudiante que participa en un movimiento de izquierda percibe quince divisiones de la izquierda, y para un ejecutivo medio no existe nada)

La primera condición para responder de manera adecuada a una pregunta política es pues ser capaz de constituir la política, la segunda es que hay que ser capaz de aplicarle categorías propiamente políticas, que pueden ser más o menos adecuadas, más o menos refinadas.

El segundo principio a partir del cual la gente puede producir una opinión es el “ethos de clase”, es decir un sistema de valores implícitos que las personas han interiorizado desde la infancia y a partir del cual engendran respuestas para problemas muy diferentes.

Gran cantidad de respuestas que se consideran políticas se producen en realidad a partir de este ethos y por ello mismo pueden revestir un significado totalmente diferente cuando se interpretan en el terreno político.

3. En el hecho de plantear la misma pregunta a todo el mundo está implicada la hipótesis de que hay un consenso sobre los problemas. El

efecto de imposición de una problemática que ejerce cualquier encuesta de opinión y cualquier sistema de consulta política proviene del hecho de que las preguntas que se hacen en una encuesta de opinión, no es la que se hacen de manera natural todas las personas interrogadas.

Además las respuestas no se interpretan en función de la problemática en relación con la cual han respondido las diferentes categorías de encuestados.

La problemática dominante de la cual tenemos una imagen gracias a la lista de preguntas que hacen desde hace dos años los institutos de sondeos, es decir que interesa esencialmente a la gente que posee el poder y que quiere estar informada sobre los medios de organizar su acción política, es algo que dominan de manera muy desigual las diversas clases sociales.

Se suele asociar la idea de la objetividad en una encuesta de opinión con el hecho de plantear la pregunta en los términos más neutros para dar plena oportunidad a todas las respuestas. En realidad la encuesta de opinión estaría más cerca de lo que ocurre en la realidad si trasgrediera completamente las reglas de la objetividad y otorgara a la gente los medios para situarse realmente como se sitúa en la práctica real, es decir en relación con opiniones ya formuladas.

Bourdieu plantea como solución enunciar una serie de tomas de posición explícitas por grupos encargados de constituir opiniones y difundirlas de manera que la gente pudiera situarse en relación con las respuestas ya constituidas. Se suele hablar de “tomas de posición”, hay posiciones que ya están previstas y uno las toma. Pero

no las toma al azar, se toman posiciones que uno ya es propenso a tomar en función de la posición que ocupa en un campo determinado.

En definitiva si las encuestas de opinión captan mal los estados virtuales de la opinión o los movimientos de opinión, se debe a que la situación en la cual aprehenden las opiniones es totalmente artificial.

En las situaciones de crisis la gente se encuentra ante opiniones ya constituidas, opiniones que sostienen ciertos grupos, de manera que elegir entre las opiniones equivale muy claramente a elegir entre los grupos. Este es el efecto de politización que producen la crisis: es necesario elegir entre grupos que se definen políticamente y definir cada vez más tomas de posición en función de principios explícitamente políticos.

La encuesta de opinión considera la opinión pública como una simple suma de opiniones individuales, recogidas en una situación aislada. En las situaciones reales las opiniones son fuerza y las relaciones de opiniones son conflictos de fuerzas entre grupos.

De este análisis se desprende otra ley: una persona tiene más opiniones sobre un problema cuanto más interesada se encuentra del mismo.

Por último, Bourdieu afirma que las opiniones tienen fuerza cuando son movilizadas. Es decir, la encuesta de opinión tradicional ignora tanto a los grupos de presión, como las disposiciones virtuales que pueden no expresarse en forma de discurso explícito, esta es la razón por la cual es incapaz de engendrar la menor previsión razonable sobre lo que ocurrirá en una situación de crisis.

En síntesis la opinión pública no existe. Existen por un lado las opiniones constituidas, movilizadas, o sea ciertos grupos de presión movilizadas en torno a un sistema de intereses explícitamente formulados y por otras disposiciones que por definición no son una opinión (si por opinión entendemos a un discurso que quiere ser coherente).

3.4 Deontología

El estudio de la comunicación política tiene unos orígenes muy recientes aunque pensadores de la antigua Grecia como Aristóteles se interesaban por ella. En los años cincuenta se han producido en los países democráticos una serie de acontecimientos que van a cambiar las relaciones entre la comunicación y la política. Entre estos acontecimientos se encuentra la aparición de la televisión como un medio de comunicación de masas y que pasa a ser la primera fuente de noticias sobre política y gobierno para el público. La rivalidad entre los medios de información y los funcionarios del gobierno para controlar el orden de los acontecimientos aumenta y también hay tensiones para determinar los asuntos que son de mayor importancia y su posterior presentación.

Todas las democracias se han visto afectadas por la ascensión de los medios de comunicación de masas, de los expertos en comunicación y sondeos y de estrategias sofisticadas de comunicación. El campo de la comunicación política tiene varias características:

El reconocimiento que la intrusión de los medios en el proceso político y la incorporación de nuevas estrategias centradas en los medios en la política y el gobierno constituyen un proceso y no un acontecimiento.

En cada país el proceso de cambio está condicionado por el entorno nacional. Reflejan la particular cultura política, instituciones, historia o el sistema de medios de comunicación del país en cuestión. El estudio de la comunicación política se está volviendo cada vez más comparativo, intenta entender mejor la situación de cada país comparando sus experiencias con las de los demás.

Las formas y las consecuencias de las innovaciones en comunicación política traspasan las fronteras de las tradicionales disciplinas académicas. La comunicación política es una empresa interdisciplinar, refleja un deseo de formular unas perspectivas las amplias sobre el tema que pueda permitir cualquier disciplina académica por separado.

La idea de que la democracia está centrada en los medios de comunicación ha originado la creencia de que acontecimientos singulares, formas de actuar de los gobiernos y directrices políticas están interrelacionadas y que consideradas en su conjunto dan forma a la vida política.

La democracia centrada en los medios es un amplio campo centrado en la adaptación de las instituciones políticas, gobierno y parlamento. Describir alguna de las preocupaciones y planteamientos que repercuten al campo de la comunicación política. Identificar alguno de los asuntos importantes que surgen a raíz de los acontecimientos producidos en muchos países y explicar los resultados de los últimos estudios realizados.

La publicidad política en televisión está prohibida, pero cada vez se incorporan más técnicas publicitarias en los programas políticos más largos que los partidos pueden presentar. La publicidad tiende a influir sobre todo el contenido de las campañas políticas, y los requisitos de una publicidad eficaz pueden convertirse en una fuerza que influye en todas las formas del discurso político.

El resultado puede traducirse en que se le dé una mayor importancia en el proceso deliberativo al deseo de una favorable respuesta de los medios y del público. Los partidos políticos están viendo que la democracia centrada en los medios ha encarecido enormemente los costes de las campañas electorales, y deben buscar ingresos.

Las instituciones y procedimientos de la política y del gobierno se están adaptando al papel central que los medios de comunicación tienen, especialmente la televisión, creando como resultado la democracia centrada en los medios. Las relaciones entre los parlamentos y la opinión pública son reflejo y resultado de fuerzas más potentes que dan forma a la democracia centrada en los medios. Las relaciones entre un gobierno democrático y el público pueden ser moldeadas por estas fuerzas más generales.

Modernización de los Medios: El proceso de modernización parece estar asociado con el crecimiento de los medios, por el hecho de convertirse la televisión en la principal fuente de información y entretenimiento del público.

La televisión se ha convertido en una considerable fuerza de configuración de la opinión pública y en un importante intermediario

entre los dirigentes y líderes políticos y el público en general, al tener una audiencia masiva a nivel nacional.

A medida que la televisión se ha transformado en el medio de comunicación dominante en países con sistemas de comunicación avanzados, su status institucional, sus relaciones con el gobierno y los partidos políticos, se ha hecho especialmente importante. En muchos países se han debilitado los vínculos entre la televisión y otros medios y entre el gobierno y los partidos políticos por otro, dada la creciente privatización de los medios de difusión.

La estrecha vinculación con los partidos políticos y posturas ideológicas no hacen un buen servicio a la necesidad de los medios comerciales de atraer un cada vez mayor número de lectores, oyentes y espectadores de todo el espectro político. En los países democráticos la tendencia es la de mayor autonomía de los servicios públicos de televisión. Los servicios públicos de radiodifusión que actúan en sistemas de comunicación se encuentran en la competencia por la audiencia con los políticamente independientes servicios de noticias privados nacionales e internacionales. La creciente fuerza e independencia de las instituciones de los medios de información tanto públicos como privados ha fomentado una tendencia similar en los procedimientos informativos. Los tradicionales compromisos ideológicos y políticos están siendo remplazados por un diferente concepto de los valores, objetivos sociales y usanzas que deberían guiar la información.

El proceso de modernización de los medios de comunicación se traduce en el avance del periodismo políticamente neutral que atrae la

atención de una audiencia a nivel nacional y que guarda celosamente su independencia. Se presenta como un observador objetivo y desinteresado. Se interpone entre los líderes políticos y el público, puede hablar con más autoridad y credibilidad por su posición en el centro de la sociedad, independencia de la influencia del gobierno y los partidos políticos.

Inexactitud, veracidad, manipulación, omisión y ocultación de información

Veamos ahora la cara oscura, que en realidad no corresponde a defectos de los medios en sí mismos, sino al sistema social y económico dentro del cual operan y al uso que se suele hacer de ellos desde determinados intereses. Entre los aspectos éticos negativos relacionados con los medios de comunicación social, podemos señalar los siguientes:

Un alto nivel de concentración de la propiedad y el manejo de los medios de comunicación, de tal modo que éstos aparecen como una estructura reproductora y fortalecedora del poder de unos pocos, así como de un sistema neoliberal que tiende a perpetuar la injusticia social ensanchando la brecha entre ricos y pobres.

"Es evidente -dice la Aetatis Novae, Instrucción del Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales, publicada en 1992- que determinados problemas son el fruto de determinadas políticas y estructuras de los medios de comunicación: citemos, sólo a título de ejemplo, el hecho de que ciertos grupos o clases ven cómo se les

impide el acceso a los medios de comunicación; la reducción sistemática del derecho fundamental a la información en ciertos lugares; la extensión de la autoridad que determinados grupos económicos, sociales y políticos ejercen sobre los medios de comunicación (...). No se puede aceptar que el ejercicio de la libertad de comunicación dependa de la fortuna, de la educación o del poder político. El derecho a la comunicación pertenece a todos.

Una mentalidad consumista que reduce los mensajes a mercancías, de modo que los medios tienden a operar en función del público concebido únicamente como comprador.

El consumismo va ligado a la concepción del mundo y de la vida como espectáculo y no como espacio de participación activa en la transformación social. Incluso hasta las vidas privadas se convierten fácilmente en objeto del espectáculo público, en una especie de *voyerismo* alimentado por el abuso de ciertos instrumentos como los teleobjetivos, las cámaras y las grabadoras ocultas, para alimentar morbosamente la curiosidad.

Una adaptación conformista al sistema u “orden” establecido. Con frecuencia, tanto los contenidos informativos como los de ficción y los mensajes publicitarios nos invitan manifiesta o solapadamente a reproducir el estatus quo vigente, que privilegia a pocos produciendo el empobrecimiento de muchos.

Este talante conformista, que ha sucedido a los movimientos de rebeldía sociopolítica de decenios anteriores, parece ser uno de los rasgos negativos más característicos de la llamada posmodernidad, en el sentido de “una cultura que posibilita el goce blando de una

tolerancia casi perversa, que, en nombre del respeto a las diferencias, las neutraliza y anula, en la medida en que, para ella, todo se equivale y nada importa verdaderamente”.

Una magnificación de la violencia que se manifiesta en variadas y repetidas formas de presentar y representar como espectáculo sensacionalista la agresión y sus efectos, de los cuales con frecuencia se han convertido los medios en promotores o en cajas de resonancia. Uno de los fenómenos típicos de este tipo de mensajes es la magnificación de los violentos: reportajes en los que se hace ver al delincuente o al terrorista como un héroe, como una estrella en el firmamento del espectáculo cotidiano, o se le permite manejar a su antojo los medios informativos para amenazar a la sociedad. Y esto no solamente ocurre en el campo de lo noticioso, sino también en el de los espectáculos deportivos y en el de los relatos de ficción: al violento, sea del campo de los “malos” o del de los “buenos”, se le hace aparecer como un personaje atractivo.

No quiere decir esto que los medios deban ocultar o silenciar el mal. Hay que informar sobre él, hay que presentarlo y aun representarlo, pero la validez ética de tal presentación o representación, tanto en la información noticiosa como en los relatos de ficción, consiste en no hacer su apología, es decir, en no exaltarlo como si fuera digno de admiración o de imitación. Ahora bien, lo que vemos a diario es cómo la exaltación de la violencia se ha venido incrementando sobre todo a través de la televisión, que en virtud del afán comercial por aumentar la sintonía ha mostrado hasta la saciedad que es plenamente cierto lo que escribió Goethe -el autor del inmortal Fausto-:

“Se puede hablar muchas estupideces, y también se puede escribirlas: no matarían al cuerpo ni al alma, y no cambiarían el rumbo del mundo. Pero si una estupidez se muestra a los ojos, adquiere un derecho mágico, porque ha capturado los sentidos y ha esclavizado el discernimiento”.

A partir del diagnóstico anteriormente esbozado, presento ante la consideración de ustedes tres propuestas que a mi manera de ver podrían servir de elementos para tener en cuenta en la elaboración de políticas conducentes a una comunicación social que haga posible la realización de los valores éticos de la veracidad como construcción de sentido, la libertad como ejercicio de la responsabilidad social y la justicia como equidad participativa, mediante la necesaria y por lo mismo imprescindible conexión entre la ética y la política, en el sentido originario de este concepto como construcción de ciudadanía y convivencia social:

- En el ámbito gubernamental y legislativo, quienes tienen la responsabilidad de establecer, desarrollar y ejecutar políticas comunicacionales que garanticen efectivamente la realización de los derechos de todos los ciudadanos y el cumplimiento de los deberes y obligaciones inherentes a ella.
- En el ámbito profesional, quienes tienen la responsabilidad de autorregularse como productores, realizadores y emisores de contenidos informativos, de opinión, educacionales y recreativos a través de los medios.
- Y en el ámbito personal, todos nosotros en lo que nos corresponde no sólo como usuarios de los medios, sino como potenciales

interlocutores en los procesos de comunicación social, con el apoyo de las instancias educativas correspondientes.

Primera propuesta: Institucionalizar formas específicas de interacción entre la familia y la escuela tendientes a la instauración y al desarrollo constante de procesos de formación para la percepción crítica y la expresión creativa en relación con los medios de comunicación social. En este sentido son decisivos los roles de la familia y la educación - tanto escolar como universitaria-, con la colaboración de los conocedores de los lenguajes mediáticos en los procesos de formación de la conciencia moral y de los valores éticos. Se hace indispensable una educación para el uso de los medios -también llamada “educación”-, en la cual intervengan como participantes activos los miembros de la familia -padres, madres, hijos e hijas-, los educadores y los estudiantes en todos los niveles de enseñanza formal, y los especialistas en el estudio y análisis crítico de los mensajes que circulan por los medios, con la finalidad de promover y desarrollar sistemas de recepción activa. Tal tipo de educación debe constituir una dimensión imprescindible, integrada dentro de todo el proceso educativo, y su contenido ha de ser doble: por una parte la formación de una actitud crítica frente a los medios, a partir de una desmitificación de las tecnologías y de un análisis valorativo de los mensajes; y por otra, la capacitación para saberlos manejar adecuadamente -con todo lo que ello implica en relación con el avance constante de las “nuevas tecnologías”-, de acuerdo con sus características específicas.

Así como no basta saber leer, sino que se necesita también aprender a escribir, análogamente hay que combinar el aprendizaje para saber interpretar con el orientado a saber producir mensajes con un sentido constructivo a través de los medios audiovisuales. Sólo así será posible una alfabetización integral que permita realizar, en la era electrónica de la comunicación, lo que en varios siglos, desde la invención de la imprenta, se ha venido haciendo realidad para el lenguaje escrito: el acceso al uso activo de un lenguaje que durante mucho tiempo fue privilegio de unos pocos.

Segunda: Establecer desde las instancias gubernamentales normas de regulación de los contenidos de los medios, respetando la previa autorregulación (que no debe confundirse con la autocensura por miedo o por presiones de cualquier índole), y el derecho de toda persona a la libertad de expresión y opinión (y por lo mismo rechazando la censura en su sentido de represión a priori de las libertades inherentes a la comunicación social). La regulación que propongo consiste en establecer sanciones pecuniarias y de otras índoles -como la suspensión o terminación de las licencias- para las empresas de medios que emitan mensajes o contenidos lesivos de los valores y derechos inherentes a la dignidad de las personas y comunidades humanas, es decir, que atenten contra la vida, honra y bienes de los ciudadanos, cuya protección debe estar a cargo del Estado, no en forma autoritaria o totalitaria, sino sobre la base de una legitimidad democrática que permita la participación de todos los estamentos de la sociedad.

Tercera: Promover y dinamizar formas estables y efectivas de organizaciones de usuarios de los medios de comunicación social. Esta puede y debe ser una manera de aprovechar responsablemente los espacios de democracia participativa que se van abriendo paso en nuestros países. No en el sentido de las ligas puritanas de censura que se pusieron en boga en Norteamérica a principios del siglo pasado ante el surgimiento del cine, sino en la línea de promover y efectuar la participación activa de la familia y de las demás instituciones educativas, de las comunidades y los movimientos sociales, en la toma de decisiones con respecto a las políticas locales, regionales y nacionales de comunicación social, de modo que la libertad de expresión se conjugue realmente con la responsabilidad social de los medios, y que sean los usuarios mismos de éstos quienes, en forma organizada, se conviertan en promotores de la calidad de los mensajes.

Tal propuesta implica también un compromiso ineludible con los sectores más pobres y desposeídos del acceso a una participación efectiva en los medios de comunicación social, tal como lo anota acertadamente la Aetatis Novae:

“Esto requiere especiales esfuerzos nacionales e internacionales, no sólo para otorgar a los pobres y a los menos pudientes el acceso a la información que necesitan para su desarrollo individual y social, sino también para hacer realidad que ellos mismos tengan un papel efectivo y responsable en la decisión de los contenidos de los medios de comunicación y en la determinación de las estructuras y de las

políticas de sus instituciones nacionales de comunicaciones” (Aetatis Novae, No. 15).

La información reunida en las encuestas constituye una valiosa aportación para comprender las fortalezas y las debilidades de nuestro espacio democrático. Los investigadores, los comunicadores y los políticos, desde luego, podrán ajustar sus visiones dejando a un lado impresionismos y prejuicios: las encuestas nos ofrecen un extraordinario material para conocer mejor a los ciudadanos mexicanos, atendiendo a valiosos indicadores y correspondencias que no se habían registrado con anterioridad.

Conocer con exactitud qué piensan los ciudadanos sobre su entorno político requiere rastrear tan lejos como sea posible en las concepciones y los valores que los impulsan o no a participar en los asuntos públicos. En definitiva, el buen funcionamiento del régimen democrático reclama un replanteamiento de "La Política", así con mayúsculas, y naturalmente la formación de ciudadanos capaces de asumir un papel activo en la sociedad. Dicho de otro modo, la democracia plantea la centralidad de la política como una actividad eminentemente ciudadana y no como una responsabilidad exclusiva y excluyente de una minoría que se asume como "representante del pueblo". Eso significa, en primer lugar, que el ciudadano se reconozca como tal, es decir como el sujeto de la política y no como el objeto pasivo de los funcionarios gubernamentales. La formación de la ciudadanía que acompaña necesariamente a las transformaciones democráticas es un proceso complejo que abarca a la sociedad en su conjunto, pues depende y se retroalimenta de la presencia de ciertos

requisitos objetivos y subjetivos que no siempre logran conjuntarse al mismo tiempo.

La profunda transformación política de México de los últimos años nos informa por sí misma de un verdadero proceso de renovación de la cultura política y de creación de ciudadanía, no exento sin embargo de complejidades y contradicciones, pues no hubiera sido posible desmontar las viejas estructuras autoritarias sin vencer al mismo tiempo la cultura de la desconfianza que acompañaba a los procesos políticos en general y a los electorales en particular. Combatir el fraude electoral, por ejemplo, o al menos la concepción bastante generalizada de que no había honestidad ni transparencia en el juego político, y arraigar en cambio la idea de que el voto es el mejor camino para transformar el mapa de la representación política fue un ejercicio de legalidad, sin duda, así como de tolerancia entre los distintos actores de la transición. Aceptar los derechos de los que piensan de otro modo es el primer paso para construir una cultura política democrática. Ciertamente, reivindicar la posibilidad de hacer política a partir de valores y principios no excluyentes universalmente reconocidos, supuso un esfuerzo para comenzar a quebrar inercias institucionales, vencer particularismos y conductas que se tenían como inamovibles o idiosincráticas. De ese modo, las reformas que rigieron los cambios democráticos fueron hallando apoyo en un destacable esfuerzo intelectual y ético que ha contribuido a cambiar sensibilidades y expectativas, a ir creando un clima de opinión favorable para renovar la cultura política que había estado profundamente arraigada en el país.

La instalación y consolidación de un sistema democrático parece exigir un aprendizaje permanente de los valores de la participación y la estabilidad, de la pluralidad y la paz, del ejercicio de los derechos y la legalidad, del despliegue de los intereses propios y la autolimitación, de la contienda y la cooperación y de la tolerancia. Un aprendizaje que lleva a reconocer derechos y obligaciones recíprocos, a asumir el valor de la pluralidad y la diversidad, y a renunciar a dogmas y maniqueísmos políticos. Un aprendizaje, además, que conduce a la formación de partidos y tendencias políticas conscientes de los alcances y las limitaciones de la competencia propiamente democrática, en la que nadie puede colocarse por encima de la legalidad, en la que nadie puede pretender tener privilegios contra la mayoría, en la que, incluso, las mayorías eventuales han de asumirse siempre como parte y no como todo, y en la que, por consiguiente, deben respetarse plenamente los derechos de las minorías, incluido su derecho a volverse mayoría.

3.5 Lenguaje periodístico

El lenguaje periodístico es un fenómeno social que repercute en casi todas las esferas de la sociedad. Los mensajes de los vehículos electrónicos son diferentes de los mensajes del periodismo impreso a causa de determinados factores ajenos a los propios medios que les influyen. Como resultado de un conjunto de datos técnicos, políticos, culturales, el mensaje periodístico ofrece características diferenciales

suficientemente acusadas según utilice como canal la Prensa escrita o bien la radio o la televisión.²⁴

Cada uno de los canales de comunicación ha ido conformando su propio código de expresión, tanto lingüístico como paralingüístico, cada cual con sus propios medios y sus propias características inherentes a su misma génesis y desarrollo. Por tanto, es necesario partir de las premisas de un diferente tratamiento y valoración de las informaciones dependiendo del medio, por las limitaciones lógicas.

El mundo que ahora estamos construyendo se va aproximando a esa aldea global, donde la información y la comunicación se adivinan como principales factores de la interacción humana. Las nuevas tecnologías y las nuevas líneas de desarrollo suponen un paso hacia adelante en el que la figura del intermediario informativo, del periodista profesional, se hace imprescindible.

Con base en lo anterior, se considera la existencia de tres universos conceptuales y metodológicos en los mass-media como la prensa escrita, la radio y la televisión, con el consiguiente tratamiento diferente de los temas, la ordenación dentro del tiempo, y del espacio, y la particular construcción lingüística del relato, según sus propias condiciones y características en cuanto a la oferta de contenidos informativos y la multiplicidad de mensajes, además de su consiguiente proyección de futuro. Al respecto, Núñez Ladeveze²⁵ afirma: "El medio no sólo es un sistema de distribución de mensajes

24 MORENO, Pastora. *Curso de redacción en Prensa, Radio y Televisión*. Sevilla. Mad.1998.

25 NÚÑEZ Ladeveze, L. *El lenguaje de los "media"*. Pirámide. Madrid, 1991.

sino también un sistema de organización de mensajes, y la organización de mensajes preexistentes se convierte, a su vez, en un nuevo mensaje. Al organizar el mensaje el medio lo reelabora...lo reformula, imponiendo de este modo su propia categoría modo de percibir, de interpretar... En consecuencia, el medio interesa no como sistema de distribución sino como sistema organizador de un contenido: los mensajes periodísticos. De acuerdo con este criterio, el medio impone un determinado punto de vista, una forma de percibir los hechos (por tanto) de elaborar mensajes”.

De otro lado, hay que tener en cuenta que las corrientes de especialización periodística se están imponiendo a todos los niveles y sectores de la comunicación. Resulta cada vez más obsoleta la figura del periodista que escribe de todo y vale para todo tipo de información. Mar de Fontcuberta sostiene que “cuando se habla de especialización no hay que referirse al tipo de medio o de audiencia sino a los contenidos. Actualmente se produce una tendencia que resulta revolucionaria en el mundo de los medios de comunicación. La sociedad de masas, nacida en la sociedad industrial, va dejar paso a una sociedad de colectivos, más propia de la sociedad postindustrial, en la que cada individuo tendrá un peso específico por sí mismo”²⁶

Algo han de tener en común todos los textos que aparecen en un diario por el simple hecho de aparecer en él, en palabras de María Luisa Santamaría: “Insistir en la existencia de una prensa que promueva la igualación idiomática en un nivel elaborado y culto. Una

26, DE FONTCUBERTA, M. *La noticia. Pistas para percibir el mundo*, Barcelona, Paidós, 1993. P34.

empresa empeñada en una tarea que informe y contribuya a la justicia, a la verdad, a la convivencia en el seno de una comunidad que, lejos de ser combatiente y épica, intente conducir a los ciudadanos por caminos razonables, aunque estos hayan de promover cambios radicales”.²⁷

Y es que la comunicación es un proceso que manifiesta la relación de los hombres entre sí con su contexto social y esta relación se da siempre con intencionalidad: modificar la conducta de los otros y cambiar asimismo el entorno social.

Por consiguiente, la comunicación periodística constituye un proceso de interrelación de individuos y grupos sociales, que se pone de manifiesto con el mensaje. Y la elaboración del mensaje periodístico requiere una estructura formal, una organización lógica de signos con una significación precisa, el ordenamiento de varios signos conforme con un código preestablecido y compartido por un sector social amplio. Pero, aunque los mensajes se caracterizan por el manejo de técnicas expresivas comunes a todo discurso, no toda la abundante información recibida por los lectores sobre diferentes temas reúne las características necesarias para ser considerada información veraz y completa o más bien desinformación y las circunstancias en las que se ofrecen las noticias.

En este contexto, el mensaje periodístico tiene su manifestación específica en los géneros periodísticos, hasta el punto de que durante mucho tiempo se ha llegado a considerar que la construcción de la

27, SANTAMARIA, M.L. *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*. Madrid, Paraninfo, 1990. P12.

actualidad se produce desde ellos, con ellos y gracias a ellos. Según Martínez Albertos, "podrían definirse los géneros periodísticos como las diferentes modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva".

Se refiere al periodista como un "operador semántico, o dicho de otro modo: la interpretación periodística de la realidad se expresa a través de una gama de modos y convenciones, que son los géneros periodísticos. Los códigos de la comunicación periodística, añade, se plasman así en unos estilos y géneros propios de un lenguaje que se diferencia claramente de otros tipos de lenguajes (el literario, el administrativo, etcétera).

Además de esto, los géneros periodísticos son géneros que reflejan el acontecer de un suceso y su interpretación, es decir, la información correspondiente y su comentario o valoración por parte del periodista. Para Javier del Rey "los géneros periodísticos serían como una red que el colectivo profesional de los periodistas lanza sobre eso que llamamos "el mundo", para racionalizarlo y explicarlo, y la teoría y sus categorías -la de que existen los géneros periodísticos, y la de que son éstos, y no cualesquiera otros-, expresarían ese esfuerzo para conseguir que la malla sea cada vez más fina".

4. POLÍTICA PÚBLICA

La principal caracterización del enfoque de políticas públicas proviene de Harold Laswell, el autor intelectual del campo de estudio considerado como "ciencias de políticas de la democracia". En la

orientación hacia las políticas²⁸ argumenta que el enfoque de políticas pone énfasis en los problemas fundamentales del hombre en sociedad, más que en los tópicos del momento.

Las ciencias de políticas se ocupan *del conocimiento del y en el proceso* de toma de decisiones en el orden público y civil.²⁹ El conocimiento *del* proceso de toma de decisiones comprende estudios sistemáticos y empíricos de cómo se elaboran y se llevan a cabo las políticas. Por su parte el conocimiento *en el* proceso concentra la atención en la elaboración y ejecución de las políticas y aprovecha las diversas aportaciones de la ciencia política y otras disciplinas afines.

Para Aguilar Villanueva “al hablar de políticas públicas queremos decir decisiones de gobierno que incorporan la opinión, la participación de ciudadanos electores y contribuyentes”... “y se abren de par en par las puertas para nuevas formas de diseño y gestión de las políticas: singulares, descentralizadas, subsidiarias y solidarias, corresponsables, en las que gobierno y sociedad enfrentan variada y conjuntamente los problemas colectivos”.

En principio, el autor como definición de trabajo, se refiere a que las ciencias de políticas se ocupan del conocimiento del y en el (Knowledge of and in) proceso de toma de decisiones en el orden público y civil. Y aclara que el conocimiento del proceso de toma de decisiones comprende estudios sistemáticos y empíricos de cómo se elaboran y se llevan a cabo las políticas.

28 Publicado originalmente con el título “*The Policy Orientation*”, en *Policy Sciences*, por Lerner y Harold Laswell. *Stanford University Press*, 1951. Se tomó la traducción publicada en *Antología 1, El Estudio de las Políticas Públicas* de Luis F. Aguilar Villanueva, Pág. 79, Edit. Porrúa, 1ª reimpresión 2003.

29 *La Concepción Emergente de las Ciencias de Políticas*, publicado originalmente con el título “*The Emerging Conception of the Policy Sciences*”, y tomado de la *Antología 1, El estudio de las Políticas Públicas* de Luis F. Aguilar Villanueva, pág. 105.

Explica que cuando el conocimiento es sistemático rebasa los planteamientos aforísticos de la “sabiduría” literaria convencional, mientras que insistir en el criterio empírico es especificar que las aseveraciones generales están sujetas a una cuidadosa disciplina de observación. Subraya que ésta es una distinción fundamental entre la ciencia y la no ciencia.

Al concentrar la atención en la elaboración y ejecución de las políticas, se identifica una dimensión referencial única y se aprovechan las diversas aportaciones de la ciencia política, la jurisprudencia y otras disciplinas afines. Sin embargo, aclara que las decisiones del orden público no agotan el campo de las políticas. Comenta que en sociedades complejas las decisiones oficiales no incluyen la mayoría de las elecciones más importantes que afectan la vida del ser humano, por lo que es esencial estudiar los procesos de tomas de decisiones semioficiales y no oficiales.

Para Harold D. Lasswell, la línea divisoria entre el orden público y el civil es una zona más que una línea, aunque en los estados totalitarios el orden civil sea totalmente absorbido por el orden público. Añade que la separación es más evidente en aquellos cuerpos políticos donde las actividades asignadas a los organismos gubernamentales formales son relativamente pocas y donde las actividades de grupos empresariales, comunidades religiosas y otros participantes activos de la sociedad son independientes de las directrices gubernamentales.

Precisa que las ciencias de políticas necesitan tener presente la distinción entre lo que es funcionalmente importante para el orden público y civil y lo que es meramente convencional. La referencia al

orden, sea público o civil, destaca un rasgo fundamental del enfoque de las ciencias de políticas. Los problemas agregados, sus causas y consecuencias, son sus focos de atención, aunque no por ello ignoran el problema específico de una organización en particular.

Las ciencias de políticas se interesan en la importancia del conocimiento y dentro de la decisión. Es innegable que el realismo de la decisión depende en parte de la obtención del conocimiento. En esta época de ciencia y tecnología una tarea cada vez más significativa es anticipar las necesidades de los decisores e impulsar todo conocimiento útil para la decisión.

Se abunda que en esta etapa preliminar se debe prestar atención a la yuxta- posición entre la política y la ciencia, que conlleva el término ciencias de políticas (policy sciences). La palabra ciencia contiene muchas connotaciones, una de las cuales es la búsqueda del conocimiento empíricamente comprobado. En el lenguaje común la política (policy) y la ciencia conllevan connotaciones mucho menos útiles e incluso inaceptables. Comúnmente se ha considerado a la ciencia como una actividad libre de valores, mientras que la política se ha asumido generalmente como una actividad de orientación valorativa.

Empero el autor aclara que no se puede afirmar que las actividades científicas sean neutrales en términos valorativos. Reconoce que para los científicos, el conocimiento en sí mismo es un fin. Explica que nadie niega que la satisfacción de la curiosidad humana es uno de los valores primordiales del hombre, o que la investigación científica es parte del proceso total de alcanzar y compartir la ilustración, la que

concibe como un valor último para los científicos apasionados y por engrandecer el reino de la física, la biología y la cultura; pero no es el único valor último que, en cualquier circunstancia, debe exigir una dedicación sin reserva.

Asegura que la supuesta neutralidad valorativa de la ciencia puede ser aceptada parcialmente. El científico calificado es un observador participante de los hechos y trata de aceptarlos tal como son. Al asegurar que así es la imagen ideal, exploratoria y anti dogmática del hombre de conocimiento, añade que no importa que tan seguro pueda estar de su verdad, porque el ideal pide que su mente esté abierta a cualquier posible cambio, sin considerar las pasiones ordinarias del hombre como el celo, la envidia, la intolerancia, el fanatismo y cualquier actitud que interfiera con la percepción y el juicio claros, lo que distingue a los científicos.

No es que el científico esté libre de pasiones, indica el politólogo, pero las utiliza como estímulo para su producción, y sus resultados están sujetos al permanente referendo de sus pares que revisan la validez empírica y la elegancia formal. En principio, no hay razones para creer que los criterios habituales incluidos en la imagen ideal de la ciencia no puedan aplicarse a quienes estudian el proceso de decisión.

Al asumir que el científico de políticas se enfrenta con problemas que no son ajenos a las operaciones políticas científicas ordinarias, el investigador subraya que la selección del conocimiento adecuado para la toma de decisiones exige obviamente anticipaciones del futuro. Pero también con frecuencia, los responsables de las tomas de decisiones ignoran áreas de conocimiento importantes, a menos que

se tomen iniciativas para ponerlos al tanto y modificar sus patrones cognoscitivos.

En esta definición de trabajo de las ciencias de política, Harold D. Lasswell, concluye que éstas deben esforzarse por conseguir tres atributos. Primero, contextualidad: las decisiones son parte integrante de un proceso social mayor. El segundo es la orientación hacia problemas: los científicos de políticas hacen suyas las actividades intelectuales relacionadas con el esclarecimiento de metas, tendencias, condiciones, proyecciones y alternativas. Tercero, diversidad: los métodos utilizados son múltiples y diversos.

En las denominadas carreras de los científicos de políticas, se indica que las carreras profesionales en las áreas teórico-analíticas de políticas públicas no son una novedad en Estados Unidos ni en Europa Occidental, ni en ningún centro urbano civilizado del pasado o del presente. Se les identifica con las áreas académicas de ciencia políticas, leyes, economía política, administración pública, administración de empresas y otras similares.

Aunque en las últimas décadas se ha registrado una multiplicación prodigiosa de carreras científicas orientadas a las políticas en campos de poco contacto con la teoría política tradicional, tales como un laboratorio, un área departamental, un archivo, con un científico o catedrático. Si el científico se convierte en el jefe del laboratorio del área departamental o de la biblioteca, quizá descubra que tiene el don de mediar entre sus colegas y entre ellos y el entorno institucional y social.

Esta relación con el entorno sucede en dos sentidos: los especialistas científicos deben ser protegidos y deben recibir apoyos e incentivos, en el ámbito universitario o en algún organismo público o privado. El siguiente paso hacia una carrera científica como experto en políticas, tendrá lugar cuando ya no concentre toda su energía, su atención apoyo a un pequeño grupo de asociados íntimos, y busque un cuerpo de especialistas mayor para abordar un campo social más amplio.

En este marco, desde algún nivel directivo, se explica que el individuo suele entrar en ambientes cuyos componentes no-científicos y no-académicos son especialmente importantes, por lo que el entorno no está necesariamente interesado en el conocimiento por sí mismo. Se descubre entonces que se obtiene apoyo para el conocimiento cuando se logra mostrar que la ciencia y la actividad de investigación pueden ser también medios y recursos básicos para obtener seguridad y salud, riqueza, poder, prestigio y otros productos igualmente importantes.

La carrera que comenzó como proveedor de conocimientos aplicables inmediata o potencialmente a las políticas se transforma ahora en el complejo rol a gran escala de un científico de políticas, convertido en un buen conocedor y experto del proceso de elaboración de las políticas. De tal manera que su reorientación es incentivada por las oportunidades y los requerimientos del gobierno.

Las carreras pueden empezar con consultorías técnicas y convertirse en comisiones administrativas de tiempo completo y ocasionalmente en liderazgo político, incluso hasta transitar de la academia al gobierno. Se indica que el interlocutor de una comunidad científica y

académica puede participar en el proceso de decisión municipal, distrital, estatal, nacional o internacional, en materia de políticas colectivas, públicas y privadas.

Al referir que las innovaciones en el conocimiento han influido de manera más determinante en las políticas, que la simple recolección de información sobre un determinado asunto, el autor destaca la expansión que han tenido las industrias de almacenamiento y procesamiento electrónico de información, así como el crecimiento explosivo de los servicios de consultoría empresarial y en la proliferación de oficinas de capacitación y de otras instituciones profesionales en el campo de las políticas.

Harold D. Lasswell, señala que aunque se insiste en el carácter contextual del enfoque de las ciencias de políticas, en la práctica puede circunscribirse a reproducir el punto de vista ortodoxo sobre el pasado y el futuro. En consecuencia, se impide que los individuos tanto del sector público como del privado rechacen la imagen de un futuro que considera inevitable el triunfo de determinadas instituciones particulares por órdenes superiores y en nombre de la ideología establecida.

A manera de ejemplificar, el investigador explica que en las naciones donde el control privado de los recursos es la principal característica y donde los métodos militares-políticos se emplean para prevenir toda alteración del orden establecido, los científicos de políticas están condicionados por la oligarquía dominante, con la consecuencia de que deben guardar deferencia a las doctrinas de los coroneles, los

terratenientes, los caciques, los inversionistas y los aliados extranjeros, gubernamentales o no gubernamentales.

En contraste, en los lugares donde existe una considerable libertad para que los científicos de políticas definan su papel, se puede observar una convergencia significativa de sus puntos de vista. Se percibe entonces que el enfoque en el análisis de políticas tiende hacia la contextualidad en lugar de la fragmentación y privilegia la orientación hacia problemas, en vez de la ceguera ante éstos.

Ejemplifica que si la formación profesional de un especialista ha sido en disciplinas relativas al conocimiento de la decisión, la tendencia ha sido ampliar e interrelacionar distintas disciplinas entorno de las decisiones. Con ello se busca revertir la tendencia hacia la especialización del siglo XIX y principios del siglo XX, cuando la filosofía política, por ejemplo, se convirtió en un cerrado claustro académico donde el puro ejercicio lógico era el modo de pensar dominante.

La tendencia más reciente ha buscado establecer contactos más directos con las experiencias humanas y con los procesos valorativos propios de cada institución. De tal manera que hay una tendencia a dejar la especialización extrema en técnicas administrativas y se busca desplazarse hacia la generalización característica de la ciencia de políticas. Al mismo tiempo, las teorías tradicionales de toma de decisiones, interesadas en el dominio de la teoría y en el detalle empírico, se acercan entre ellas y buscan a los especialistas de las nuevas tecnologías.

De lo anterior, se obtiene como resultado que las carreras profesionales en políticas públicas no son sólo contextuales y orientadas a problemas. Poseen también una síntesis de técnicas de todo tipo, que abarcan tanto la recolección y procesamiento de datos, como la formación de teorías y las propuestas de solución de problemas.

Si resumimos el desarrollo contemporáneo de las policy sciences, se añade, podemos definir las provisionalmente como ciencias interesadas en el conocimiento del proceso de decisión y en el proceso de decisión. El científico de políticas, en tanto profesional, trata de obtener y dominar las habilidades necesarias para lograr decisiones ilustradas en el orden público y civil. En tanto profesional cultiva el interés disciplinado del científico por lo empírico, pero busca alcanzar una síntesis óptima de las diversas habilidades científicas con el fin de contribuir a la invención de una teoría y una práctica confiables para la solución de problemas en el marco del interés público.

A manera de conclusión, es menester precisar que al margen de la concepción de las ciencias de políticas, las que no podrán sustraerse en el mundo actual ni del conocimiento sistemático ni del empírico, ni de intereses y expresiones de orden ideológico y político; quien se prepare para diseñar, planificar, operar y evaluar políticas públicas, está obligado a tener una formación integral en el aspecto humano, profesional y académico.

Hoy día no basta con que las políticas públicas estén sustentadas por el conocimiento del y en el (knowledge of and in) proceso de toma de

decisiones en el orden público y civil, se requiere más que de innovaciones de la voluntad y sensibilidad políticas para que el diseño y aplicación de éstas correspondan a la realidad y necesidad social; de ello dependerá no sólo su éxito, sino el desarrollo de planes de gobierno e incluso la gobernabilidad y la legitimidad de una administración pública.

En relación a las habilidades necesarias que requiere un científico de políticas, en el terreno profesional para lograr decisiones ilustradas en el orden público y civil, es imprescindible poder determinar con objetividad, la que da el conocimiento de causa, una relación que la mayoría de las veces no tiene una frontera visible, hasta dónde es lo público y hasta dónde lo privado, y viceversa; y lo anterior tiene que ver con los grupos de interés que rodean las decisiones de las políticas públicas.

El investigador de la Universidad Complutense de Madrid, Estanislao de Kostka Fernández establece que desde la perspectiva de las Ciencias Sociales y siguiendo a Jean-Claude Thoenig, la noción de Políticas Públicas hace referencia a la disciplina que tiene por objeto de estudio “la acción de las autoridades públicas en el seno de la sociedad. ¿Qué producen quienes nos gobiernan, para lograr qué resultados, a través de qué medios?” Yehezkel Dror define las políticas públicas como “una supra disciplina orientada a la búsqueda del aprovechamiento de la elaboración de políticas” y caracterizada por una serie de diferentes paradigmas relacionados con las Ciencias Sociales Contemporáneas³⁰.

30 Diccionario crítico de Ciencias Sociales y Políticas Públicas. Román Reyes (Director). <http://www.ucm.es/info/eurotheo/diccionario> Ed. Plaza & Valdés, St, I - IV, Madrid y México, 2008 Coedición: Universidad Complutense de Madrid ISBN: 978-84-96780-14-9; 84-96780-14-7

Se trata de una disciplina científica cuyo objetivo es elaborar información que sea de utilidad al proceso de adopción de decisiones y que ésta pueda ser utilizada para resolver problemas en circunstancias políticas concretas. En este sentido se pronuncian a Aarón Wildavsky y William N. Dunn.

4.1 De la ciencia de políticas al análisis de políticas

David Garson sostiene en su ensayo que la visión lasswelliana de las ciencias de política aún es relevante aunque en gran parte haya quedado incumplida. Sostiene que no se rompe el nexo que vincula el análisis de políticas con las cuestiones tradicionales de la ciencia política, quizá más de lo que el mismo Lasswell se dio cuenta.

Una revisión del debate teórico actual muestra el conflicto entre análisis de sistemas y política, métodos cuantitativos y análisis de caso, planificadores e incrementalistas, analistas y “bomberos” (*muddlers*). Este debate ya es institucional, se ha estereotipado como la “escuela de Harvard de los trituradores de números” contra la “escuela Berkeley de los politiqueros” (Nelson, 1979). El debate entre los modelos empírico-analíticos y la visión neo pluralista ha terminado por hacer perder la visión de las ciencias de política.

Lasswell vio fundamentalmente las ciencias de política como algo muy distinto de la ciencia social aplicada. Las ciencias de política deberían interesarse en los problemas fundamentales del hombre en sociedad.

En su obra de *The Future of Political Science* (1963), estableció que conforme la ciencia política se adentra en el futuro se encuentra en una mejor posición para tomar la importantísima iniciativa de integrar creativamente el pensamiento y la organización tanto en los niveles superiores como en los inferiores del conocimiento y de la política. En la visión que tenía Lasswell de las ciencias de política se yuxtaponen conductismo y humanismo, una versión extrema del pensamiento de Charles E. Merriam, su maestro.

En *A Preview of Political Science* (1971), Lasswell definió al científico de las políticas como alguien que estaba “interesado en dominar las habilidades apropiadas para tomar decisiones en el contexto del orden público y cívico”. El “orden cívico” por su lado, una preocupación filosófica aún más profunda, terminó perdiéndose por entero a medida que los años de la posguerra transformaron las ciencias de política al servicio de la democracia en análisis de políticas al servicio del gobierno.

En los años 50 y 60, la corriente sinóptica pura se caracterizó por su identificación con el análisis de sistemas como meta teoría, el empirismo estadístico como metodología y la optimización de valores como criterio de decisión. La corriente anti sinóptica pura se caracterizó por su identificación con el pluralismo como meta teoría, el análisis contextual y de casos como metodología y la racionalidad social “en el sentido de integración de intereses” como criterio de decisión. Aunque la opinión anti sinóptica llegó rápidamente a hacer dominante en la ciencia política en general, la tradición sinóptica probó

ser ampliamente útil en la administración pública y el análisis de política.

El éxito de los economistas fue otra fuerza más a favor de la tradición sinóptica. El punto culminante de esta tendencia fue la adopción del Sistema de Planeación y Presupuestación por programa (PPBS, por sus siglas en inglés) durante los años de Kennedy y Johnson, años de un substancial incremento del número de economistas a la elaboración de la política federal (Amacher, Tollison y Willet, eds., 1976: 37). Aunque años después se descartó al PPBS, la metodología del análisis costo beneficio y de evaluación de programas fue, en muchos círculos gubernamentales, sinónimo de análisis de políticas.

En el desarrollo del análisis de políticas, en el nivel académico, destaca el estudio (Horowitz y Katz, 1975: 156/7), que establece que el análisis de políticas había llegado a caracterizarse por lo que denominaron “enfoque ancilar”, que consistía de una investigación teórica, sujeta a las especificaciones federales y más emparentada con el trabajo de aplicación industrial que con la investigación académica. Concluyeron que la ciencia social seguía siendo contratada ampliamente por dependencias gubernamentales y que cada vez más los analistas de política, cuando deseaban analizar las políticas nacionales lo hacían sin los auspicios gubernamentales.

Horowitz y katz observaron que el enfoque ancilar tiende a malbaratar la capacidad de crítica, un papel tradicional y vital jugado por las universidades, y debilita la posibilidad de lograr un enfoque sistemático del análisis de políticas como un movimiento interdisciplinario

coherente. Otros, como Cohen y Rakoff (1978) del Circulo del Campus de Chicago de la Universidad de Illinois, han buscado que sus programas de Maestría en Políticas Públicas tengan esta orientación crítica, al hacer hincapié en la formación para el análisis contextual, una reminiscencia de Lasswell, aunque con diferente enfoque político. Cada una de estas críticas al “Enfoque ancilar” replantea a su manera las cuestiones relativas al análisis de políticas como Ciencia Social, y anticipadas, años antes, por Merriam y Lasswell. La relación del análisis de políticas con la ciencia social está en disputa. Algunos han visto en el análisis de políticas no un desperdicio de energías, sino una oportunidad real para el avance científico.

David Garson en sus conclusiones asegura que quizás en el futuro el análisis de políticas nunca logre la síntesis idealista representada por las ciencias de política de Lasswell, pero su futuro tampoco se encuentra en el “enfoque ancilar”. El movimiento de esta disciplina nueva se encaminará hacia una cobertura más balanceada de su dominio.

Lasswell luchó durante años por conformar una nueva ciencia política que incluiría todo y se aplicaría al análisis de las políticas públicas. La aproximación multidimensional al análisis de política es un objetivo relevante todavía hoy. Irónicamente el progreso del análisis de políticas depende de un examen cuidadoso de su pasado, representado por teóricos de la talla de Lasswell y Merriam, y aún antes de Weber y Marks.

En la década de los 70's en Estados Unidos, las Políticas Públicas iniciaron su desarrollo como consecuencia de otras disciplinas para hacer frente a los nuevos desafíos de los poderes públicos, y de la dificultad de las teorías existentes para ofrecer instrumentos de análisis eficaces, con los que afrontaron las nuevas demandas. De tal manera que las Políticas Públicas son parte de una concepción pluridisciplinaria en el que la Ciencia política asume una función predominante. Esta perspectiva teórica encuentra su génesis en Harold Laswell y será desarrollada desde Francia por Jean-Claude Thoenig y Michael Crozier, desde Gran Bretaña por Lewis A. Gunn y B. W. Hogwood, C. Ham y M. Hill, Robert A. W. Rhodes y J. J. Richardson, desde Alemania por F. A. Scharpf y R. Mayntz o desde Italia por Bruno Dente.

Estanislao de Kostka Fernández acota que como apunta Maurice Blondel, las investigaciones en torno a las Políticas Públicas son “una necesidad no solo para detectar las ineficiencias de la actuación pública y reducirlas en el futuro, sino para conseguir una mejor inyección de principios normativos en el desarrollo diario de tales políticas”.

4.2 Análisis de las Políticas Públicas

En su estudio, el académico Manuel Tamayo Sáez de la Universidad Complutense de Madrid y del Instituto Universitario Ortega y Gasset, simplifica que el análisis de las políticas públicas es un conjunto de

técnicas, conceptos y estrategias que provienen de diversas disciplinas –la Ciencia Política, la Sociología, la Teoría de la Organización, la Psicología y la Antropología entre otras- que intentan mejorar la calidad de ese proceso de transformación de recursos e impactos.

El análisis de políticas es –investigación para la acción-; su objetivo es ayudar al decisor público a responder a preguntas tales como: ¿Debería intervenir el gobierno para solucionar un problema concreto?; ¿Cómo se debe orientar esa intervención?; ¿Cuánto tiempo será necesario actuar sobre él?; ¿Qué costes acompañaran a las acciones emprendidas?; ¿Quién se beneficiará de la intervención y quien resultará perjudicado por ella?; ¿Serán o no satisfactorios los resultados de la intervención?

El análisis de políticas públicas implica todo el proceso de la política pública y puede centrarse en:

-Los aspectos externos a la Administración Pública, preocupándose por el problema a tratar sus dimensiones la gravedad del mismo, el número de personas a las que afecta etcétera.

-La implicación y comportamiento de los actores sociales críticos con intereses en el proceso de la política.

-Los objetivos y las metas, interesándose por conocer la adecuación entre las previsiones y los logros.

-Los medios e instrumentos utilizados-recursos humanos, financieros, organizativos y tecnológicos- para desarrollar la política.

Resalta que el análisis de las políticas públicas lo realizan personas que filtran la realidad a través de sus valores, de su capacidad técnica,

de sus intereses circunstanciales y de su grado de información. De este modo, las conclusiones del análisis se ven afectadas por estos factores (Weimer y Vining, 1942). Consecuentemente, es importante siempre tener presente la relación que exista entre la realidad y el análisis, y los analistas y la realidad. De otra forma, podríamos atribuir un valor inapropiado al análisis.

Hecha abstracción de la acción del analista, existen dos perspectivas que ponen en relación la política y su análisis. En primer lugar, y la más importante, es la perspectiva del responsable de la política en cualquiera de sus fases (formulación, implantación, evaluación y, en su caso reformulación). Esta es la perspectiva del directivo, *policy maker*, en las organizaciones públicas. La otra es la perspectiva del analista de políticas públicas, que es una gente que enriquece el universo de información que se pone a disposición de los directivos para que puedan tener un criterio de decisión en cualquiera de las fases de la política pública. Este analista no tiene por qué ser, necesariamente, una gente interna de la organización pública; de hecho, con frecuencia es una gente externa a la misma de quien se recaba consulta.

Cualquiera que sea la perspectiva adoptada, lo que parece claro es que el proceso de las políticas públicas no tiene ningún sentido si no se vincula a la actividad del análisis. El análisis de políticas intenta responder a una serie de cuestiones fundamentales que se planean en cada una de las distintas fases del proceso de la política pública. El papel del analista es aplicar, en la medida de lo posible sus conocimientos técnicos y su visión política del problema, para dar

respuesta a esas preguntas y producir informaciones cualificadas que serán tenidas en cuenta por los *policy makers* en las fases del proceso.

A manera de conclusión, Manuel Tamayo Sáez afirma que el análisis de políticas es a la vez un arte y una ciencia. Es un arte porque hace referencia a la labor de los directivos públicos, que intuitivamente reproducen con sus decisiones las fases del proceso de las políticas sin dominarlo conceptualmente. Es una ciencia porque aspira a entender el complejo mundo de la acción pública y prescribir, en la medida de lo posible, la mejor forma de aproximarse al proceso de las políticas.

El análisis de políticas públicas es un campo de especialización profesional emergente que está cobrando una gran importancia. El análisis, la evaluación, la investigación aplicada al proceso de formación de las políticas no es un lujo, es una necesidad que habrán de afrontar las organizaciones públicas para asegurar su supervivencia. Sólo mediante políticas eficaces –desde el punto de vista del impacto social que generan y de la eficiencia en la utilización de los recursos- se puede legitimar, efectivamente, la acción de los gobiernos en una demostración pluralista.

Para Graham Allison, en el juego de la política pública, hay dos jugadores principales, los analistas de políticas y los políticos³¹. A los analistas de políticas les interesa la eficiencia económica y cómo las políticas públicas pueden afectar a la sociedad en su conjunto.

31 Graham T. Allison, *Essence of Decision*, Boston: Little, Brown, 1971, pp. 162-163

Quieren medir con claridad los resultados de la política y el grado en que se realizan los objetivos con fe en sus técnicas, los analistas derivan sus conclusiones de modelos matemáticos abstractos.

En contraste, a los políticos interesa la distribución de los productos, y cómo las políticas públicas afectan a ciertos individuos y grupos. Ponen el acento en la negociación, en la transacción y el compromiso, tratan de cancelar los objetivos que impiden llegar a un consenso y buscan resolver el conflicto entre intereses rivales, distribuyendo recursos limitados. Con fe en el proceso político, los políticos basan sus recomendaciones en la fuerza de sus posiciones de sus electores. Robert D. Behn en *El análisis de políticas y la política*³², establece que esta división del mundo de las políticas es similar a la “dos culturas” que C.P. Snow encontraba en el mundo intelectual, la de los científicos físicos y la de los intelectuales literarios. Como el científico de Snow, el analista de políticas es el optimista, completamente convencido de que la propuesta de sus análisis es la mejor opción y que puede ser de gran ayuda a la sociedad.

Como el intelectual literario, el político de las políticas es el pesimista, igualmente convencido de que el último invento del analista de sistemas, el presupuesto por programas, la gestión por objetivos o el presupuesto base cero, solo harán que el proceso de las políticas sea más complicado, no mejor, y que el único curso razonable es seguir en la brega tratando de salir del apuro.

El analista y el político descritos son tipos ideales, tal vez caricaturas,

32 Publicado originalmente con el título “*Between Knowledge and Politics: Three Faces of Policy Analysis*”, en *Policy Sciences*, num. 19, 1986, pp. 33-59. Traducción en español de María del Carmen Roqueñí.

que definen los polos de un espectro continuo que va desde el matemático, fascinado con las complejidades de sus modelos, hasta el funcionario público que busca auto-promoverse, derrochando recursos en la comunidad electoral que más pueda beneficiar.

En realidad, cada jugador individual posee una combinación única de habilidades analíticas y políticas. En cualquier juego de políticas los jugadores tomarán partido según sus talentos y preferencias. Así, un político tradicional puede ser bastante analítico cuando se trata de asuntos que no le afectan a él o a sus electores, y un analista puede ser bastante político cuando estudia políticas que interfieren con sus intereses o con los de su comunidad analítica.

El criterio del analista para la selección de políticas es la eficiencia económica agregada. La mejor política es la que arroja mayores beneficios netos. La suma de todos los beneficios y la resta de todos los costos proporcionan al analista la medida del interés público. El criterio de utilidad o beneficio social neto ignora por supuesto los problemas de distribución: quién recibe los beneficios y quién paga los costos.

El criterio de eficiencia ofrece la mejor oportunidad para redistribuir el ingreso hacia aquellos grupos que la sociedad considere más necesitados o con mayor mérito. Que la eficiencia predomine sobre la equidad como valor analítico es bastante explicable. Existe una medida única y simple para la eficiencia: los beneficios netos. Como la eficiencia es un criterio simple, único, específico y medible, es más adaptable que la equidad para el trabajo analítico.

En contraste, el político se interesa más en la distribución. No son los ciudadanos individuales, sino las comunidades organizadas de ciudadanos las que tienen la influencia política. Como representante electo o autoridad política designada, el político responde a los electores, no a la noción abstracta de beneficio público agregado, propia del analista.

En este contexto, Robert H. Haveman escribe que al ser sensible a los intereses de sus electores más organizados y activos, el político concluye que los proyectos son de lo más valioso para ellos –que por supuesto lo son- y por lo tanto deben ser realizados. Y el que los beneficios sean evidentes en tanto que los costos pasen inadvertidos es un hecho que debilita todavía más la perspectiva analítica. La visión del político termina por triunfar. La atención del político al impacto distributivo no refleja una preocupación por la equidad, sino precisamente lo opuesto. El interés del político en la distribución es estrictamente localista, mientras que el analista es meramente teórico. El interés del político es, no obstante, una respuesta a las realidades del inter-juego de las fuerzas políticas, los conflictos entre grupos y la lucha por obtener la generosidad del gobierno. No es de extrañar entonces que los intereses del político logren ser dominantes en el proceso decisorio ni que las consecuencias distributivas sean tan opuestas al designio declarado.

Las diferencias entre en el analista y el político pueden originarse en la indiferencia del analista a las comunidades electorales organizadas y a la devoción del político hacia ellas. El político busca satisfacer los “deseos” explícitamente expresados de la gente; el analista se ocupa

de lo que la gente “necesita”. El analista no cree que sea necesario que los individuos se organicen para mostrar que una política es deseable; el político cree que eso basta.

John Mendeloff ha escrito que las mejores ideas del análisis de políticas “pueden surgir si acerca uno las dos perspectivas (económica y política), por lo que se precisa ya sea de un equipo multidisciplinario o de una cabeza multidisciplinaria”. Para elegir políticas públicas y lograr que se adopten y se implanten es preciso pasar una y otra vez de lo analítico a lo político y viceversa.

A menos que los analistas se resignen a observar cómo componentes esenciales de las opciones de política cuidadosamente diseñadas se abandonan para apaciguar a diferentes grupos electorales, deben profundizar su entendimiento de la parte política del juego. Sólo el analista de políticas completo, que sabe qué compromisos puede contraer para lograr el apoyo o neutralizar a la oposición y qué sacrificios debe aceptar a cambio de ganancias políticas insuficientes, ganará la confianza de los jugadores políticos clave y se convertirá en un miembro verdadero del equipo que elabora las políticas.

Douglas Torgerson en su ensayo titulado Entre el conocimiento y la política: tres caras del análisis de políticas, advierte que éste tiene como propósito inicial entender el análisis de políticas en términos de su significado político e histórico, por lo que con este fin, excluye las innegables diferencias, presentes en el análisis de políticas, para tratar de identificar un fenómeno simple. En una concepción amplia del término el análisis de política incluye todas aquellas actividades

dirigidas a desarrollar conocimiento que sea relevante para la formulación e implementación de las políticas públicas.

La primera cara, el autor la define como las imágenes de un viejo sueño que tienden a dominar el pensamiento profesional de las políticas públicas. Tal sueño pretende abolir la política, poner fin a la lucha y a la confusión de la sociedad humana con una administración ordenada de las cosas, basada en el conocimiento objetivo. El sueño de fundamentar los asuntos públicos en bases racionales apareció en el siglo XVIII durante la ilustración y se fortaleció en el siglo XIX, con el advenimiento del positivismo.

Los primeros positivistas anunciaron el surgimiento de una nueva era de la humanidad: una civilización armónica y eficiente, basada no en el interés político, sino dictada por el conocimiento genuino, por los hallazgos de las nuevas ciencias naturales y sociales. De forma implícita, el ideal de reemplazar la política por el conocimiento permanece como un tema predominante del análisis contemporáneo de políticas (cfr. Schick, 1969,1971). Hoy día, el análisis de políticas conserva el sello inconfundible de la herencia positivista.

El positivismo se entendió como parte del desarrollo histórico mundial, enteramente dedicado a promover el surgimiento de una civilización industrial madura y ordenada. El análisis de políticas, en cambio, apareció cuando el industrialismo estaba ya en su apogeo y podía, por tanto, aceptar el orden establecido e ignorar en gran medida el problema del compromiso y la valoración, limitándose a hacer “ajustes menores en los mecanismos existentes” (Easton, 1971:81).

La primera cara del análisis de políticas es la que vemos cuando por primera vez nos sentimos atraídos por el ensueño de la Ilustración, así como por sus reformulaciones posteriores. La segunda surge cuando el viejo sueño se convierte en algo cercano a una pesadilla. Si el análisis de políticas apareció primero como la victoria del conocimiento sobre la política, ahora aparece como la dominación de la política sobre el conocimiento.

Laurence Tribe, el crítico más importante del análisis de políticas convencional³³, no le da tanto énfasis al abuso de los intereses políticos en el análisis de política, como a la influencia penetrante aunque sutil de la política misma dentro del análisis. La objetividad aparente que parece ser leal a la razón, se convierte realmente en una traición inconsciente: el estilo tecnocrático y su imagería se vuelven parte de la retórica política. Las demandas y expectativas irracionales se enarbolan en nombre de la razón. La política se oculta tras la máscara del conocimiento. El viejo sueño sobre la posibilidad de que la razón escape a la política deja traslucir la ingenuidad del análisis de políticas convencional (cfr. Baum, 1982; Torgerson, 1984: cap. 6).

La tercera cara del análisis de políticas apenas se vislumbra. En la primera cara del análisis de políticas, el conocimiento reemplazaba a la política; en la segunda la política dominaba el conocimiento. Cuando observamos la tercera cara vislumbramos el potencial para una

33 El trabajo de Tribe (1972-73) es central para esta evaluación crítica del análisis político convencional. Véase también Wildavsky (1966), Self (1975), Van Gunsteren (1975), Fay (1975), Kramer (1977). A la fecha, la crítica del análisis de políticas convencional ha sido lo suficientemente difundida como para que un actor haya identificado una escuela de "analistas anti-políticas y expresara comentarios en defensa de la perspectiva ortodoxa (McAdams, 1984). Para un tratamiento equilibrado sobre algunos de los autores críticos, véase Torgerson (1984: 16-19, 38-45).

relación en la cual la política y el conocimiento no sean mortalmente antagónicos. La crítica de la segunda cara del análisis de políticas muestra el lado oscuro de la visión ilustrada: una tecnocracia irracional, en la cual se anida una aparente fuga de la política pero que en realidad es una máscara para el ejercicio subrepticio del poder.

Reconocer que la corriente post-positivista en la filosofía de las ciencias sociales tiene profundas consecuencias en el ejercicio del análisis de políticas significa ya un pequeño avance. El discurso del positivismo pierde sentido cuando se descubre la segunda cara del análisis de políticas. Es evidente que la estrecha concepción positivista de la razón ha propiciado un estilo intelectual insensible a su propia naturaleza y contexto, en una palabra, irracional. La crítica al análisis de políticas convencional nos conduce a una pregunta clave: ¿puede la razón tener cabida en el mundo real de la política, donde se elaboran y llevan a cabo las políticas públicas?

La denominada política de la metodología (Amy, 1984: 210), explica que el positivismo fomenta una imagen de neutralidad en la investigación porque divorcia al analista del objeto de análisis; el investigador se convierte, por principio, en un observador distante y neutral de los hechos. Más aún el analista neutral, que adquiere de la sociedad su conocimiento, ocupa rápidamente el papel del técnico neutral que aplica el mismo conocimiento a la sociedad. Debería reconocerse incluso que la adopción de cualquier postura metodológica –sea correcta o incorrecta- inevitablemente conduce a una forma de acción política. La brecha entre el experto y el ciudadano aparece entonces no como algo políticamente neutro, sino como un

artefacto del estado administrativo. Si el positivismo desplazó al analista del mundo humano y lo convirtió en un observador neutral, el post-positivismo lo trae de nuevo a este mundo como participante activo. La investigación no puede continuar divorciada de la sociedad, sino que, por principio, se vuelve un modo particular de acción social. Hoy la tercera cara del análisis de políticas se percibe principalmente como un formula metodológica que se inspira en un nuevo enfoque de la filosofía de las ciencias sociales. Para dibujar la tercera cara de manera clara necesitamos desplazar nuestra atención de una perspectiva teórica a una práctica enraizadas en las decisiones políticas.

4.3 La formulación de la política pública

En el marco del análisis de las políticas públicas, en específico relativo a su formulación, Tamayo Sáez establece que una vez que un gobierno conoce la existencia de un problema, lo define y rechaza la opción de no actuar sobre él, comienza el proceso de elaboración de la política pública para intentar proporcionar soluciones. La formulación de la política incluye: el establecimiento de las metas y objetivos a alcanzar, la detección y generación de los posibles caminos –alternativas- para llegar a los objetivos, la valoración y comparación de los impactos de esas vías alternativas y, finalmente, la selección de una opción o combinación de ellas.

La fase de formulación es una tarea exclusiva de los actores públicos, la responsabilidad sobre la decisión final y el diseño de la política

permanece en manos del gobierno. Para que una política sea pública es requisito indispensable que esté investida de legalidad, es decir que sólo desde el ámbito público se puede formular una política pública.

El acuerdo sobre el concepto de elaboración de las políticas es aún un tema abierto que ha generado dos corrientes principales de análisis: el racionalismo y el incrementalismo. La diferencia fundamental entre ambas corrientes es la importancia que conceden al análisis de políticas para influir y mejorar la elaboración de las políticas. Para los nacionalistas es posible, mediante el análisis, que las decisiones públicas se asemejen a las decisiones que adoptan los ingenieros, los industriales, los estrategas militares, decisiones cuantificables, operativas, guiadas por criterios de eficacia en la consecución de los objetivos y eficiencia económica, preocupándose no sólo de qué hacer sino también cómo hacerlo (Quade, 1989).

Por el contrario, los incrementalistas abundan en el carácter elusivo, complejo, fragmentado y a veces incomprensible de los procesos sociales sobre los que las políticas públicas intentan influir, de modo que el análisis de políticas poco puede hacer para ordenar el cambio en presencia de factores como las relaciones entre los distintos niveles de gobierno, la divergencia de intereses, la inexistencia de objetivos claros y compatibles sobre qué debe hacerse, las presiones de individuos, grupos y empresas.

La versión española de las políticas públicas (original de Yves Meny y Jean-Claude Thoenig) a cargo de Francisco Morata, en materia de formulación de los problemas establece: ¿Cómo se generan los

problemas que originan la intervención pública? Y se responde que es conveniente distinguir dos estadios en el trabajo político:

-uno concierne a la fase de definición de un problema, la formulación de las demandas;

-el otro se refiere a las estrategias de respuesta desplegadas frente a las demandas.

Esta distinción en dos fases no significa de forma necesaria que la primera preceda cronológicamente a la segunda (lo que hemos llamado el peligro de la robinsonada democrática). En efecto, es muy posible imaginar que preexiste una respuesta, seguida de una fase de formulación de la demanda.

En su análisis de los –problemas sociales-, Becker demuestra que la existencia de un problema social procede de dos fuentes posibles: las carencias objetivas de una sociedad; pero, ante todo, la decisión subjetiva de los que, en nombre de ésta, califican dicho fenómeno de problema social (Becker, 1964). En efecto, el origen de una demanda social y de las necesidades, supuestamente, expresa esta demanda, se sitúa en la esfera política; esto significa que las necesidades no se definen ni se enuncian con toda claridad. La visión de las necesidades es selectiva.

¿Existen necesidades en materia de acción pública? Para una empresa privada, el criterio de la realidad de una necesidad en el mercado económico puede formularse así: es necesidad todo lo transformable en demanda solvente.

Un servicio público puede guiarse por este criterio. Se le pueden aplicar muchos sustitutos:

-La necesidad normativa. La definen así terceras personas (expertos, políticos), de acuerdo con sus propios valores (profesionales o éticos), poniéndose en el lugar del consumidor.

-La necesidad sentida. Su expresión es indirecta: la población traduce su existencia mediante sus deseos y motivaciones; corresponde a los especialistas explicitar el aspecto latente de la necesidad.

-La necesidad expresada: actos concretos traducen su existencia (actos de consumo).

-La necesidad comparativa: se genera cuando se compara entre ellas dos o varias situaciones sociales o geográficas, en términos de nivel de servicio, y se utiliza una como indicador de los comportamientos futuros de los consumidores en las otras.

El concepto de necesidad es delicado y hasta peligroso si ésta se concibe como una exigencia en sí. Puede utilizarse teniendo presente que las necesidades de tipo normativo son, en general, las más frecuentes. Los consumidores o el público hablan poco; en cambio, muchos otros actores sociales lo hacen en su nombre: el empresario político, el abogado de una causa, el promotor de un interés social, y la misma autoridad pública afectada.

Del mismo modo que no dispone de necesidades claramente expresadas, una autoridad pública tampoco tiene criterios claros para determinar objetivos. Mientras que la empresa privada puede definir las escalas y los parámetros de forma relativamente simple y unívoca (cifra de negocios, margen de utilidades, imagen de marca, entre otros), para la autoridad pública esa definición es mucho más compleja. De ahí la búsqueda de sustitutos que permitan definir

estados orientativos; por ejemplo, el movimiento de los –indicadores sociales- que fija indicadores de estados normativos (Cazes, 1970).

Sin embargo, dichos indicadores son muy abstractos, ya que su traducción concreta es, a la vez, técnicamente difícil y delicada, desde el punto de vista normativo. ¿Cómo medir el nivel educativo de una población? ¿Por medio del analfabetismo? No basta. ¿Con el número de diplomas de enseñanza secundaria? Tampoco es evidente. En resumen, ningún indicador social suscita el consenso necesario. Nadie ve los mismos hechos, porque cada cual tiene intereses divergentes.

La experiencia muestra que, en la práctica, existen pocos indicadores de estados que sean descriptivamente válidos.

Otra perspectiva, más antropológica, consiste en privilegiar el concepto de –problema público- como palanca para la formulación de las agendas. Las acciones públicas son formas culturales, con su retórica y sus ritos. Desde este punto de vista, un problema público es una construcción social, un hecho cultural que obedece a una estructura cognoscitiva y moral (Gusfield, 1981).

Por una parte, en una sociedad existen creencias sobre las situaciones y los acontecimientos que dan nacimiento a un problema. Por otra, el aspecto moral se traduce en juicios que definen el acontecimiento como insoportable e inmoral, y por consiguiente, debe conducir a una acción de cambio. Conocimiento y juicio moral se combinan para que un fenómeno se transforme en problema y desafío. La definición de un problema es un ámbito de controversia. Si hay controversia es porque:

-Tal formulación concreta implica consecuencias juzgadas inaceptables para una o varias de las partes implicadas: pueden verse recortadas ciertas ventajas, se imponen obligaciones.

-Las partes se sienten afectadas ante un problema que pone en cuestión principios fundamentales, valores absolutos; una especie de combate maniqueo entre el bien y el mal sin compromiso posible. Las posiciones son irreductibles, por lo que la formulación adopta un tono de guerra de religión.

-Hay refuerzos exteriores que pueden movilizarse si uno o varios actores públicos solicitan su apoyo. De ahí una función preventiva del conflicto, utilizada por los actores y los públicos que no están dispuestos a la llegada de esos refuerzos.

En general, es raro que la definición inicial de un problema permanezca estable o invariable. Tiene todas las posibilidades de cambiar sobre la marcha, de reajustarse, de modificar su contenido y sus términos, porque esta definición es en sí misma un desafío político mayor. ¿Cómo se redefinen los problemas en curso del proceso?

Algunos actores recurren a estrategias de redefinición. El beneficio que esperan obtener puede consistir en ensanchar la base de los públicos afectados, obtener el sostén y movilización de nuevos grupos. Reformular el problema y la demanda de acción pública permite igualmente al empresario político modificar el reparto social, cambiando las discrepancias tradicionales que separan a los públicos interesados, o potencialmente favorables, de los públicos no interesados o perjudicados. Ampliar los actores y los públicos afectados constituye la estrategia de base. Por ello, tan a menudo, las

fuerzas inicialmente presentes no tienen mucho que ver con las que se encuentran en la llegada. Mientras tanto, los jugadores han cambiado o ampliado sus filas. Paralelamente, el problema ha cambiado también, cargándose más o menos de controversias.

La reformulación de un conflicto, de un problema, se despliega muy a menudo en el terreno de los símbolos. Por símbolos entendemos aquí los valores y las normas emocionalmente movilizadoras, porque son compartidas extensamente por ciertos medios. Así, los empresarios políticos saben muy bien apelar en el momento oportuno a símbolos tales como el interés general del país, el porvenir de la economía nacional o la justicia social; temas o problemas tan localistas o particulares como la obtención de subvenciones públicas para las estaciones de esquí, en caso de falta de nieve, o la presencia de un mecánico-piloto en las cabinas de nuevos aviones.

En este contexto, los medios de información desempeñan un papel absolutamente primordial en el proceso de aceleración o atenuación de un desafío, de desmovilización o ampliación de los públicos demandantes. Los empresarios en busca de acción pública pueden utilizar los medios de comunicación de diversas maneras. Una es despertar la sensibilidad de un público más amplio, llamar la atención. Otra, más brutal, consiste en –provocar un acontecimiento–, por ejemplo, forzando a un grupo a entrar en escena, interpeándolo. Los medios de comunicación también pueden volverse contra las estrategias de los empresarios políticos, induciendo efectos que, al contrario, disuadan a los públicos potenciales de sentirse afectados.

La mayor parte de los autores están de acuerdo en reconocer que, en la fase de formulación, la substancia y el proceso están estrechamente entremezclados. Ni los objetivos están definidos desde el principio, ni los medios se catalogan después, de forma deductiva, al contrario, la explicación de los objetivos y la exploración de los medios progresan a la par, por interacciones sucesivas. Las autoridades públicas se mueven mucho, pero, al comienzo, no siempre saben lo que hacen, cuál es el problema que se plantea. A menudo, deberán esperar el final del trayecto para saber lo que buscan realmente.

A partir de que toda política pública tiene que evaluarse en todas sus facetas, y de que existen para ello una multitud de razones técnicas, organizativas y de gestión; los resultados pueden dar lugar a una nueva política, a la continuación o reformulación de la existente, o la terminación de la misma.

La evaluación, como el análisis de políticas, no es una disciplina autónoma, sino que toma de las disciplinas científico-sociales lo que necesita para realizar una aplicación sistemática de los procedimientos de la investigación social para valorar la conceptualización, la formulación, la implantación y la utilidad de los programas de intervención social- (Rossi y Fremman, 1989). La meta general de la evaluación es producir información que sirva para orientar y valorar las decisiones vinculadas a la formulación, la gestión y el futuro de las políticas públicas.

Para Bazúa y Valenti³⁴ la distinción entre política pública y política gubernamental es necesaria en los Estados como México que tienen

34 Fernando Bazúa y Giovanna Valenti. *Hacia un enfoque amplio de política pública*. UAM, Xochimilco

una configuración estatal diferente a la de los Estados con una tradición liberal democrática, donde surgió el estudio de las políticas. Los autores establecen que la expresión política pública tiene dos sentidos que no hay que confundir: en el primero, la expresión designa un nuevo campo multidisciplinario y profesional que se ha desarrollado en las sociedades liberal democráticas e industriales en las últimas cuatro décadas, especialmente en E.U. e Inglaterra. En el segundo sentido, la política pública designa las políticas gubernamentales estatales o de alguna organización cuando reúnen ciertas condiciones. De tal manera que las políticas públicas y las políticas gubernamentales no son equivalentes. Estas últimas tan solo designan las “estrategias de acción” del gobernante en turno o de sus empleados frente a determinados problemas de gobierno. Cancelan toda dimensión científica del enfoque de la política pública.

4.4 La formación de la agenda como proceso decisional

El acceso a la agenda no es libre o neutro. El control de este acceso provee un recurso político decisivo a quien lo detenta. Se ven aparecer verdaderos –guardianes- de la agenda. Su función consiste en reducir la presión cuando crece demasiado, negociar una demanda, hacer aceptable la presión, formalizarla, lograr que se le tome en cuenta según los códigos admitidos. Tratar o no tal informe, el orden mismo de discusión de las cuestiones, cuando no su formulación, son otros tantos obstáculos posibles a la circulación de los desafíos.

En términos de agenda coyuntural, se imagina fácilmente el potencial de influencia de que puede disponer la prensa, por ejemplo, dedicando

la portada a un problema o, al contrario, silenciando el tema en sus columnas.

A la agenda es muy apropiado entenderla como un proceso de toma de decisiones³⁵. El proceso puede ser muy estructurado y bien definido. En otras áreas, cuando el proceso es más difuso y menos estructurado se le llama “anarquía organizada”.

A la luz de su marco conceptual, las decisiones son vistas como el resultado de una confluencia de cuatro corrientes relativamente independientes: las personas, los problemas, las soluciones y las oportunidades de elección. La manera como se conjugan los cuatro elementos para lograr que un determinado problema llegue a la agenda formal puede ser completamente fortuita.

Debido a que los problemas y las prioridades de la agenda se construyen socialmente, quien participa en su formación puede ser un factor muy importante y hasta decisivo. Aunque en una democracia la agenda formal del gobierno debería reflejar los problemas, las prioridades y las preocupaciones de la comunidad en general -lo que se llama agenda sistémica-, ciertos grupos e intereses casi siempre carecen de representación en el proceso de creación de la agenda.

La arena pública no es un campo de juego en el que juegan todos bajo las mismas reglas; algunos tienen mayor acceso que otros y también detentan un poder mayor para dar forma a la definición de los problemas públicos.

La mayoría de los grupos de interés tienden a movilizar y abarcar sólo un segmento de la población que pretenden representar.

35 Charles D. Elder y Roger W. Cobb. Publicado originalmente con el título “Agenda-building and the Politics of Aging” en *Policy Sciences Journal*, Vol 3 n°- 1 1984.

Normalmente, estas personas se encuentran entre los grupos privilegiados. En consecuencia, las políticas frecuentemente ponen en desventaja a los menos favorecidos o a los que se han organizado de manera ineficiente para resolver sus problemas.

El tratamiento de las cuestiones en estas áreas de asuntos tiende, por lo tanto, a institucionalizarse alrededor de un número relativamente reducido y predecible de actores. Dichos actores definen lo que se llama comúnmente un subsistema de gobierno o sub gobierno.

La mayor parte de la agenda del gobierno, por lo menos en el nivel federal, depende de los arreglos políticos que ocurren en los subsistemas. Filtran el acceso de los problemas a la agenda y delimitan el número de las posibles soluciones susceptibles de tomar en consideración.

Problemas nuevos y redefiniciones importantes de las políticas, si caen fuera del dominio de estos subsistemas o desafían sus acuerdos básicos, difícilmente podrán abrirse paso y alcanzar un lugar en la agenda formal.

Definir un problema es seleccionar y destacar ciertas realidades y hacer valoraciones sobre ellas. La definición de un problema es clave para su tratamiento posterior. En general, más amplio es el acuerdo sobre la definición de un problema. No son solo los hechos sino su interpretación lo que define el problema. Para ganar acceso a la agenda, la definición de un problema tiene que ser políticamente creíble y aceptable.

Concebir una situación como un problema de políticas significa aceptar que tiene solución y delimitar sus soluciones posibles. Se

presume no sólo que debe y se puede hacer algo, sino que la posible solución cae dentro de la competencia de las autoridades legítimas del gobierno.

La realidad de un problema frecuentemente se expande o se contrae en su alcance, conforme cambian los juicios morales o los cognitivos. La calidad de problema de un fenómeno depende de la posibilidad de percibir su solución. Si la definición de un problema no comporta una solución factible, tampoco suscita una atención seria como problema de política pública. Los límites de plausibilidad de una definición están determinados por restricciones ideológicas y de recurso.

Las restricciones ideológicas que predeterminan cuáles son las soluciones aceptables y, por lo tanto, cuáles son los problemas dignos de ser considerados tienen sus raíces en los valores y en creencias culturales y en el conocimiento “aceptado” de la sociedad. Las soluciones viables son determinadas por las tecnologías disponibles y por el conocimiento. De la misma manera que se descartan los problemas sin solución, la emergencia de nuevas soluciones hace posible la creación de nuevos problemas.

El flujo de las oportunidades de elección de los problemas está regido por las prácticas institucionales y las rutinas establecidas de la vida política. Las oportunidades tienden a ir y venir periódicamente según los imperativos de la política electoral del momento. Llegan a su máximo durante el primer año de gobierno y decaen en los años posteriores hasta que se aproximan las nuevas elecciones. Por ello las oportunidades de elección ocurren alrededor de las políticas existentes y se restringen según los supuestos básicos de estas políticas.

Los problemas que no tienen un acceso establecido a la agenda no tienen tampoco muchas oportunidades de elección.

El trabajo de los empresarios de políticas es tratar de modificar esta situación. Ellos tienen que tratar de establecer una conexión entre un problema y su solución, que sea política y económicamente viable, a la vez que movilizar el apoyo suficiente para que convenga a los dirigentes políticos prestar atención al problema. También tienen que estar vigilantes a las oportunidades y preparados para aprovecharlas, aunque eso obligue a redefinir el problema. Por estas razones, los empresarios de políticas deben cultivar un clima de opinión sensible a determinados propósitos concretos para poder aprovecharse de los eventos propicios.

4.5 Arenas de poder: un esquema interpretativo para los estudios de caso

“Este marco de referencia podría vincular los diferentes casos y descubrimientos con mayor coherencia y podría sugerir generalizaciones suficientemente cercanas a los datos para ser relevantes y suficientemente abstractas para ser objeto de un tratamiento teórico más amplio”.

El esquema se basa en el siguiente argumento:

- 1) El tipo de relaciones entre la gente está determinado por sus expectativas, por lo que cada actor espera obtener de la relación con los demás;

- 2) En política, (*politics*), las expectativas están determinadas por los productos gubernamentales o políticas (*policies*);
- 3) En consecuencia, la relación política está determinada por el tipo de política en juego, de manera que para cada tipo específico de política es posible encontrar un tipo específico de relación política. Si el poder se define como la posibilidad de participar en la elaboración de una política o asignación con autoridad, la relación política en cuestión es una relación de poder y, con el tiempo, una estructura de poder. Como diría Dahl, hay que preguntarse, “poder ¿para qué?”.

Uno debe identificar el ámbito de poder e identificar las élites, las estructuras de poder y realidades similares dentro de cada uno de los ámbitos predefinidos o “áreas de cuestiones” (*issue areas*). El problema analítico más importante es identificar los tipos de productos o políticas. Lowi³⁶ decide definir las políticas en términos de su impacto esperado en la sociedad.

Existen tres categorías fundamentales de políticas públicas en el esquema: *distribución, regulación y redistribución*.

Las áreas de políticas o de actividad gubernamental constituyen arenas reales de poder. Cada arena tiende a desarrollar su propia estructura política, su proceso político, sus élites y sus relaciones de grupo.

Esta conceptualización en materia de construcción de Política Pública,

36 Theodore J. Lowi en *Políticas, Estudios de Caso y Teoría Política*. Publicado originalmente con el título “*American Business, Public Policy, Case-Studies, and Political Theory*”, en *World Politics*, XVI, 1964. Y tomado de la Antología 2, La Hechura de las Políticas, de Luis F. Aguilar Villanueva, 1ª reimpresión, 2003, pag.98-117

se genera a propósito de integrar con suficiencia el marco teórico que se requiere para explorar el tema *Medios de Servicio Público; El Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS), un estudio de caso*. Para el efecto, se planteó desde el objeto percibido, que parte de la problemática del organismo descentralizado tiene su origen en la formulación de su política pública de creación.

Con el propósito de aportar los elementos para el debate teórico en relación a los Medios de Servicio Público, se incluyen diversas posturas de especialistas, los primeros propiciados y sistematizados principalmente por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Los autores Irma Amèzquita Castañeda y Julio Di-Bella Roldàn reseñan principios para la promoción, organización y desarrollo del servicio público de televisión, elaborados por el Canal Once y la UNESCO; son uno de los resultados más inmediatos del foro “Del régimen de autoridad al régimen de opinión y de participación: aportes para la redefinición de la televisión de servicio público en América Latina”, celebrado el 12 y 13 de marzo de 2007, que agrupó a especialistas de televisión de México y América Latina³⁷. Se trata de 11 principios para la promoción, organización y desarrollo del servicio público de televisión; son uno de los resultados más inmediatos del foro “Del régimen de autoridad al régimen de opinión y de participación: aportes para la redefinición de la televisión de servicio público en América Latina”, celebrado el 12 y 13 de marzo de 2007, que agrupó a especialistas de televisión de México y América Latina.

37 www.andina.com.pe/edpespeciales/especiales/2004/marzo/prensademocracia/noticia2.htm-11k.

**PARTE III. LA VINCULACIÓN POLÍTICA Y
ECONÓMICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
CON LOS GRUPOS DEL PODER**

5. Antecedentes de la relación entre la información y el poder

La vinculación de la prensa con el poder gubernamental en la actualidad, es el resultado de la combinación de factores históricos y sociales a lo largo de los años y períodos del tiempo. Desde el surgimiento de los prototipos de periódicos, y de medios de comunicación de masas, las diferentes formas de gobierno han influido en el desarrollo de cómo se transmite la información a la sociedad. Como puntualiza Rodrigo Alsina “El conocimiento del acontecer era un privilegio de las clases dominantes y de aquellas que, para la consolidación de su incipiente dominio, necesitaban la información.”

El objetivo de quienes estaban en el poder, antes de que aparecieran los medios de comunicación de masas, fue utilizar métodos de difusión para hacerle llegar la información a la población en su dominio; tal fue el caso del emperador romano Julio César, que utilizó las *Diurna Urbis Acta* (Actas Diurnas), como afirma Weise: “cuya publicación obedecía, más que al propósito de realizar una información, al de dar las noticias en tal forma que la opinión pública quedara influida en sentido gubernamental.” Con el paso del tiempo la tendencia de la vinculación de los poderes con la información no cambió. El gobierno de Venecia, en el siglo XVI, editaba hojas con noticias sobre el acontecer mercantil y político de la ciudad y de lugares importantes en Europa, esta información era adquirida por una *gazeta* (moneda de esa época), con el paso del tiempo fue adquiriendo popularidad este método de difusión, en Alemania se le denominó *zeitungen*; en Inglaterra *mercurysy corantos*; *courriersy journauxen* Francia, sin embargo,

Pena de Olivera³⁸ asegura que en este tipo de periodismo primitivo, “había un público restringido con intereses específicos (políticos y económicos) y su contenido era controlado. Ya provocaba reacciones exaltadas de nobles y religiosos que se sentían perjudicados por la exposición pública.” A esta opinión se agrega De Fleur³⁹ al asegurar que estos antecedentes de periódicos (*corantos* en Inglaterra) fue firmemente regulada por el Gobierno. Ya que en aquella época se caracterizó por la firme regulación para todas las formas de material impreso.

Sin embargo, uno de los grandes hitos en Occidente se dio con la aparición de la imprenta en el siglo XV, este mecanismo modificó la manera de difundir la información no sólo a la población sino entre naciones y continentes. Briggs y Burke⁴⁰ puntualizan que “la imprenta facilitó la acumulación de conocimiento al permitir que los descubrimientos se conocieran más ampliamente y hacer menos probable la pérdida de información”. Sin embargo, “la aparición de la imprenta no supuso un gran cambio en el espectro de los usuarios de la información. El nivel de analfabetismo era muy alto, de ahí la pequeñez del mercado potencial de la información escrita”. En consecuencia el control de la información se encontraba en las clases dominantes. Poderes que generaban la información y se encargaban de difundir el acontecer. También asegura que “el uso del nuevo medio estimuló la conciencia de la importancia de la publicidad, ya económica, ya política, lo que hoy llamaríamos “propaganda”.

38 PENA DE OLIVERA, Felipe. *Teoría del periodismo*. México: Alfaomega. 2009, p. 37.

39 DE FLEUR, Melvin Lawrence. y BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorías de la comunicación de masas*. México. 2001, p 78.

40 BIGGS, Asa, BURKE, Peter. *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus. 2002, p. 83-84.

Rodrigo Alsina⁴¹, ilustra cómo el control del acontecer es una característica política, y pone de ejemplo la *Gazette de France*, periódico del siglo XVII controlado por el cardenal Richelieu, pone en manifiesto cuatro puntos:

- 1.- Se practica todo el ocultismo posible sobre lo que ocurre en el propio país.
- 2.- Se transmiten las razones de Estado en todo lo que afecta a la política internacional.
- 3.- Se crea unos criterios históricos de la valoración de los hechos, sobre todo en lo que se refiere a la vida de la comunidad nacional.
- 4.- Se mitifica todo lo que da “la imagen del poder”, desde el estado de buena esperanza de la reina hasta el anecdótico galante de los cortesanos.

Estos señalamientos refuerzan la manera el control del poder político y económico sobre la información, tal fue el grado de manejo que este medio, *Gazette de France*, que no informó sobre la toma de la Bastilla el 14 de julio de 1789. Sin embargo, Napoleón Bonaparte ejerció su poder de manera distinta, al no aliarse con la prensa, pero no desvincularse del poder que se puede ejercer con los medios pero desde el otro extremo: el represivo, al decir que “si suelto las riendas a la prensa, no permanecerá tres meses en el poder...”⁴² a consecuencia el número de diarios se redujo a trece en Francia y sólo cuatro se editaban en París. Carlos Alvear⁴³ cataloga a Napoleón como “inquisitivo, represor, vigilante de modo continuo, Napoleón temió

41 RODRIGO ALSINA, Miquel. *Op. Cit.* p. 134.

42 Apud ALVEAR ACEVEDO, Carlos. *Breve historia del periodismo*. México: Jus. 1982, p 129.

43 *Ibid.*, p. 131.

siempre la fuerza de la prensa, y no se mostró flexible con ella sino en el postrero Imperio de los Cien Días”.

5.3 Joseph Goebbles y el control de medios

Sir Nevile Henderson embajador británico en Alemania entre 1927 y 1939, aseguró de Joseph Goebbles:

El “pequeño doctor” era probablemente el más inteligente de los jerarcas nazis desde un punto de vista cerebral. Nunca peroraba; siempre ceñía al tema sin divagar ni perder de vista su argumentación; era un interlocutor capaz, y cuando conversaba en privado era sorprendentemente ecuánime y razonable.⁴⁴

Sin embargo, estas no son las únicas cualidades que se le atribuyen, ya que en público demostraba su alto grado de inteligencia y control sobre las audiencias al momento de pronunciar algún discurso, o al hacer acto de presencia. A tal grado que, durante las diversas actividades de campaña que realizaba en Alemania para el Partido Nacionalsocialista, el 5 de mayo de 1927 los policías le prohibieron al partido realizar mítines en Berlín y sus alrededores, pero el golpe más severo llegó cuando las autoridades le prohibieron a Goebbles pronunciar discursos en toda Prusia y dice:

Personalmente, recibí un duro golpe con la prohibición de hablar en público. La palabra hablada nos era en todo momento más importante que la escrita, y en esos días no teníamos muchas palabras que imprimir ya que nuestros medios de impresión eran muy pobres.⁴⁵

⁴⁴ MANVELL, Roger., Fraenkel, Heinrich. *Doctor Goebbels. Su vida y su muerte*. Barcelona: Tempus. 2010, p. 187.

⁴⁵ *Ibíd.* p. 106.

En efecto, la posesión de medios de comunicación por parte de los nazis en ese tiempo, era escasa; el partido tenía en ese momento sólo dos periódicos importantes el editado por Hitler (*VölkischerBeobachter*) y el de Strasser (*BerlinerArbeiterzeitung*). Ante el impedimento modificaron y adaptaron sus técnicas propagandísticas.

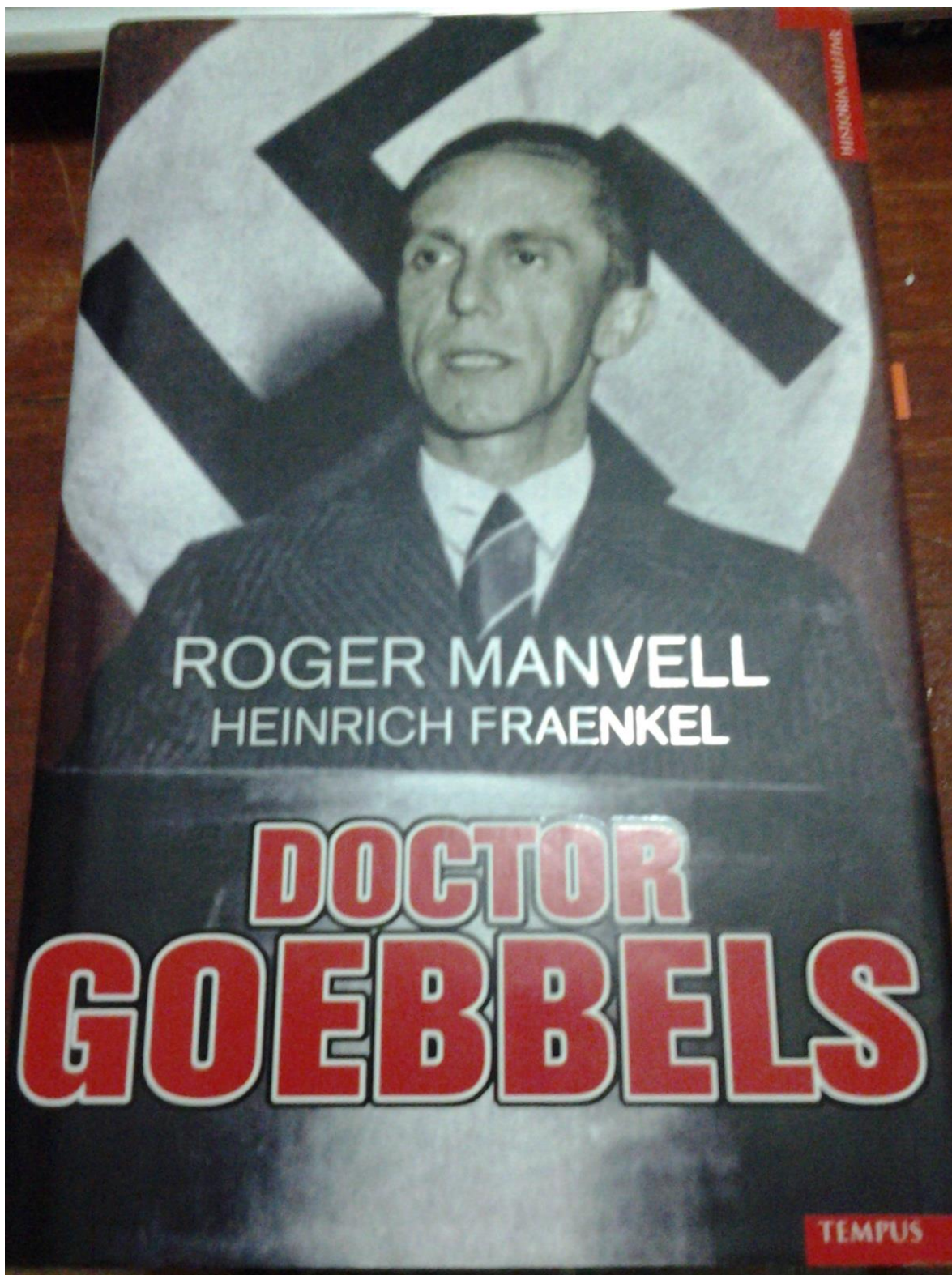


Fig.5 Portada del libro *Doctor Goebbels* de Roger Manvell y Heinrich Fraenkel.

La propaganda nazi se fundamentaba básicamente a los postulados de Adolfo Hitler donde aseguraba que:

El arte de la propaganda consiste precisamente en ser capaz de despertar la imaginación del público mediante un llamamiento a sus emociones, en encontrar la forma psicológica apropiada que les capture la atención y apele a los corazones de las masas nacionales...

Los poderes de recepción de las masas son muy limitados, y su comprensión es pobre. Por otro lado olvidan rápidamente. Al ser éste el caso, toda propaganda efectiva debe limitarse a unos cuantos puntos básicos esenciales y esos deben ser expresados hasta donde sea posible con fórmulas estereotipadas. Estos eslóganes deberán ser repetidos constantemente hasta que el último individuo haya comprendido la idea planteada. Si se olvida este principio y se intenta ser abstracto o generalista, la propaganda resultará inefectiva; y el público no será capaz de digerir o retener lo que se le ofrece de este modo.⁴⁶

Hitler hace mención de principios psicológicos de las audiencias a las que se debe dirigir el mensaje, además de mencionar a las masas y los efectos que generan los mensajes propagandísticos. Ambos términos son la base de los primeros estudiosos sobre los efectos de la comunicación sobre el público, como menciona Mauro Wolf⁴⁷ “La presencia del concepto de masas es fundamental para la comprensión de la teoría de la aguja hipodérmica.” Esta teoría afirmaba la existencia de una hegemonía del mensaje sobre las personas. Donde

⁴⁶ *Ibid.* p. 98.

⁴⁷ **WOLF, Mauro.** *La investigación de la comunicación de masas.* Barcelona: Paidós. 1987, p.23.

“el principal elemento de la teoría hipodérmica es en efecto la presencia explícita de una “teoría” de la sociedad de masas, mientras que en su vertiente “comunicativa” opera complementariamente una teoría psicológica de la acción” y “también podría describirse el modelo hipodérmico como una teoría de y sobre propaganda.” Es entonces que la “comunicación de masas” y “sociedad de masas” son los instrumentos utilizados por los nazis para realizar un control de contenido por medio de los medios de comunicación.

En un principio las estrategias propagandísticas utilizadas por el Partido Nacionalsocialista tuvieron como primer objetivo, buscar la aceptación del pueblo alemán y consolidarse como un partido actor de la vida política de Alemania. Y, ya en el poder, la estrategia tomaría otro rumbo, el de iniciar la campaña para la “Guerra Total” controlando y generando contenidos para las audiencias, tanto en radio, cine y medios impresos. Joseph Goebbels fue el elegido para llevar al cabo esas condiciones. Según Leonard W. Doob⁴⁸, Goebbels aseguraba que sólo una autoridad debía realizar 3 funciones: Emitir todas las directrices de la propaganda; Explicar las directrices de la propaganda a los funcionarios importantes y mantener su moral; Supervisar las actividades de otras agencias que tengan consecuencias propagandísticas. Estos puntos, según Goebbels, debían estar subordinados por un solo mando para poder controlar todos los aspectos de la propaganda, y con ayuda de su postura lograría el control y responsabilidad de los medios del partido:

48 WILLIAM DOOB, Leonard. *Goebbels y sus principios propagandísticos*. En Miquel de Moragas (Comp.), *Sociología de la comunicación de masas III. Propaganda política y opinión pública*. (págs. 122-152). Barcelona: Gustavo Gili, p. 7.

“No hay forma teórica de determinar qué tipo de propaganda es más efectiva y cuál lo es menos. La propaganda que produce los resultados deseados es la buena y toda otra es mala, sin importar lo entretenida que pueda ser, porque la tarea de la propaganda no es entretener, sino producir resultados... Por tanto no tiene sentido decir que tu propaganda es demasiado rudimentaria, demasiado agresiva o brutal, porque nada de esto tiene importancia (...) La propaganda es siempre un medio para conseguir un fin... O eres un propagandista o no lo eres”⁴⁹

A esto Doob puntualiza que, “La propaganda era considerada como un arma de guerra aunque Goebbles nunca empleó el término “guerra psicológica” ni el de “guerra política”⁵⁰, sin embargo creía que la propaganda podía afectar a las políticas y acciones de los jefes enemigos de 4 maneras:

- a) suprimiendo el material propagandístico capaz de facilitar al enemigo la informaciones útiles
- b) difundiendo abiertamente propaganda cuyo contenido o tono conduzca al enemigo a sacar las conclusiones deseadas
- c) incitando al enemigo a revelar informaciones propias de carácter vital.
- d) absteniéndose a toda referencia a una actividad que perjudique al enemigo cuando ella pudiera desacreditar tal actividad.

⁴⁹ MANVELL, Roger, Fraenkel, Heinrich. *Op. Cit.* p.114

⁵⁰ WILLIAM DOOB, Leonard. *Op. Cit.* p.130.

Puntos que utilizó Goebbels por medio de su periódico *Der Angriff* (el ataque) que contaba con más de 2,500 suscriptores y “empleó la propaganda para convertir en héroes a hombres como el mariscal Rommel”⁵¹ o a Horst Wessel quien tras su muerte lo convirtió en un personaje emblemático de los nazis, y cuyo nombre se utilizó para el himno del partido. Sin embargo, también manejó su periódico para desprestigiar a sus enemigos como es el caso de Bernhard Weise, de origen judío quien fue el subjefe de la policía de Berlín, el mismo que le prohibió a Goebbels realizar actos en público.

Sin embargo el poderío de Goebbels se reflejó cuando el Hitler fue nombrado canciller en 1933; ya que el 14 de marzo Goebbels era nombrado Ministro de Propaganda e Información Pública, para aquel entonces ya habían sido suprimidos 60 diarios comunistas y 71 socialdemócratas. Era el inicio de la carrera del control mediático. La prensa no fue un instrumento informativo sino propagandístico pues, según él, en el partido habían muy buenos oradores. Sin embargo, no muy buenos periodistas.

En muchos casos los periodistas no entienden que en tiempos de elecciones los periódicos han de dedicarse casi exclusivamente a la propaganda. Esos escritores generalmente son demasiado sinceros y más parecidos a científicos que a propagandistas.⁵²

Para ese mismo año creo la Ley de Periodistas, donde convertiría a todos las personas que ejercían esa profesión en funcionarios estatales que tenían que poseer una licencia concebida por Goebbels para trabajar. La influencia mediática de los nazis no sólo se quedaría

⁵¹ *Ibid.* p 143.

⁵² *Apud.* MANVELL, Roger, Fraenkel, Heinrich. *Op.Cit* p.140.

en Alemania, ya que para 1934 poseían o tenían intereses financieros en cerca de 350 periódicos en todo el mundo publicados. Se estima que la inversión era de 260 millones de marcos en propaganda fuera de Alemania, y Goebbles escribía que:

Para el mundo exterior toda nuestra propaganda debe recalar de manera completamente convincente que Alemania no desea nada excepto resolver de manera pacífica todos los problemas pendientes... Habitualmente, hay que hacer recaer la culpa al fracaso de los acuerdos pacíficos sobre todo aquél que se haya negado a acceder a las justas de Alemania... Esto debe hacerse de manera discreta y variando constantemente de método... Debemos persuadir al menos parte de la opinión pública extranjera de que Alemania no le queda otro camino que coger aquello que se merece.⁵³

Manvelk y Fraenkel comentan que tras ser nombrado Ministro de Propaganda e Información pública promovió “sus departamentos especializados creados para supervisar cada una de las ramas de las artes y de la cultura alemana y que con sus leyes, órdenes y directivas bloquearon gradualmente todos los requisitos para la libertad de expresión y aislaron el espíritu nacional en un vacío.”⁵⁴ Esos departamentos fueron los siguientes:

DIVISIÓN I: Legislación y Problemas Legales; Presupuesto, Finanzas y Contabilidad; Administración de Personal; Biblioteca Ministerial; Cámara Nacional de Cultura; Consejo de Propaganda Comercial; Ferias y Exhibiciones.

⁵³ Apud. *My Part in Germany's Fight*, Op. Cit. p. 191-192.

⁵⁴ MANVELL, Roger. Fraenkel, Heinrich. Op. Cit. p175.

DIVISIÓN II: Coordinación de Propaganda e información Pública; Agencias Regionales del Ministerio; Academia Alemana (*Hochschule*) de Política; Ceremonias Oficiales y Manifestaciones; Emblemas Nacionales; Asuntos Raciales; Tratado de Versalles; Organización de Juventudes; Empresas y Políticas Sociales; Salud pública y Deportes; Asuntos del Este y de Fronteras; Comité Nacional de Transporte.

DIVISIÓN III: Radio: Compañía Radiofónica Nacional (*Reichs – Rundfunk – Gesellschaft m.b.H.*).

DIVISIÓN IV: Prensa Nacional y Extrajera; Periodismo; Archivos de Prensa; Servicio de Noticias; Asociación Nacional de la Prensa Alemana.

DIVISIÓN V: Cinematografía; Industria Cinematográfica; Censura Cinematográfica; Censura de Literatura Juvenil.

DIVISIÓN VI: Teatro Música y Artes; Producción Teatral; Dirección Teatral; Diseño; Arte Tradicional.

DIVISIÓN VII: Protección contra Contrapropaganda en Alemania y el Extranjero. ⁵⁵

Estas divisiones creadas por Goebbels fueron sólo el principio de lo que fue el control de los medios de comunicación en Alemania. El control de los diferentes órganos de difusión le otorgó gran poder a la dictadura. Después de probar con éxito la eficacia de la oratoria y la prensa, optaron por utilizar la radio.

La eficacia de la radio como instrumento de propaganda a gran escala todavía no ha sido comprendida del todo. En cualquier caso, nuestros

⁵⁵ *Apud.* MANVELL, Roger. Fraenkel, Heinrich. *Doctor Goebbels. Su vida y su muerte.* Barcelona: Tempus. 2010, p. 176.

adversarios no han reconocido su valía. Mejor para nosotros; tenderemos que explotar sus posibilidades.⁵⁶

En las estaciones radiofónicas imperaron los programas de contenido propagandístico, mientras que las noticias y programas extranjeros (durante la ocupación europea por parte de Alemania) fueron cada vez más escasos y difíciles de sintonizar, además de ser peligroso debido a que era considerado un delito que tenía como pena trabajos en los campos de concentración.

La represión, coerción, control, persecución... que realizó el partido nazi, en especial Hitler y Goebbles, hacía las políticas de comunicación es un evento sin precedentes. Debido a que para aquellos años los medios de comunicación de masas comenzaron a surgir. Con el paso del tiempo varios episodios de control y represión de medios fueron adoptados en otras partes del mundo e incluso en México, tal fue el caso en la independencia, la revolución, porfiriato o el cardenismo. Aunque no de igual magnitud, en muchas ocasiones si con los mismos efectos. Cárcel y castigo para los opositores ideológicos.

5.4 Algunos episodios de poder y medios de comunicación en la España de Franco

Como hemos analizado en otros capítulos la vinculación económica y política en los medios de comunicación es, desde el nacimiento de los

⁵⁶ Apud. Louis P. Locher en su introducción a *The Goebbles Diaries*, p. xxvi.

medios, natural e inherente. Las esferas del poder han utilizado a los diferentes medios de comunicación como vehículos para propagar sus ideologías, controlar e influir en la opinión pública, llevar al cabo revoluciones, difamar a los adversarios, utilizarlos como un negocio, alterar la información.

Este capítulo tiene como objetivo abordar el caso de los medios de comunicación de algunos episodios en la España de Franco. El tema ha sido investigado a profundidad a lo largo de los últimos años, así que nuestro objetivo es refrendar los puntos importantes de la historia de los medios de comunicación y el poder en ese país.

En España, durante el período que comprende de 1936 a 1975, los medios de comunicación fueron utilizados, como en Alemania e Italia durante el ascenso de Hitler y Mussolini al poder, como canales propagandísticos, y ya establecidos en el poder fueron métodos para refrendarse como autoridad ante la población. Las medidas que se tomaron fueron “la implementación de la censura militar de todas las publicaciones impresas”. Para lograr esto, entre 1936 y 1937 Francisco Franco, militar e integrante del golpe de Estado en 1936, gestó leyes para mantener el control de las publicaciones.

Sevillano Calero⁵⁷ asegura que fueron dictadas normas depuradoras para reprimir y prevenir el éxito del procedimiento elegido por los enemigos de la religión, de la civilización de la familia y de todos los conceptos en que la sociedad descansa, declarándose ilícitos la producción, el comercio y la circulación de libros, periódicos, folletos y de toda clase de impresos y grabados pornográficos, de literatura

57 SEVILLANO CALERO, F. *Propaganda y medios de comunicación en el franquismo (1936-1951)*. Murcia: Espagráfic. (1998).

socialista, comunista, libertaria y, en general, disolvente (esto según el Estado). La presión y censura contra quienes ejercieran una doctrina diferente a la que propagaba el grupo de poder en el gobierno era inimaginable.

La conceptualización esencial de la información en los inicios del franquismo parte de la necesidad de subordinar la prensa, y en general todos los medios de comunicación, a la autoridad del estado como principal garante del orden y del bien común, planteamientos que, junto a la proclamación del estado de guerra, se tradujeron en el control de información a través de la censura militar.⁵⁸

Las normas para lograr eso fueron el establecimiento del Gabinete de Prensa de la Junta de Defensa Nacional el 5 de agosto de 1936, sin embargo, el 24 de ese mismo mes pasó a llamarse Oficina de Prensa y Propaganda. Otra de las decisiones que se tomaron en ese período fue la creación de la Delegación del Estado para Prensa y Propaganda, como un organismo dependiente de la Secretaria General del Jefe de Estado, el 14 de enero de 1937.

Ante la promulgación de leyes y decretos, también se funda la Radio Nacional de España en enero de 1937, cuyo fin es difundir la información correspondiente del Estado, donde también se establecieron reglas para su uso. Entre las sanciones que se establecieron, para quienes vayan en contra de lo establecido por el gobierno, se encuentran: Multa de 500 a 10.000 pesetas, con la agravación consiguiente en caso de reincidencia, siendo responsables solidariamente los autores y la emisora que consienta la infracción.

⁵⁸ *Ibidem*, p. 56

Prohibición de hablar ante el micrófono de las emisoras españolas, durante un plazo no superior a noventa días. Cese del servicio de la emisora de la persona responsable de la infracción. Suspensión de las emisiones durante un plazo no superior a noventa días. Caducidad de la concesión de la radiodifusión o de la autorización en virtud de la cual funcione la emisora.

Estas y otras medidas muestran como los programas de radio estuvieron rígidamente controlados y orientados hacia un determinado modelo de programación radiofónica, prestándose una gran atención no sólo a su vertiente informativa, sino también lúdica a través de los programas de entretenimiento y evasión.⁵⁹

Además los extranjeros no podían hablar en programas de radio sin la autorización de la Delegación Nacional De Propaganda. Sevillano apunta que, durante el franquismo se acentuó aún más el atraso y la debilidad de la estructura informativa en España.

Sin embargo fue en 1938 cuando Franco le dio un duro golpe a la libertad de expresión para los medios de comunicación.

En 1938 franco firmaba una ley de prensa que su largo preámbulo decía entre otras cosas lo siguiente: Rendimiento al periodismo de la servidumbre capitalista de la clientela reaccionario estoy cuando auténtica y solemne puede declararse la libertad de prensa libertad integrada por los derechos y deberes que ya nunca podrás desembocar en la que no libertinaje democrático en virtud del cual discutirse a la patria aumentar contra ellos y proclamar el derecho a la

⁵⁹ SEVILLANO CALERO, F. *Op Cit.* p. 134.

mentira ya la difamación como sistema único de destrucción de España decidido por el rencor de los poderes ocultos.⁶⁰

Por su parte Francesc Canosa⁶¹ apunta que fue un texto donde los medios de comunicación y los periodistas, como servicio social y público, son considerados instrumentos al servicio del Estado. Además de ser una Ley inspirada por la promulgada el 31 de diciembre de 1925 en Italia por Mussolini. Ley en la que se ven afectados todos los medios de comunicación en España, la producción y distribución de libros, la industria cinematográfica (La Orden de 2 de noviembre de 1938 centraliza la censura del cine, luego de la creación de la Junta de Censura Cinematográfica y la Comisión de Censura Cinematográfica), además de los medios impresos como periódicos y revistas.

Hacia enero de 1939 Franco ordena la creación de la Agencia EFE, quien se encargaría de difundir la información del Estado tanto dentro de la nación como a nivel internacional.

Por otra parte, varios autores señalan que durante el periodo que abarca de 1948 a 1966 dos figuras mantuvieron el control de los medios de comunicación, el primero Gabriel Arias Salgado y Manuel Fraga, ambos fueron Ministros de Información y Turismo, el primero durante el periodo que abarcó de 1951 a 1962, y el segundo entre 1962 a 1969.

La posición de Arias Salgado se basa en la justificación de la censura y el control absoluto de la información, el nombre de carácter “católico” del estado Nacionalindicalistas se trataba pues de una justificación

60 MORAGAS SPA, Miquel. *Teorías de la comunicación. Investigación sobre medios en América y Europa*. España. 1984, p 218.

61 FRANCESC CANOSA i Farran. *Novísima La televisión franquista de papel (1948-1966): II Congreso Internacional de Historia de Nuestro Tiempo / coord. por Carlos Navajas Zubeldía, Diego Iturriaga Barco, 2010, p 340.*

cuyo principal escollo era el de resolver los derechos de las empresas periodísticas cada día más influyentes.⁶² Fraga por su parte, llega al poder debido a la presión de los sectores católicos, como apunta Moragas, se debió a que ese grupo buscaba una renovación de la legislación en materia de prensa. Que después de varios años se promulgó en 1966. Significa un periodo de evolución dentro del periodo franquista entre la llegada de la democracia y la ley de 1938.⁶³ Sin embargo también era, un texto enrevesado y paradójico, ya que por un lado abría un poco la –en libertad informativa-, pero con la otra mano negaba.⁶⁴ Varias fueron las opiniones pero había un común denominador: censura y control.

La norma intentó más sutilmente convertir los medios en una continuación del poder, y en muchos casos, bien podemos afirmar que los medios fueron una prolongación del aparato de información ministerial al servicio de la cusa de aquel estado.⁶⁵

Para ese periodo y ya instaurada la Ley de 1966, existía un nuevo partícipe: La televisión. Según historiadores de la televisión en España los primeros llegaron en 1932. Sin embargo, la primera transmisión fue en 1956: A las 18:00 horas comenzó la emisión. Nace la Carta de ajuste. A las 18:15 Cabecera de presentación. Misa ofrecida por monseñor Bulart, confesor personal de Franco.

62 MORAGAS SPA, Miquel. *Op. Cit.* p. 224.

63 RUIZ ROMERO, M. *Censura y consignas en la prensa franquista. Algunos ejemplos de dirigismo informativo.* Ámbitos, 2003 p. 510.

64 FRANCESC CANOSA. *Op. Cit.* p. 342.

65 RUIZ ROMERO, M. *Op. Cit.* p. 511.

Discursos inaugurales del ministro de Información y Turismo, Gabriel Arias Salgado y del director General de Radiodifusión, Jesús Suevos. España hoy (reportaje)...⁶⁶

Franco siempre se interesó mucho el poder de la televisión. uno de los directores generales más importantes que tuvo el medio, Jesús Aparicio Bernal, recuerda que hubo grandes llamadas al orden por parte del jefe del estado, y que la única indicación que recibió de franco fue para puntualizar algunos detalles sobre la duración de las emisiones y el tiempo que podían perder los españoles pegados a la pantalla.⁶⁷

En 1964. Franco sabía muy bien la importancia propagandística de un medio que lanzaba imágenes y sonido a su antojo, así que vio con buenos ojos el aumento de la programación de Televisión Española.⁶⁸ Es por eso que, Manuel Fraga, al mando del Ministerio de Información y Turismo, aprobó la inyección de dinero y facilitó el apoyo necesario para consolidar la nueva Televisión Española que ya alcanza una cobertura del 80 por ciento del territorio.⁶⁹ Para aquellos años:

TVE tenía el monopolio ante la ausencia de otras alternativas televisivas. El gobierno supo disponer de este medio como instrumento al servicio de su política. Practicaba un control estricto de la información a través de los telediarios, que tenían una mayor recepción que los periódicos. Constituían un medio de adoctrinamiento

⁶⁶ Puede consultar el libro *La televisión contada con sencillez* para más detalles.

⁶⁷ PÉREZ DE SILVA, J., & JIMÉNEZ HERVÁS, P. *La televisión contada con sencillez*. Madrid: MAEVA. 2002. p. 80.

⁶⁸ *Ibidem* p. 62.

⁶⁹ *Ibidem* p. 63

ideológico-político de primer orden, resaltaban y ocultaban lo que le interesaba al régimen que se diese a conocer.⁷⁰

Los medios de comunicación, cómo hemos analizado en los últimos capítulos fueron una herramienta indispensable para conseguir y refrendar el poder en muchos países, tal es el caso de México donde la televisión surge como medio propagandístico del PRI, o Alemania cuyo poder se vio reflejado como los ministerios de control que creo, además del uso de la radio, o como ya hemos analizado el caso del papel, en los primeros prototipos de prensa, fungió como principal medio para influir en la opinión pública. Sin duda alguna España no fue la excepción, sin embargo cabe señalar que en cuestiones de leyes no se compara con ninguna nación antes señalada, debido a que Francisco Franco centro su fuerza en la constitución para así poder controlar los medios, a diferencia de otros países que decidieron crear medios de comunicación.

Tras la muerte de Franco en 1975, la dictadura se terminó con la proclamación de Juan Carlos de Borbón como Rey. Para los medios de comunicación fue difícil la transición de la dictadura a la democracia, y a pesar de entrar a una nueva forma de gobierno, los males en la prensa aún persistieron.

Con la instauración de la democracia, Adolfo Suárez nombró a Luis María Ansón responsable máximo de la agencia EFE y a su hermano Rafael Ansón le asigna la dirección general de RTVE. Luis y Rafael

70 ARDANAZ, N. (2000). Los discursos políticos televisivos durante la transición española. Film-Historia, 179-194.p. 180.

supieron manejar con efectividad las riendas ideológicas de sus respectivos departamentos.⁷¹

Lo anterior es un claro ejemplo que los presidentes, dictadores, gobernantes, reyes... designan a quienes tomarán el mando de los medios de comunicación, y que serán los encargados de seguir las órdenes que ellos establezcan.

⁷¹ PÉREZ DE SILVA, J., & JIMÉNEZ HERVÁS, P. Op. Cit. p. 87.

**EL CORREO
ESPANOL**
EL PUEBLO VASCO

BILBAO.-Sábado, 20 de julio de 1974. Núm. 20.629. 8 pías.

EDICION VIZCAYA

HOY: EXIJA USTED GRATUITAMENTE

CON ESTE PERIODICO
EL FASCICULO N.º 36 DE
(12 PAGINAS A TODO COLOR)

EL CORREO
DE VIZCAYA

Editado por la Caja de Ahorros Municipal de Bilbao

Al agravarse la salud del Generalísimo Franco

EL PRINCIPE ASUME LA JEFATURA DEL ESTADO

* Se aplica así el artículo 11 de la Ley Orgánica del Estado

* EL PRESIDENTE DEL GOBIERNO LO COMUNICARA A LAS CORTES EN EL PLENO DEL PROXIMO MARTES



Ante el empeoramiento del estado de salud del Caudillo, y por decisión expresa del mismo, el Príncipe de España, don Juan Carlos de Borbón, ha asumido la Jefatura del Estado. En la fotografía de archivo, puede verse a Franco y el Príncipe presidiendo el desfile de la Victoria en 1971.

INFORMACION CUADERNILLO CENTRAL

SERENIDAD Y PREVISION

Por disposición del Caudillo, en razón a su enfermedad, y teniendo en cuenta la normativa constitucional vigente, ha asumido las funciones que corresponden a la Jefatura del Estado el Príncipe de España.

El artículo 11 de la Ley Orgánica del Estado señala, en el párrafo —entre otros supuestos— que, en caso de enfermedad del Jefe del Estado, asumirá sus funciones el heredero de la Corona. La Ley de 15 de julio de 1971, en consonancia con lo anterior, señala que las funciones que dicho artículo 11 encomienda al heredero de la Corona correspondan al Príncipe de España, don Juan Carlos de Borbón, sucesor en la Jefatura del Estado, a título de Rey.

Esta determinación emanada de la voluntad del Jefe del Estado, cuyo proceso de recuperación de la enfermedad que le aqueja ha sufrido el retroceso que reflejan los partes médicos, tiene ya plena efectividad, aunque será comunicada por el presidente del Gobierno a las Cortes Españolas —en cumplimiento asimismo de lo que determina el artículo 11 de la Ley Orgánica— en la sesión plenaria del próximo martes.

El martes, 23 de julio, se cumple proclamando el quinto aniversario de una fecha histórica: El juramento de lealtad al Jefe del Estado y de acatamiento y fidelidad a las Leyes y al Príncipe que gobernarán nuestro ordenamiento constitucional pronunciado

por el Príncipe de España, como sucesor a título de Rey en la Jefatura del Estado, ante las mismas Cortes Españolas, el 23 de julio de 1969.

Importa destacar cómo el mecanicismo tan sabia y previsivamente elaborado por el Caudillo y rebasado por el pueblo español funciona y se aplica con plena normalidad, siquiera sean dolorosas las circunstancias —la enfermedad del Jefe del Estado— en que ello acaba de hacerse.

Franco nos ofrece, de este modo, un nuevo ejemplo de serenidad y de previsión, al agravarse la enfermedad que le aqueja. Es el propio Franco, velado hasta el límite de sus fuerzas en el servicio a todos los españoles, quien despaesa, una vez más, cualquier incertidumbre, aplicando con serenidad y tacto lo que —para este caso— previenen nuestras Leyes.

Al asumir las funciones propias de la Jefatura del Estado, el Príncipe de España va a responder a la altísima exigencia para la que ha sido llamado, y a la que tan generosa y desinteresadamente ha servido con discreción y prudencia en su largo período de aprendizaje junto al Generalísimo.

Reiteramos, con la serenidad de siempre, nuestra confianza en las decisiones y previsiones del Caudillo y nuestra fe en el Príncipe de España, y hacemos votos, una vez más, por la pronta y feliz recuperación de la salud del Jefe del Estado.

JAVIER DE YBARRA, ELEGIDO
PRESIDENTE DE LA ASOCIACION
INTERNACIONAL DE
MAGISTRADOS DE LA JUVENTUD

Es la primera vez que un español ocupa tan importante cargo

PAGINA 12

¡¡Más de 500
instalaciones de aire
acondicionado!!

CHRYSLER
MOTOR DIVISION
MOTOR DIVISION SATISFIED
DLAHLA, S. A.

Auto. del Excmo. D. Franco



ESTIMOS, PROYECTOS Y PRESUPUESTOS DE AIRE ACONDICIONADO
SISTEMAS FLEXIBLES
HIMMEL & DIANASA
ALABAMA DE MICHIGAN 1. TELEFONO 224444



Fig.6 La prensa en España en la muerte de Franco.

5.5 Poder e información en América Latina (primeros periódicos)

El descubrimiento de América, por lo Europeos, modificó el sistema de transmisión del acontecer diario en las tribus indígenas del continente. Sin embargo, Benítez (pág. 37) comenta que “la comunicación en era un hecho en el continente, y la información prosperaba entre los incas y los mayas. La civilización y la cultura florecían, y los conquistadores

españoles no hallaron absolutamente ningún rudimentarismo. La cultura de los aborígenes de nuestra América era diferente de la europea, pero no inferior, y en algunos casos era más desarrollada”. En las diferentes edificaciones arquitectónicas hechas por nuestros antepasados, se pueden apreciar señales de la transmisión de información, ideas, de hechos, de acontecimientos, entre otro tipo de indicios comunicativos.

La tecnología del viejo continente dotó de nuevas formas para el intercambio de información en América latina, pero también trajo consigo las prácticas que realizaba la clase dominante con el control de la información. “La circulación de hojas volantes impresas daba preferencia a las noticias del exterior, pero esa circunstancia no era originada por un capricho de los editores, sino que las locales aparecían profusamente en pasquines, edictos, y murales, y satisfacían en esa forma por el momento, la necesidad de los lectores.” (pág. 37 Benítez) En consecuencia la poca producción de gacetas manuscritas, hojas volantes, boletines, relaciones; se debió, y como sucedió en Europa, al alto índice de analfabetismo en nuestro continente.

El primer periódico en América latina fue fundado en 1722 por Juan Ignacio Castorena y Goyeneche bajo el nombre de *La Gaceta de México y Noticias de Nueva España*, cuyo contenido abordaba temas religiosos a los que intervenían las autoridades españolas, como asegura (Benítez 43) Castorena era un buen funcionario del Virreinato, y en todo momento y circunstancia estaba en disposición de cumplir

en el periódico las orientaciones y las indicaciones de las autoridades coloniales”.

En 1729 en Guatemala se fundó el segundo periódico en América latina, y al igual que en México, las autoridades ejercieron su influencia, al ser “un órgano oficial de las autoridades coloniales españolas, y su objetivo principal era informar sobre cuestiones administrativas de la Colonia y sobre sucesos de carácter internacional ocurridos en Europa” (52). Historiadores de periodismo aseguran que el tercer periódico en el continente se fundó en Lima, Perú en 1743, y también formó parte del órgano oficial del gobierno español cuyas publicaciones obedecían a publicar las leyes, reales decretos, reglamentos y resoluciones del poder ejecutivo y de los Tribunales Supremos.

Como podemos ver no existió independencia entre los gobiernos y los primeros periódicos que se fundaron en el nuevo continente, por lo menos en América latina; y con el transcurso del tiempo la vinculación poder-prensa se fue fortaleciendo al grado de ser inherente. Tal es el caso de México durante la guerra de independencia. Sin embargo nacieron más periódicos para contrarrestar las publicaciones oficialistas de la época.

5.6 Control y periodismo en México durante la guerra de independencia

Durante la guerra de independencia en México, el uso de los diarios fue esencial para dar a conocer los ideales tanto de los realistas como

de los insurgentes, ambos grupos utilizaron ese medio para llevar a la población el contenido de su causa.

El *Diario de México* fue un antecedente y referente en la época que de alguna manera tuvo una relación con las fuerzas de poder. Al *Diario de México* le fue concedida una licencia por el virrey Iturrigaray, e inicio su tiraje el 1º de octubre de 1805 al mando de sus fundadores Jacobo de Villaurrutia y Carlos María Bustamante. Hasta ese tiempo eran pocos los medios en el país con una influencia como la del *Diario*. Entre los temas que abordaba se encontraban:

Avisos referentes al culto religioso. 2) Disposiciones y providencias de policía y buen gobierno. 3) Noticias de causas célebres que se ventilaran públicamente en los tribunales. 4) Adelantos en las ciencias y las artes. 5) Avisos comerciales relativos a subastas, almonedas, precios corrientes en plaza de bienes de consumo, pérdidas, hallazgos, acomodos, etcétera. 6) Notas necrológicas. 7) Anuncios sobre diversiones públicas y artículos sobre los más diversos temas.⁷²

Sin embargo, fue hasta 1808 cuando tomó una postura política fuerte. Con la llegada de buques europeos, los redactores se dieron a la tarea de copiar y dar las noticias sobre lo que sucedía en España y sus efectos en el continente americano. Emmanuel Carballo afirma que:

La opinión del periódico es variable: en 1806 suelen encontrarse elogios a Napoleón, y de 1808 en adelante se le insulta constantemente, con groserías muchas veces. Con relación a la Independencia de México, el *Diario* guarda prudente actitud; muy pocas veces habla de la revolución, y cuando lo hace es para

⁷² CARBALLO, Emmanuel. *El periodismo durante la guerra de independencia*. México: Jus. 2012, p. 9.

condenarla. Sin embargo sus detractores le atribuyen intenciones emancipadoras hábilmente ocultas.⁷³

Después de varios años los fundadores decidieron dar por conclusa su labor con ese medio, sin embargo, sólo fue para dar pie a la creación de otros periódicos. (...) El *Diario*... acabó por azares políticos, no por ser mal negocio. Los diaristas sabían que, aunque el libro es el verdadero asilo de la literatura, junto a la discusión del día (que ciega y ensordece), junto a la noticia reciente (que embarga el ánimo), junto al torbellino de las insanas cosas de la calle, el periódico debe ofrecer, como por compromiso moral, un consejo desinteresado, es decir: algunos párrafos de literatura que vengán a ser diariamente, en el ánimo de los lectores, como un templado y saludable rocío.⁷⁴

Después del *Diario de México* vino una avalancha de periódicos, tanto oficialistas como independientes. Uno de los acontecimientos que ayudó a la causa fue que la publicación de la Libertad de Imprenta el 5 de octubre de 1812. Sin embargo, tras entrar en vigor se cometieron muchas arbitrariedades en su aplicación. Bustamante⁷⁵ afirma que: Era incompatible la existencia de la libertad de imprenta con el gobierno virreinal. Por tanto, los pocos escritores que osaron dar la cara, y comenzaron a atacar el despotismo, lo hicieron a ciencia cierta de que iban a poblar los calabozos más oscuros.

Pero hubo quienes a pesar de las consecuencias que tomaría el gobierno, virreinal en ese entonces, se dieron a la tarea de ejercer esa “libertad de imprenta” y así parecieron diarios como: El *Despertador*

⁷³ *Ibid*, p.11.

⁷⁴ *Ibid*, p.12.

⁷⁵ *Ibid*, p. 14.

Americano fundado el De 20 de mayo de 1810 por Miguel Hidalgo, pero la edición estuvo a cargo del sacerdote Francisco Severa Maldonado. Ruiz Castañeda⁷⁶ escribe que al ocupar Hidalgo la ciudad de Guadalajara, y pensando que una buena propaganda (utilizando el periódico) le acarrearía múltiples partidarios. La justificación del movimiento revolucionario y la publicación de documentos para propagar las ideas independentistas fue la esencia del periódico.

Las fuerzas realistas no se quedaron atrás como asegura Pérez Espino.⁷⁷ de manera elitista y poco efectiva, en términos de impacto “mediático”, las autoridades del virreinato iniciaron la guerra propagandística desde el mismo momento del estallido de la revuelta insurgente promoviendo decenas de panfletos, hojas volantes y periódicos cuyo único propósito “informativo” era denostar y condenar abiertamente a los insurgentes y sus caudillos con líbelos infamantes. Carballo⁷⁸ asegura que después del desastre de Puente de Calderón y de la toma de la Guadalajara por las tropas realistas de Calleja, Maldonado (el editor del *Despertador Americano*) pidió el indulto, que le fue concedido, y comenzó a redactar el semanario *El Telégrafo*, y de la causa realista. La caída de las tropas insurgentes propició el cierre del medio fundado por Hidalgo, y el que Maldonado pasara de describir al cura de dolores como “alma grande, llena de sabiduría y bondad” y denominarlo “Sardanápalo sin honor, infame y descarado”. Para la mala suerte de Hidalgo, surgen medios como *El Anti-hidalgo*,

76 REED TORRES, Luis, & Ruiz Castañeda, María del Carmen. *El periodismo en México. 500 años de historia*. México: Edamex - Club Primera Plana. 1998. p. 106.

77 PÉREZ ESPINO, Efraín. *La prensa y su papel en guerra de independencia de México*. En C. Avilés Solís, E. Hernández Ortiz, & J. Horta, *Periodismo en México, recuentos e interpretaciones* (págs. 51-70). México: Porrúa. 2011. p. 59.

78 CARBALLO, Emmanuel. *Op. Cit.* p. 17.

El Español y *El Centinela contra los Seductores*, cuyo contenido era contra los insurgentes y se encontraban al mando del virreinato. El diario realista más longevo fue *La Gaceta del Gobierno de México* cuya publicación inicio el 2 de enero de 1810 hasta el 29 de septiembre de 1821 que se centró en publicar documentos del gobierno y las partes oficiales de las campañas de las fuerzas realistas que estuvo a cargo de Manuel Antonio de Valdés que desde 1785 obtuvo licencia para publicar documentos y noticas de la Nueva España, donde también colaboró Juan López Cancelada que fue publicista y obtuvo privilegios por parte del Virrey Francisco Javier Linaza para formar parte del grupo de voceros del poder.

Por aquellos tiempos también vio la luz el segundo periódico insurgente: *Ilustrador Nacional* fundado por José María Morelos, pero la publicación fue a cargo de José María Cos, este medio tuvo 38 publicaciones entre el 11 de abril de 1812 al 17 de abril de 1813. A la difusión de ideas insurgentes se unieron diarios como: *El Pensador Mexicano* bajo la tutela de José Joaquín Fernández de Lizardi, en Yucatán: *El Aristeco*, *El Redactor Meridano*, *El Filósofo Meridano*, estos a cargo de Lorenzo de Zavala. En Puebla Juan Nepomuceno Troncoso instituyó el primer periódico: *La Abeja Poblana*, que entre sus páginas reveló de manera íntegra el Plan de Iguala.

La prensa con ideales independistas tuvieron dos periodos, y Carballo define ambos en:

La prensa insurgente se caracteriza, en la primera etapa, por la fuerza de sus ideas y desenfado con que éstas son expuestas; también por una especie de denominador común que da la espalda (superados los

primeros momentos) a la monarquía absoluta como forma de gobierno y la élite como clase nacida para ejercer el mando. La segunda etapa, corta y sin periódicos relevantes, invalida la táctica y la estrategia del primer periodo: achatadas las ideas y dichas comedidamente es pre-imperial y elitista.⁷⁹

Entre los periodistas insurgentes se encontraban en ambos periodos están:

Jacobo de Villaurrutia

José Matías Quintana

José María Cos

Carlos María Bustamante

José Manuel Herrera

José Joaquín Fernández de Lizardi

José Francisco Bates

Juan Wenceslao Barquera

Juan Nepomuceno Troncoso

José María Liceaga

Francisco Lorenzo Velasco

Prisciliano Sánchez

Andrés Quintana Roo

⁷⁹ *Ibíd.* p. 41.

Lorenzo Zavala

Ellos formaron parte esencial antes, durante y después de la guerra de independencia en el país, difundiendo los ideales liberales mediante los periódicos que fundaron en el país; que para bien de su causa, ese medio fue la plataforma para influir en la opinión del pueblo.

Sin embargo, tanto insurgentes como realistas, tienen algo en común el periódico fue utilizado como medio propagandístico y difusor de ideas, y que en muchos de los casos, agresor contra los grupos de oposición. Carballo⁸⁰ escribe que. La prensa insurgente en ocasiones se instala dentro de los cánones de la oratoria civil, mientras que la prensa realista encuadra dentro de las estructuras y estilos de la oratoria religiosa; aunque en ciertos momentos, una y otra, confunden en un todo amorfo la oratoria humana y la oratoria divina”.

La guerra de Independencia fue una época de bonanza de medios impresos, como diarios, semanarios, gacetas, panfletos, hojas de noticias. Sin embargo, la falta de recursos, la guerra, los intereses políticos y sociales; obligó a que la esos medios fueran inestables y de duración corta. A diferencia de lo que sucedió en la época de la dictadura de Porfirio Díaz y la revolución mexicana.

5.7 El periodismo durante la dictadura: Porfirio Díaz

Durante la presidencia de Porfirio Díaz (primera etapa 1876-1880, segunda etapa 1884-1910) puede catalogarse como una época de bonanza en las relaciones internacionales del país; crecimiento en las vías de comunicación interna entre los estados: construcción de

⁸⁰ *Ibíd.* p. 30 - 31.

carreteras, ferrocarriles, correo, telégrafo; inversiones extranjeras, creación de bancos, apertura de comercios y de la industria; fundación de escuelas como secundarias para mujeres, de comercio, de ciencias, de medicina, de artes, o de nivel superior como la Universidad Nacional. Porfirio Díaz trajo al país estabilidad, pero no paz. Por lo menos entre los periodistas esa palabra se encontraba lejos de existir.

En el Porfiriato, la palabra escrita debía insertar en las masas la idea de que la paz y el progreso eran valores supremos alcanzables sólo bajo la tutela del gobierno. Para ello el régimen se ocupó en seducir y adular a periodistas y editores simpatizantes, mientras que además de medidas represivas, creó instrumentos jurídicos que le permitieran silenciar a los opositores.⁸¹

Además para la política con la prensa, comenta Krauze, su costumbre fue jalar la rienda, aunque no tanto que se rompiera. A un gobernador en apuros le aconsejaba: ... mi opinión, que amistosamente le emito, es que daría mejores resultados que algunos de los agraviados lo acusen, y aunque sean dos o tres meses de prisión la pena que se les imponga, como esos escritores no se pueden callar durante su encierro, se les puede seguir acusando y anexando penas hasta endrogarlos en dos o tres años. La tarea es molesta y le llegará a cansar a usted; pero también es seguro que no será antes de que al procesado".⁸²

81 GONZÁLEZ SÁNCHEZ DE ARMAS, Miguel Ángel. "Contexto, comunicación, persuasión, manipulación y propaganda en el conflicto petrolero México – Estados Unidos: el caso de la expropiación del 18 de marzo de 1938". Director: Ramón Reig. Universidad de Sevilla, Departamento de periodismo II. 2010. p.112.

82 KRAUZE, Enrique. *Siglo de caudillos. Biografía política de México (1810-1910)*. México: Tusquets Editores. 1994, p. 307.

Para su causa el Gral. Díaz utilizó su poder político y combatió a los periodistas opositores haciéndose valer por sus propios medios, es así como los diarios *El Partido Liberal* (1885-1896), y *El Imparcial* (1896-1914) lucharon de la mano con el presidente. “se ganó con favores y subvenciones a la contraria que se mostró reductible persiguió o amordazó a la irreductible, cuyos periodistas resistieron heroicamente las multas y las cárceles; y procuró por último que hubiese una prensa en que se combatiesen mutuamente los principios políticos”.⁸³ Y se le agrega que “Cuando el 12 de septiembre de 1896 Rafael Pérez Spíndola da a luz *El imparcial* con el subtítulo *El Diario Ilustrado de la Mañana*, empieza a poner fin a esa prensa que había sido usada como arma de lucha, recurso para difundir las intenciones políticas, críticos de figuras públicas, como lo habían hecho *La Orquesta*, *El pájaro verde*, *El Ahuizote*, entre otros”⁸⁴.

En aquellos tiempos la prensa se ganó y tuvo un poder importante, a tal grado que en el 7 de diciembre de 1881 *El Nacional*, diario oficioso, recomienda la expedición de una ley que modere los “abusos” de la prensa, y que meses después tuvo sus efectos, el 10 de octubre se presenta en el Senado una iniciativa para reformar el artículo 7º de la constitución, relativo a la libertad de expresión, específicamente a los delitos de imprenta. El 27 de mayo de 1883 ya era un hecho, la mayoría de las legislaturas de los estados aprobaron una reforma al artículo 7º constitucional estableciendo que “es inevitable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni

83 BRAVO UGARTE, José. *Periodistas y periódicos mexicanos. Hasta 1935 selección*. México: Jus. 1966, p. 82.

84 ZEPEDA CAMPOS, Dinorah. *El Imparcial: una respuesta periodística al impulso de progreso porfirista*. En C. Avilés Solís, E. Hernández Ortiz, & J. Horta, *Periodismo en México, recuentos e interpretaciones* (págs. 115-126). México: Porrúa. 2011. p. 118.

autoridad puede establecer la previa censura (...) ni coartar la libertad de imprenta (...) los delitos de imprenta serán juzgados por un jurado que califique el hecho, y por otro que aplique la ley y designe la pena”⁸⁵

De la misma manera a finales de agosto de 1883 se difunde la noticia de que ya son doce los periódicos que sostiene la candidatura de Porfirio Díaz, entre ellos *El Vigilante*, *El Laredense*, *El Órgano del Progreso*, *El Monitor Jalisciense*, *El Sonorense*, *La Abeja*, *El Día*, *El Progreso*. La influencia la prensa oficialista en la opinión pública generó una visión positiva y de aceptación hacia Díaz. Algunas definiciones de la función de los diarios durante ese tiempo fueron que: ... la prensa durante el Porfiriato básicamente era de definición política y se enfocaba en la interpretación de las noticias, además de contar con abierta filiación a algún grupo político; la prensa subvencionada por el régimen destinaba muchas de sus páginas para contrarrestar a la oposición, para manifestar las divisiones internas del grupo, difundir discusiones intelectuales de distintas tendencias y para intercambiar acusaciones, siempre y cuando que no se atacara a Porfirio Díaz.⁸⁶

En junio de 1885 *El Tiempo*, periódico no oficialista, denuncia que el gobierno apoya al diario *La libertad*, argumentando que puede verse fácilmente a contraluz que está impreso en el mismo papel que el Diario Oficial. Otros medios que no simpatizaron con el régimen fueron *El Hijo del Ahuizote* fundado por Daniel Cabrera, quien sufrió frecuentes persecuciones y encarcelamientos; *El Siglo XIX* periódico

85 SERRANO ÁLVAREZ, Pablo. *Porfirio Díaz y el Porfiriato. Cronología (1830-1915)*. México: INEHRM. 2012, p. 122.

86 ZEPEDA CAMPOS, Dinorah. *Op. Cit.* p. 116.

liberal, que durante sus cuatro periodos entre 1841 y 1896, tuvo como plumas a: Francisco Zarco, José María Iglesias, José María Lafragua, Ignacio Ramírez, Manuel Payno, José María Vigil, Melchor Ocampam, Juan B. Morales, Guillermo Prieto e Ignacio Ramírez Altamirano; o *El Monitor Republicano* de Vicente García Torres. La represión y la censura de los diarios contrarios a los ideales de Porfirio Díaz, se hizo notar cuando los dos últimos periódicos mencionados vieron fin a su tiraje por dos factores, el primero se debió a que “la represión del sistema debilitó el trabajo de los periodistas opositores, debido a que las galeras de Belém había una veintena de periodistas y personal de talleres de imprenta confundidos con criminales de orden común con sentencias que iban de 100 días a 11 meses de prisión y multas de hasta 11 mil pesos.”⁸⁷ Y la segunda se debió a que *El Imparcial* “introdujo el periodismo moderno en México y llegó a tirar 75 mil ejemplares (*Lep.* 451) o quizás 90 mil que dice Velasco (148)”⁸⁸ este medio revolucionó, con ayuda del gobierno, la manera de hacer periodismo. Información para las masas.

Benítez afirma que “Las dictaduras, a lo largo de la historia republicana de México en el siglo XIX, dieron al periodismo del país dos líneas de conducta. Por una parte, fue en sentido general un elemento al servicio de los gobiernos despóticos, pero, por otra parte, la libertad fue patrimonio de periodistas honestos y, al cesar la presión de los gobiernos antidemocráticos, se producía una incontinencia de la libertad reprimida”.⁸⁹

⁸⁷ *Ibid*

⁸⁸ BRAVO UGARTE, José. *Op. Cit.* p. 83-84.

⁸⁹ *Ibid.* p. 51-52.

El periodista Gutiérrez de Lara relata cómo fue la dictadura: La cárcel o la muerte esperaban al hombre o mujer que escribía la verdad sobre las condiciones que imperaban en México. Los periodistas que se atrevían a expresar aunque fuera una ligera protesta, contra actos del gobierno, eran detenidos, sus imprentas destruidas, y sus editores y redactores arrojados a mazmorras horribles para que allí se pudrieran, cegaran o enloquecieran. Escritores radicales salían de sus casas para nunca volver, secuestrados o muertos a puñaladas en la oscuridad.⁹⁰

Como le sucedió a Enrique Echeverría el 29 de abril de 1888, día en que fue enviado a prisión (cárcel de Belém), debido a que publicó en *El Monitor* una traducción del diario de Nuevo Orleans, *Daily Picayune*, que toca el tema sobre la inseguridad en el país. Otro de los casos evoca el 10 de julio de ese mismo año, Manuel Díaz de la Vega y José Piedras, “son detenidos luego de publicar un artículo en *El Nacional*, en el que se defienden las ideas conservadoras y católicas puestas en duda por un periódico en Orizaba”⁹¹

Durante ese tiempo los periodistas tenían dos opciones: escribir para Díaz o la cárcel. Muchos de los que decidieron escribir para el presidente terminaron sus días como periodistas con el estallido de la revolución y la caída de la dictadura, mientras que los otros, los perseguidos durante el régimen, formaron parte de la batalla desde las salas de redacción.

⁹⁰ Apud. BENÍTEZ, José Antonio. *Los orígenes del periodismo en nuestra América*. Argentina: Lumen. 2000, p. 50-51.

⁹¹ SERRANO ÁLVAREZ, Pablo. *Op. Cit.* p. 155.

5.8 La revolución: un intento fallido de libertad de prensa

Creer que después del patriarcado de Díaz sobre la prensa durante la dictadura se terminaría por la revolución, sería lo más óptimo. Sin embargo, no fue así. Las fuerzas revolucionarias también tomaron partido de las ventajas que era tomar el control de la prensa. Los hermanos Flores Magón incursionaron en la prensa desde 1900, tras fundar el 23 de mayo el periódico *Regeneración*, medio cuyo contenido fue desde un principio de oposición al poder gubernamental. Debido a ellos Jesús y Ricardo Flores Magón fueron puestos en prisión; sin embargo, para 1903 crearon el periódico *Excélsior* claramente antirreleccionista.

Otro medio que apoyó a los revolucionarios fue el *Antirreleccionista* bajo el cargo de José Vasconcelos, Luis Cabrera, Toribio Esquivel Obregón y Federico González Garza. Carlos Monsiváis asegura que: “en la prensa de la revolución, se produce un enfrentamiento notable entre la opinión y el reportaje. La primera abunda, y a momentos la revolución parece un cúmulo de puntos de vista rodeado de algunos hechos militares. En un momento en que todos opinan con fervor y pasión revanchista, hacer política es combatir desde los periódicos y alentar las opiniones y noticias favorables a la facción de donde de milita”.⁹²

En efecto, cada revolucionario tiene sus medios (de comunicación) para el combate, que desde el principio de fueron moldeando. En 1904, y a modo de impulsar su carrera por la presidencia del país,

⁹² SCHERER GARCÍA, Julio., & MONSIVÁIS, Carlos. *Tiempo de saber. Prensa y poder en México*. México: Aguilar. 2003, p. 126.

Madero fundó *El Demócrata*. Tras el estallido de la revolución, varios medios cerraron sus ediciones, debido a que muchos tenían influencia de Porfirio Díaz, sin embargo, el diario oficialista “*El Imparcial* que Madero respetó, debido a la creencia de que no había lugar a la revancha”⁹³. Algunos partidarios de Madero, como Heriberto Barrón, colaboraron con ese medio.

Madero no respetó la libertad de imprenta, que fue “uno de los más altos principios proclamados por la revolución”. Y poco después de iniciado su régimen, sus partidarios organizaron una manifestación contra los periódicos independiente, que fue correspondida por una contramanifestación de sus contrarios en la que hablaron en pro de la libertad de prensa Diego Arenas Guzmán, Ezequiel Padilla y Antonio Díaz Soto y Gama. Después hubo atentados contra periódicos y los periodistas, como en los tiempos de Don Porfirio.⁹⁴

Sin embargo, y pese a lo que sucedía con la prensa, para aquella época surgió una nueva pieza fundamental para el poder: el oficio de fotorreportero, “nació a la sombra de la prensa ligada al poder político, ya que la prensa oficial y oficialista tenían óptimos talleres de fotograbado”,⁹⁵ y como ya hemos hecho mención la violencia en aquella época del país hizo de este oficio, un ejercicio peligroso. Para 1912 el poder cobró su primera víctima, “nuevos acontecimientos van a marcar el oficio del fotoperiodista, entre ellos el primer asesinato de un reportero gráfico. Se trataba de un fotógrafo de apellido Rivera, quien al intentar cubrir la noticia de los dominios zapatistas fue

93 TOUSSAINT, Florence. *Medios y personajes relevantes del periodismo durante el Porfiriato y la Revolución*. en p. 159 (153-163)

94 BRAVO UGARTE, José. *Op. Cit.* p. 82.

95 ESCORZA RODRIGUEZ, Daniel. *El surgimiento del oficio del fotoperiodista*. En p. 172. (165-178)

asesinado junto con los periodistas Humberto Strauss, e Ignacio Herrerías.”⁹⁶ El país, y los periodistas de la época, vivieron malos momentos durante la revolución, debido a los interés de por medio que se generaban por la ambición del poder.

“A los políticos no les conviene la libertad de expresión, las fuerzas revolucionarias no consiguen voceros estables, los atropellos multiplican. Entre 1911 y 1930 se vive el auge de la prensa partidista, con su cauda de enemistades abiertas y riesgosas. No hay zonas neutrales ni objetividad que posponga la promoción de las causas, y la lucha ideológica se libra en hojas sueltas y periódicos impresos en la proximidad de los combates”.⁹⁷

La prensa dejó de padecer por Francisco I. Madero, debido a que fue asesinado junto a José María Pino Suárez, en el golpe de Estado emprendido por Victoriano Huerta. Periódicos como: *El País*, *Multicolor*, *La Prensa Y Mañana*, respaldaron al golpe militar. “De 1913 a 1916 se generan movimientos que van del constitucionalismo, dirigido por Venustiano Carranza en contra de Huerta, hasta el grupos de los convencionistas erigido como opositores de los carrancistas”⁹⁸. Pero todos ellos tienen algo en común, la lucha por el poder no respetó los límites de la libertad y agresión.

96 *Ibíd.* p. 175

97 SCHERER GARCÍA, Julio., & MONSIVÁIS, Carlos. *Op. Cit.* p. 124.

98 TOUSSAINT, Florence. *Op. Cit.* p.159.

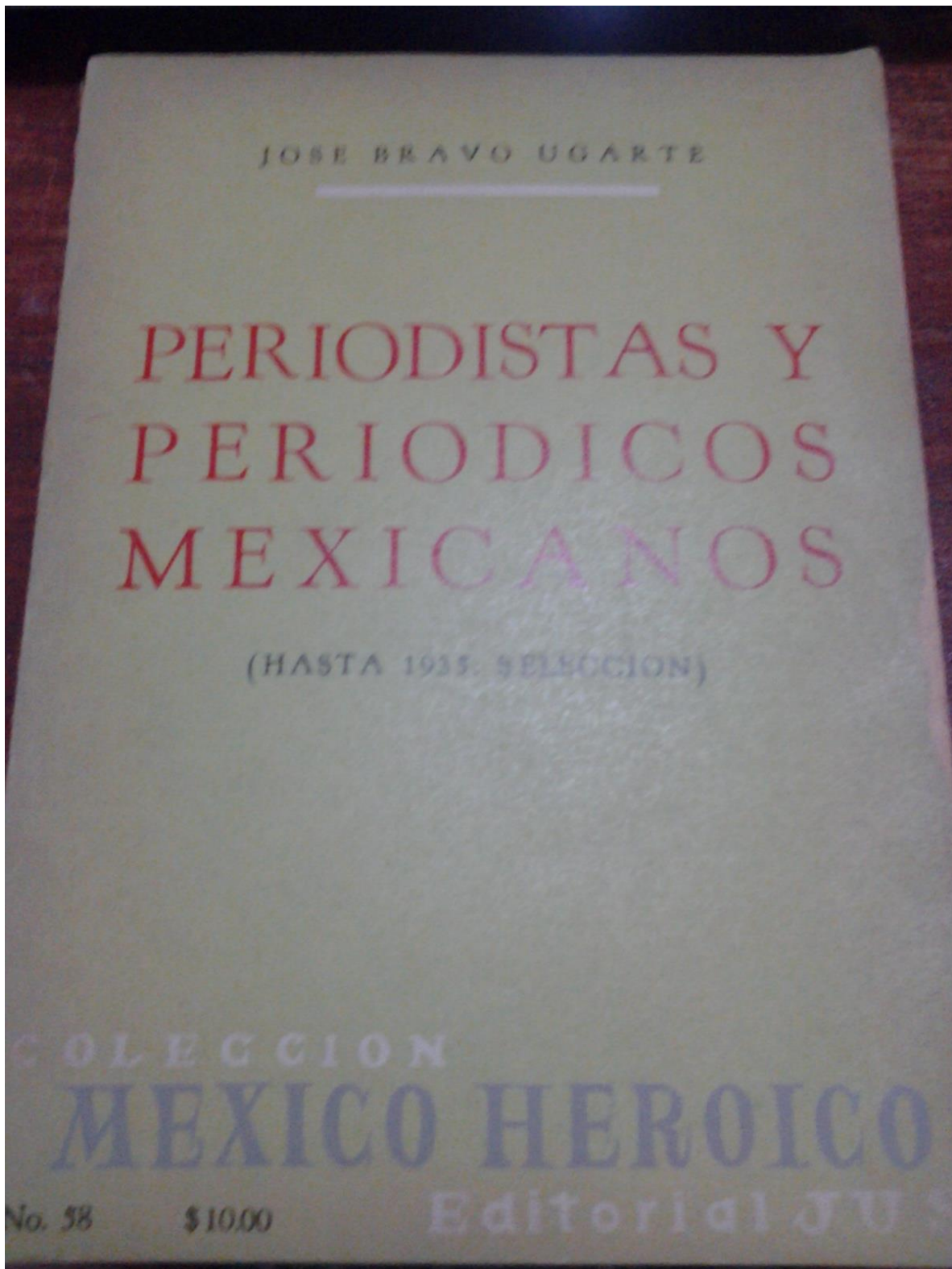


Fig.7 Portada del libro *Periodistas y periódicos mexicanos* del autor **José Bravo Ugarte**.

“Al poder le irritan los reparos y las críticas. Carranza, Obregón y Calles comparten el rechazo a la libertad de prensa. Obregón es intolerante con sus enemigos, y tolerante con su pasión de articulista y con las entrevistas que él mismo se hace. Y Calles reserva su paciencia para sus allegados. Soportan la crítica como dádiva ocasional, nunca como obligación de Estado”.⁹⁹

Pese a las vicisitudes de la prensa durante esta época; la inestabilidad, el corto tiempo de vida de muchos medios,¹⁰⁰ el exilio o la muerte para periodistas, medios como: *El Universal*, que fue el primer medio en contar con servicios cablegráficos de las agencias informativas: *Associated Press International* y la agencia alemana *Reuter*; *Excélsior*, que se hizo también miembro de *Associated Press*, y además contó con un excelente cuerpo de redacción, maquinaria moderna y edificio propio; promovieron un modelo distinto de transmitir la información, aunque no lograron separarse del poder político, económico y social, si lograron estabilidad en el país, misma que aún conservan hoy en día. “A partir de 1917 se inicia una etapa notablemente diferente en la historia de la prensa nacional. Se empieza a dar una consolidación del capitalismo en lo económico y una corporativización del Estado de México en lo político. Prevalece un modelo político – económico y el periodismo se subordina a esta situación”.¹⁰¹

99 SCHERER GARCÍA, Julio., & MONSIVÁIS, Carlos. *Op. Cit.* p. 127 -128.

100 Después de la estabilidad, en cuanto al tiempo de vida, de la prensa después de la guerra de independencia, la revolución trajo consigo inestabilidad en los medios. Tras el exilio de Porfirio Díaz a Francia, causó que los medios que le servían al poder cerraran y sus periodistas terminaran en la cárcel, exiliados o como aliados de algún personaje de poder. O tal es el caso de Francisco I. Madero que después de su asesinato los medios que fundó y otros que apoyaron su candidatura también tuvieron que cerrar.

101 MANCINAS CHÁVEZ, Rosalba. *El poder mediático en México. Relaciones entre economía, política y medios de comunicación*. Sevilla: Ámbitos para la comunicación. 2008. p.183-184.

5.9 Lázaro Cárdenas

Esta época fue de estabilidad mediática, la represión bajó sus índices en comparación a lo que se vivió en del periodo de la independencia a la post-revolución; sin embargo el poder y los periodistas no se desvincularon, al contrario los lazos se fueron estrechando a partir de aquí hasta que vieron una ruptura con el PRI hasta el 2000. Para estos tiempos en Europa (Hitler, Franco y Mussolini) los líderes políticos utilizaron los medios de comunicación para su ascenso al poder. Hubo una alianza para influir en la opinión pública, sin embargo, esta alianza también trajo consigo represión al gremio periodístico. En México no fueron diferentes pues, “la regulación de la actividad de los medios es y ha sido a través de los dos últimos siglos en México una preocupación constante en los círculos de gobierno.”¹⁰²

Para Cárdenas los medios fueron de manera fundamental vehículos propagandísticos que desde la visión de su programa de gobierno tendrían como tarea central apuntalar los objetivos del plan de gobierno, difundiendo su ideología e informando puntualmente acerca de sus actividades y los resultados de sus decisiones.¹⁰³

Durante este periodo la radio comenzó a jugar un rol importante para la transmisión e ideas hacia la sociedad. Como apunta Rosalba

102 **SÁNCHEZ RIVERA, Roberto.** *El impacto del surgimiento de las oficinas de comunicación social en el periodismo mexicano.* En **C. Avilés Solís, E. Hernández Ortiz, & J. Horta,** *Periodismo en México, recuentos e interpretaciones* (págs. 211-220). México: Porrúa. 2011. p. 213.

103 **GONZÁLEZ SÁNCHEZ DE ARMAS, Miguel Ángel.** “Contexto, comunicación, persuasión, manipulación y propaganda en el conflicto petrolero México – Estados Unidos: el caso de la expropiación del 18 de marzo de 1938”. Director: **Ramón Reig.** Universidad de Sevilla, Departamento de periodismo II. 2010. p. 114.

Mancinas¹⁰⁴ “Fue un medio accesible para la mayoría del pueblo por el precio de los aparatos receptores. Cubrió casi desde sus orígenes gran parte del territorio nacional, llegando a lugares que a finales del siglo XX y principios del XXI estaban inaugurando su red de energía eléctrica”.

Para Lázaro Cárdenas la aceptación de sus ideales se basó en qué modo se podría controlar la prensa y mantener un patriarcado (este que mantendría el PRI por más de 70 años en México). Al asumir la dirigencia del Partido Nacional Revolucionario, ordenando la reorganización tanto del periódico oficial *El Nacional* como del aparato radiofónico del partido, y en la Presidencia de la República tomando medidas para garantizar que la radio fuera el vehículo de su contacto con el pueblo. En diciembre de 1936, expide el decreto de creación del Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP), para coordinar los sistemas de publicidad y propaganda del gobierno bajo una sola dirección y aplicados a realizar una obra continua de difusión de hechos y doctrinas de la mente pública¹⁰⁵

El Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP) generó un acercamiento y relación con la prensa, diferente a como se llevaba al cabo con anterioridad. La planeación de métodos de difusión, la selección de contenidos, la emisión de mensajes del Gobierno Federal y/o sus dependencias. El Estado incursiono en todos los medios de aquella época. Como veremos a continuación:

104 **MANCINAS CHÁVEZ, Rosalba.** *El poder mediático en México. Relaciones entre economía, política y medios de comunicación.* Sevilla: Ámbitos para la comunicación. 2008. p. 186.

105 *Ibíd.* p. 115.

El DAPP tuvo la responsabilidad del diseño y ejecución de la política de comunicación social del gobierno mexicano. Sus funciones quedaron asentadas en el artículo 15b de la Ley que reformó y adicionó la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado:

I. Publicidad y propaganda oficiales.

II. Dirección y administración de las publicaciones periódicas dedicadas a realizar la publicidad y la propaganda especial o general de las dependencias del Ejecutivo; así como la dirección y administración de los nuevos órganos periodísticos que se considere necesario editar.

III. Información oficial:

IV. A la prensa nacional y extranjera.

V. A las agencias cablegráficas e informativas.

VI. A las autoridades civiles y militares y

VII. A los representantes de México en el extranjero.

VIII. Servicio de propaganda a los periódicos del país y del extranjero.

IX. Servicio editorial de publicidad y propaganda (libros, folletos, álbumes y medios semejantes).

X. Edición de películas cinematográficas, informativas, educativas y de propaganda.

XI. Autorización para exhibir comercialmente películas cinematográficas en toda la República y exportar las producidas en el país, conforme al reglamento que se expida.

XII. Dirección y administración de las estaciones radiodifusoras pertenecientes al Ejecutivo, con excepción de las que dependen de la Secretaría de Guerra y Marina.

XIII. Supervisión y reglamentación de la propaganda y publicidad hecha por medio de radiodifusoras comerciales y culturales establecidas en la República.

XIV. Propaganda directa por circulares, cartas y otros medios semejantes.

XV. Propaganda indirecta por medio del teatro, carteles, periódicos y otros medios semejantes.

XVI. Distribución de toda clase de material de publicidad y propaganda.

XVII. Diario Oficial de la Federación y compilación y publicación de toda clase de leyes y disposiciones del Gobierno Federal.

XVIII. Archivo General de la Nación.

XIX. Talleres Gráficos de la Nación, su actual equipo y todo el que pertenece a las diversas imprentas dependientes del Ejecutivo Federal, con excepción de los Talleres de Impresión de Estampillas y Valores de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el de los talleres anexos a las Escuelas Técnicas de la Secretaría de Educación Pública.¹⁰⁶

Este modelo es similar al que Joseph Goebbles realizó para controlar: la radio, los medios impresos y el cine. “Las oficinas de comunicación social estatales vinieron a impactar el periodismo mexicano a lo largo de más de siete décadas, donde el monopolio de la información fue la determinante.” Tanto para el pueblo como para el ejercicio periodístico. Al cardenismo se le pueden atribuir dos cosas: el inicio de

106 GONZÁLEZ SÁNCHEZ DE ARMAS, Miguel Ángel. *Op. Cit.* p. 121-123

asignaciones de periodistas para cada medio de comunicación y el “dedazo” en la sucesión presidencial.

5.10 Relación PRI y medios entre 1940 - 1976

Durante este periodo la radio, el cine y la prensa, ya establecidas en el país, vieron nacer a la televisión. El medio que revolucionaría al país y que construiría las bases de la “democracia” que hoy en día es vigente, ya que este medio (y la radio y prensa) influyó en los votantes en el 2012 para que Enrique Peña Nieto obtuviera la Presidencia de la República.

Entre 1940-1968, a la prensa “nacional” la señalan negativamente la vocación de impunidad de sus directivos y de muchos de sus reporteros, el servilismo ante el gobierno en turno y algunas figuras de pintoquesquismo, la picaresca o franca atrocidad (vocación de impunidad es sinónimo de vida política). En ese medio, la “prensa nacional” que sí goza de algunas libertades se jacta de su fuerza: apuntala famas y prestigios, encabeza campañas de linchamiento moral de los disidentes y es conducto inevitable del Presidente de la República para dirigirse a la sociedad deseable.¹⁰⁷

Sin embargo, antes del 2000 y de la aparición de la televisión en los años 50's, la radio se consolidó en el país, la prensa creó vínculos más estrechos con los Presidentes de México y entes económicos. “Este periodo se desarrolla del sexenio de Cárdenas al de Díaz Ordaz,

107 SCHERER GARCÍA, Julio., & MONSIVÁIS, Carlos. *Op Cit.* p. 182.

y se puede decir que es la época de la consolidación del mando unipersonal del presidente en turno y por lo tanto la creación de la relación especial entre prensa y poder”.¹⁰⁸ O como aseguran varios historiadores, el periodo del presidencialismo (1940-1968); cuya característica se basa en la concentración de facultades en el Presidente de la República. El don autoritario de nombrar al próximo presidente. En ese periodo la prensa jugó un papel de maestro de ceremonias, poniendo adjetivos a los mandatarios del momento:

Manuel Ávila Camacho (1940-1946): “El Presidente Caballero”;

Miguel Alemán Valdés (1946-1952): “El Primer Obrero de la Patria”;

Adolfo Ruiz Cortines (1952-1958): “El administrador”;

Adolfo López Mateos (1958-1964): “El Primer Orador de la Patria”;

Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970): “El Siervo de la Nación”;

Luis Echeverría Álvarez (1970-1976) “El Predicador”.

“*Cuando yo gobierno...* Es decir, cuando no se puede ni se debe responder en lo mínimo. Esto, la prensa lo toma en cuenta de modo primordial, y por eso cuando se habla de “prensa oficial” se alude a la que acompaña el nombre con el título. Y todo ocurre entre el diluvio de homenajes: “Señor Licenciado, el país vuelve a nacer gracias a usted”. Por lo común, las críticas en la prensa son inaudibles o se ven reprimidas, y en televisión son inexistentes. Y no importa que el presidencialismo omnímodo sea un mito y que el límite del poder

108 SÁNCHEZ RIVERA, Roberto. *El impacto del surgimiento de las oficinas de comunicación social en el periodismo mexicano*. En C. Avilés Solís, E. Hernández Ortiz, & J. Horta, *Periodismo en México, recuentos e interpretaciones* (págs. 211-220). México: Porrúa. 2011. p. 213.

máximo sean los otros poderes máximos (los organismos financieros, el gobierno norteamericano, la iglesia católica, la autonomía de la burocracia como red de ineficiencias y corruptelas).

Lo básico es la sujeción psicológica de la mayoría, convencida de que una persona, el Presidente, decide lo de todos, y “sólo él sabe la magnitud de los problemas”. La prensa algo conoce de lo que sucede, pero eso -se afirma de distintas maneras- es nada más enterarse de un fragmento, ya que la única sabiduría totalizadora es la del poder supremo”.¹⁰⁹

Manuel Ávila Camacho, llega al poder con apoyo de Lázaro Cárdenas. Se construye la estructura política, de la llamada por Mario Vargas Llosa en 1990: *dictadura perfecta*. La característica con la prensa durante su mandato fue que:

La prensa dialogó con el poder, pues viste a la república, no hay crítica a la clase política dominante (PRI); red de periódicos locales se amplía; la relación poder-prensa se lleva al cabo con beneficios personales y familiares; la presidencia de adueña de la mayoría de los medios de comunicación.

Con su sucesor no existe mucha diferencia, la relación de Miguel Alemán Valdés (también denominado el cachorro de la revolución), la prensa produce un modelo válido para los regímenes siguientes: Abundancia de concesiones a los dueños de periódicos; capitales de empresas invierten en medios de comunicación; entrega (a los medios) de la publicidad gubernamental; la instituye la autocensura en los medios, como ahorro de tiempo y telefonazos para el gobierno; el

109 SCHERER GARCÍA, Julio., & MONSIVÁIS, Carlos. *Op Cit.* p. 135-136

ingreso de los políticos a la celebridad social; los medios ejercen una campaña de linchamiento político contra los adversarios del PRI. Además de que el culto, (como bien lo describe José Emilio Pacheco en, *Las batallas en el desierto*) se vuelve parte del decoro de los medios hacia el poder político, la veneración que recibió este presidente en especial. El culto a la personalidad es un efecto especial del culto a la magia publicitaria. *El Nacional*, fundado en 1929 como órgano del Partido Nacional Revolucionario, se especializa en la alabanza, tal vez al cobijo de su impunidad: ¿quién lo lee? (Es la leyenda en el gremio periodístico la conversación entre el presidente Ruiz Cortines y el director de *El Nacional*. El Presidente le participa de una noticia exclusiva y el director, alborozado, le pide permiso para publicarla. Ruiz Cortines duda un instante y acepta: “publíquelo, pero no se lo cuente a nadie.”)¹¹⁰

Parte de la estrategia del Estado, y para que los medios impresos cumplieran con las ordenes fue que, PIPSA (Productora e Importadora de Papel), se volvió el principal y único sostén proveedor para la prensa, es por ello que medios que no acataran las órdenes del Presidente se veían afectados en la producción de los diarios. Según Fuentes Fierro¹¹¹, “PIPSA se convierte en un punto nodal en la relación entre periodismo y Estado, permitiendo incluso la posibilidad de convertir al gobierno en financiador y amortiguador económico en tiempos de crisis por la simple regulación de los precios del papel”. Además de que los principales periódicos que se encontraban la orden

110 SCHERER GARCÍA, Julio., & MONSIVÁIS, Carlos. *Op Cit.* p. 145

111 *Apud.* ZACARÍAS, Armando. *El papel del papel de PIPSA en los medios mexicanos de comunicación.* En *Comunicación y sociedad.* (DECS, Universidad de Guadalajara) núm. 25-26, septiembre 1995-abril 1996, (págs. 73-88) p. 77

del PRI fueron: *Excélsior*, *El Universal*, *Novedades*, *La Prensa* y *el Nacional*. Sus directores y algunos periodistas de alto rango, acudían a reuniones con autoridades de gobierno, cenas, desayunos fiestas. Era parte del protocolo del gremio periodístico.

En 1951 el director del semanario *Presente* fue agredido y los talleres donde se imprimía el semanario fue invadido por pistoleros que agredieron a los colaboradores del medio, esto luego de que criticaron al grupo político de Miguel Alemán, al denominarlos: Alí Babá y los cuarenta ladrones. La represión es para quienes, lejos de acatar las órdenes, criticaban las acciones del gobierno.

Otra característica de este gobierno es que el al día siguiente del informe presidencial, el 1º de septiembre de 1950, se inauguró el primer noticiario en México, bajo el sello de *Noticias al Día*, en esa primera emisión fue transmitido el informe de Miguel Alemán Valdés. Ese mismo año, también nacieron los programas informativos: *Noticiario General Motors*, que se transmitió en XHTV, *Canal 4*, cuya concesión era XEX, propiedad de Petróleos Mexicanos, pero fue adquirida por don Rómulo O´Farrill, dueño de Publicaciones Herrerías, editora del periódico *Novedades*, allí colaboraron Guillermo Vela, Pedro Ferriz Santacruz y Jacobo Zabludovsky. Medios impresos y electrónicos comenzaron a seguir las reglas del poder, reglas que aunque no estaban establecidas eran bien conocidas por los periodistas, y que con el paso del tiempo se endurecieron.

(...) una regla no escrita pero rigurosamente acatada por la mayor parte de los medios de comunicación en México durante varias décadas: “No criticar al Presidente de la República; no cuestionar la fe

del pueblo mexicano en la virgen de Guadalupe y no hablar mal del Ejército”.¹¹²

Adolfo Ruiz Cortines, quien era el Secretario de Gobernación de Manuel Ávila Camacho, siguió la línea que se mantenía con la prensa cuando se le entregó la presidencia en 1952. En la prensa impresa, los grandes medios de comunicación (a la orden del presidente) continúan siendo *El Universal*, *Excélsior* y *Novedades*, sin embargo existen medios que mantienen una línea editorial de izquierda y centro derecha, que realiza críticas al poder, como: el semanario que fundó Martín Luis Guzmán en 1942, *Tiempo*; *Hoy*, *Mañana* y *Siempre* quien vio la luz en 1953 y dirigida por José Pargés Llergo, quien salió de la publicación debido a que “publicó una fotografía “cachonda”. Allí Carlos Girón, yerno de Miguel Alemán. Lanza una mirada “lubrica” a una de las bailarinas de un show parisino, mientras su mujer lo ve reprobadoramente.”¹¹³

Durante ese sexenio se lleva al cabo un suceso importante para la televisión mexicana, pues en 1955, “XHTV, canal 4, concesionado a Rómulo O’Farrill; XEWTV Canal 2, a Emilio Azcárraga Vidaurreta, y XHGC, canal 5 al gran inventor Guillermo González Camarena, se fusionan en búsqueda de fortalecimiento financiero y de estrategias de mercado.”¹¹⁴ Nace Telesistema Mexicano, al que más tarde cambiará de nombre a Televisa. “El patrocinio de las primeras experiencias televisivas por el PNR (*Partido Nacional Revolucionario los 1920’s*)

112 MEJÍA BARQUERA, Fernando. *Televisión y política*. En SANCHEZ DE ARMAS, Miguel Ángel, RAMÍREZ, María del Pilar. (coords.) *Apuntes para una historia de la televisión mexicana II*. México: Revista Mexicana de Comunicación y Televisa, 1999. p. 25.

113 SCHERER GARCÍA, Julio., & MONSIVÁIS, Carlos. *Op Cit*. p. 148.

114 ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. *Las nuevas dinámicas informativas de los grandes monopolios: la era de Telesistema Mexicano*. C. Avilés Solís, E. Hernández Ortiz, & J. Horta, *Periodismo en México, recuentos e interpretaciones* (págs. 221-228). México: Porrúa. 2011. p.223.

formaba parte de un ambicioso proyecto propagandístico de ese partido en el que se planeaba otorgar a los medios electrónicos un papel central. Precisamente el 1o. de enero de 1931, el PNR había inaugurado su radiodifusora, la XEFO.”¹¹⁵ Y en los años 50’s la televisión, que fungió como órganos propagandístico del PRI, como señala Fernando Mejía:

Durante casi cuatro décadas, la única fuerza política que pudo expresarse de manera amplia y abiertamente en la televisión mexicana fue la representada por el gobierno y el PRI; la TV fue por lo tanto, en materia política, un medio de legitimización y propaganda para el régimen y su partido.¹¹⁶

Otras las características de los medios de comunicación durante su mandato, fueron: El alabo de la prensa, de manera moderada en comparación de sus antecesores; los empresarios de medios de comunicación mantienen una distancia medible con el poder político; continua la facturación de millones de pesos por parte de los medios de comunicación; la publicidad, contratos y convenios con la prensa se vuelve aún más estrecha.

El siguiente en ocupar la presidencia fue Adolfo López Mateos al cual, como afirma Monsiváis¹¹⁷, la televisión importó poco y sus noticiarios son más bien el registro de cocteles de inauguración. Este sexenio se caracterizó por la represión hacia los grupos de manifestantes, reprimenda que se agudizará con el paso del tiempo y con los siguientes dos presidentes, en 1959 “controla” y detiene con agresión

115 MEJÍA BARQUERA, Fernando. *Del canal 4 a Televisa*. En SANCHEZ DE ARMAS, Miguel Ángel (coord.) *Apuntes para una historia de la televisión mexicana I*. México: Revista Mexicana de Comunicación y Televisa, 1998. p. 21.

116 MEJÍA BARQUERA, Fernando. *Televisión y política*. Op. Cit. p. 22.

117 SCHERER GARCÍA, Julio., & MONSIVÁIS, Carlos. *Op Cit*. p. 159

e intervención del ejército, a más de 10 mil trabajadores del sindicato ferrocarrilero que se manifestaban; entre ese mismo año y 1960, se ataca a los disidentes de la Sección IX del SNTE; se reprime a integrantes del sindicato petrolero y electricista; a los campesinos en marzo de 1962. El gobierno del “primero palo, luego pan”. La antesala de lo que acontecería en 1968 en Tlatelolco.

El sistema había reaccionado con una dureza sin precedentes contra los beneficiarios reales o supuestos de la Revolución: los obreros. A partir de ese momento, los sindicatos rebeldes que quisieran “calar” al gobierno sabían a qué atenerse. A cada acción o amago de insurgencia correspondería una reacción mayor por parte de las autoridades. El sistema político en coro apoyaba las acciones del gobierno. En la Cámara, los diputados repudiaron *a los elementos extranjeros que la dirección sindical mantuvo con ánimo de fortalecer el injusto movimiento que auspiciaba*. El poder judicial guardaba un circunspecto silencio. Los empresarios aprobaban con entusiasmo la medida. La iglesia no abría la boca, pero respiraba con el golpe dado a los enemigos del cristianismo.¹¹⁸

Ante esto los medios reaccionaron de la siguiente manera, *Siempre!*, que según Krauze, era la menos subordinada; criticó las acciones del gobierno. Además en esa misma publicación el periodista José Alvarado lamentó el creciente clima de intolerancia por parte del gobierno. Por otra parte *Política*, diario de resistencia fundado en 1960 que era dirigida por Manuel Marcué Pardiñas, se dio a la tarea de informar sobre las represiones y actos cometidos derivadas por las

118 KRAUZE, Enrique. *La presidencia imperial. Ascenso y caída del sistema político mexicano (1940-1996)*. México. Tusquets Editores. 1997, p. 235.

órdenes del presidente. Sin embargo, y debido a que estos medios tenían baja circulación en comparación con el impacto de la televisión y de los “grandes medios”, López Mateos continuó teniendo ante la opinión pública una imagen populista.

Además esta etapa se instituye el “embute” o también conocido “chayo”. Que en palabras de Scherer¹¹⁹, “el embute representaba un simple trámite disociado de la fama pública. Más aún, facilitaba que los periodistas, la mayoría con sueldos cortos, pudieran moverse con soltura en los escenarios de lujo de la política”. Detalles entregados a los periodistas, de la mayoría sino es que a todos los medios de comunicación. Escenario político-periodístico que aún continúa en nuestros días, y que significa una enfermedad que afecta a este oficio desde los altos mandos y direcciones periodísticas, hasta a los reporteros, pasado por quienes son actores durante el proceso de generación de información, para trasmitirla a la sociedad.

El embute es, también, una advertencia: no nos interesa que crean lo que se publica, nos interesa que se enteran de la idea oficial de la realidad. Y la mitomanía en circular: quien manipula a quienes manipulan tendrá cien años de perdón del juego de espejos: *Aquí está tu recompensa. Opinión Pública / Aquí está mi aquiescencia ¡Oh Poder!* De hecho, el embute es la alegre ratificación: la prensa denuncia virilmente la excelsitud de la clase dominante, y ésta recompensa la osadía de los comunicadores que a ensalzan.

Y agregándole que durante esos 6 años de gobierno, en enero de 1960 fue promulgada la Ley Federal de Radio y Televisión que en su

119 SCHERER GARCÍA, Julio. *La terca memoria*. México: Grijalbo. 2007. p. 81.

artículo 58 garantiza la libertad de expresión en los medios electrónicos, que instituyó:

“el derecho de información, de expresión y de recepción, mediante la radio y la televisión, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa y de limitación alguna no censura previa, y se ejercerá en los términos de la Constitución y de las leyes”.¹²⁰

Sin embargo, dicha promulgación no se respetaría, adecuándose a lo que el gobierno dictara hacía los medios tanto electrónicos como impresos. Debido a que el gremio periodístico se caracterizó por ser cínico ante el gobierno y la sociedad, derivado de la influencia de la influencia del sector político y empresarial del país.

El cinismo –gozo de la resignación, inútil venganza irónica- es la era del PRI el lenguaje interno y externo de la prensa. Los periodistas se advierten al explicar en privado lo que realmente sucede, lo que niegan y enturbian en público. Así son las reglas del juego: la credibilidad a la que se puede o debe aspirar proviene del triunfo económico y por eso el periodismo se envuelve en el cinismo, no por la honradez sino porque nada se puede contra los poderosos y sus certificados de impunidad.¹²¹

Los siguientes 12 años, entre 1964 a 1976, Gustavo Díaz Ordaz y Luis Echeverría Álvarez protagonizaron momentos que impactaron en la vida de la nación y de la cual aún hay cicatrices que no sanaran, y episodios que jamás serán contados, a pesar de que existan cientos

¹²⁰ MEJÍA BARQUERA, Fernando. *Televisión y política*. Op. Cit. p. 27.

¹²¹ SCHERER GARCÍA, Julio., & MONSIVÁIS, Carlos. Op Cit. p. 153-154.

de publicaciones sobre lo acontecido en ambos periodos. Matanza de Tlatelolco, la matanza del jueves de corpus (El halconazo) y el “golpe a *Excélsior*”.

Una de esas marcas fueron las circulares que se emitían desde Gobernación para poner a trabajar a los medios de comunicación a favor del Presidente o de todo el aparato del Estado. Las circulares eras apeas unos de los tantos mecanismos y estrategias del poder para construir, reforzar o ratificar su dominio sobre el resto de la población.¹²²

Bajo las reglas de Díaz Ordaz, gobernar es enseñar a obedecer, el ejercicio periodístico pasó por una crisis inimaginable. Sin embargo; como en toda crisis, cuando se llega al fondo inicia el ascenso, la pluralidad de ideas, el ejercicio crítico de la política pública y de los políticos. Pero para llegar a esa etapa, se tuvo que luchar desde abajo. Durante el periodo de Díaz Ordaz, la represión fue la característica. El común denominador. Inmovilizó al sector médico en 1965, por exigir mejores condiciones laborales; Manifestaciones en la Universidad Nicolaíta (1966) y en la Universidad Autónoma de Sonora, fueron invadidas por el ejército debido al “desafío de las instituciones”. Cesa del cargo del Fondo de Cultura Económica a Arnoldo Orfila Reynal, por aprobar la publicación de *Los hijos de Sánchez* de Oscar Lewis.¹²³

Sin embargo, Díaz mantuvo a los medios, por lo menos a los directivos, con una mordaza, pues las relaciones que se ejercieron

122 RODRÍGUEZ MUNJICA, Jacinto. *La otra guerra secreta. Los archivos prohibidos de la prensa y el poder*. México: De bolsillo. 2010. p. 65.

123 Cuyo ensayo describe la vida cotidiana, las costumbres y los valores de una familia mexicana que habita una vecindad de Tepito en la Ciudad de México, ambientada entre los años 40's y 50's.

generaron lazos de amistad, que impedían que la información se publique. Hacia diciembre de 1967, Echeverría, Secretario de Gobernación, envió regalos a los directivos de los diferentes medios, esto como parte de la estrategia tomada por el gabinete. La carta que acompañaba era la siguiente.

Muy estimado y fino amigo:

Estas líneas le llevan la expresión de mis mejores deseos porque usted, y todos los suyos, tengan una feliz navidad. Asimismo, porque 1968 le sea pródigo en salud y ventura. Reciba un cordial abrazo de su amigo y servidor. Luis Echeverría.

El texto, el mismo para todos, no así la cantidad y la calidad de los obsequios:

- Para Miguel Castro Ruiz, subdirector de *El Universal*, una caja con 12 botellas de whisky Haig;
- Rómulo O’Farril, presidente y gerente general de *Novedades*. Una caja de champán Viuda de Clicquot;
- Manuel Becerra Acosta, director general de *Excélsior*, una caja de champán Dom Pérignon;
- Rómulo O’Farril Jr., director general de *Novedades*, una caja de champán Ayala;
- Mario Santaella, director general y gerente de *La Prensa*, una caja de coñac Courvoisier;
- Gabriel Alarcón, director general de *El Herald de México*, una caja de coñac Napoleón chateau Paulet;

-Martín Luis Guzmán, director de la *Revista Tiempo*, una caja de champán Heidseek...¹²⁴

Obsequios que tuvieron un fin: el control de contenidos; y que resalta Scherer, al puntualizar que los “políticos y periodistas se buscan unos a otros, se rechazan, vuelven a encontrarse para tornar y discrepar. (...) Los políticos trabajan para lo factible entre pugnas subterráneas; los periodistas trabajan para lo deseable hundidos en la realidad. Entre ellos el matrimonio es imposible, pero inevitable el amasiato”.¹²⁵

Debido a esto la reacción de los medios se remite a: Poca crítica al mandato de Gustavo Díaz Ordaz; negocios con entre los directores de publicaciones; el miedo por parte del gremio periodístico (reporteros y fotógrafos que en muchas ocasiones padecieron de censura, falta de apoyo por parte de los directivos y jefes de información, violación a la libertad de expresión.)

Además existía una crisis en los periódicos que los obligó a acatar las órdenes del Presidente de la Republica. *El Universal*, tenía una economía en números rojos, al grado que sólo había 4 desenlaces ante la situación, la posibilidad de venta; venta de cabezas; venta fraudulenta; conflicto de orden económico.

Eran días de crisis económica en EL Universal y de crisis política en el país, cuando el 30 de julio de 1968 Francisco Lanz Durent, subgerente y director de Relaciones Públicas de El Universal, envió una carta a Echeverría en la que expresaba su afecto y adhesión a las decisiones que el gobierno estaba tomando a propósito del conflicto estudiantil

124 RODRÍGUEZ MUNJICA, Jacinto. *Op. Cit.* p. 50. La lista es larga, sin embargo estos son algunos de los nombres y de los medios importantes en su momento, donde existía una relación (y en muchos de los casos de imposición) de línea editorial ejercida por el gobierno hacia el medio. Además la carta y la lista es el resultado de la búsqueda en los Archivos Generales de la Nación, cuya investigación de Rodríguez Munjica fue de 5 años.

125 SCHERER GARCÍA, Julio. *Estos Años*. México: Océano. 1995. p.24.

que para ese momento apenas llevaba 8 días: apenas comenzaba a calentarse el verano.¹²⁶

Situación similar pasó el diario *Novedades*, que el gobierno salvó y que a cambio plumas como: Gustavo de Anda, Carlos Denegri, Alfredo G. López Portillo, Francisco Ruiz Colunga, Salvador Ponce de León, Jorge Dabo Lozano, Luis del Toro, Manuel Mejido, Jorge Joseph Piedra y Ernesto Julio Teissier, escribieron lo que el gobierno dictara, “esos periodistas sólo habían sido trasmisores del poder, obedientes escribiente o escribidores de los sueños y miedos de los gobiernos priistas”.¹²⁷ Sin embargo, un medio que nació durante el gobierno de Díaz Ordaz, y que sirvió como vocero de la presidencia fue *El Heraldo* medio en el que Joaquín López-Dóriga¹²⁸ cubrió los hechos de la matanza de Tlatelolco en 2 de octubre, “El Heraldo funcionaba con los mismos sentidos del gobierno. También, “detectaba lo que sabía que a los funcionarios, sus amigos, les preocupaba y eso lo transmita puntual, a detalle, con fidelidad”.¹²⁹ Otro medio que fungió como portavoz de la presidencia fue *El Nacional* cuyo director en 1968 fue Alejandro Carrillo, y que los vínculos con el poder se fortalecieron debido a una deuda de un millón de pesos a la proveedora de papel PIPSA, además de la que tuvo con la Luz y Fuerza, una de cerca de dos millones con el IMSS¹³⁰.

Sin embargo, agosto de 1968 marcó el rumbo de muchos medios contemporáneos, y el parteaguas para que el presidencialismo iniciara

126 RODRÍGUEZ MUNJÍCA, Jacinto. *Op. Cit.* p. 95-96.

127 *Ibid.* p. 100.

128 Actualmente es el titular del noticiero de Televisa, lugar que ocupa desde el año 2000, puesto que **Jacobo Zabludosky** había ocupado dos años antes.

129 RODRÍGUEZ MUNJÍCA, Jacinto. *Op. Cit.* p.108.

130 Datos tomados del libro de Rodríguez Munjica, Jacinto.

su decadencia. Julio Scherer tomó la dirección de *Excélsior*. En ese periodo de tiempo colaboraron Daniel Cosío Villegas, Gastón García Cantú, Marcos Monshinsky, Rosario Castellanos, Jorge Ibarguengoitia, Ricardo Garibay, Carlos Monsiváis, Miguel Ángel Granados Chapa, Héctor Aguilar Camín, Rafael Rodríguez Castañeda, entre otros. Época en el diario que se caracterizó por, “una línea editorial más abierta y propicia a la crítica por parte de los prominentes intelectuales entraba en contradicción con el gobierno duro que no permitía interpelaciones políticas.”¹³¹

Ante lo acontecido el 2 de octubre vale la pena la cita extensa, escrita por Elena Poniatowska. A las cinco y media del miércoles 2 de octubre de 1968, aproximadamente diez mil personas se congregaron en la explanada de la Plaza de las Tres Culturas para escuchar a los oradores estudiantiles del Consejo Nacional de Huelga, los que desde el balcón del tercer piso del edificio Chihuahua se dirigían a la multitud compuesta en su gran mayoría por estudiantes, hombres y mujeres, niños y ancianos sentados en el suelo, vendedores ambulantes, amas de casa con niños en brazos, habitantes de la Unidad, transeúntes que se detuvieron a curiosear, los habituales mirones y muchas personas que vinieron a darse una "asomadita". El ambiente era tranquilo a pesar de que la policía, el ejército y los granaderos habían hecho un gran despliegue de fuerza. Muchachos y muchachas estudiantes repartían volantes, hacían colectas en botes con las siglas CNH, vendían periódicos y carteles, y, en el tercer piso del edificio, además

131 GUERRERO HERNÁNDEZ, Paula Guadalupe. *El periodismo mexicano en la frontera de los siglos XX y XXI*. En C. Avilés Solís, E. Hernández Ortiz, & J. Horta, *Periodismo en México, recuentos e interpretaciones* (págs. 305-320). México: Porrúa. 2011. p. 308.

de los periodistas que cubren las fuentes nacionales había corresponsales y fotógrafos extranjeros enviados para informar sobre los Juegos Olímpicos que habrían de iniciarse diez días más tarde.

Hablaron algunos estudiantes: un muchacho hacía las presentaciones, otro de la UNAM, dijo: "El Movimiento va a seguir a pesar de todo", otro del IPN: "...se ha despertado la conciencia cívica y se ha politizado a la familia mexicana"; una muchacha, que impresionó por su extrema juventud, habló del papel de las brigadas. Los oradores atacaron a los políticos, a algunos periódicos, y propusieron el boicot contra el diario El Sol.

Desde la rampa del tercer piso vieron cómo hacía su entrada un grupo de trabajadores que portaba una manta: "Los ferrocarrileros apoyamos el Movimiento y desconocemos las pláticas Romero Flores-GDO." Este contingente obrero fue recibido con aplausos. El grupo de ferrocarrileros anunció paros escalonados desde "mañana 3 de octubre en apoyo del Movimiento Estudiantil".

Cuando un estudiante apellidado Vega anunciaba que la marcha programada al Casco de Santo Tomás del Instituto Politécnico Nacional no se iba a llevar a cabo, en vista del despliegue de fuerzas públicas y de la posible represión, surgieron en el cielo las luces de bengala que hicieron que los concurrentes dirigieran automáticamente su mirada hacia arriba. Se oyeron los primeros disparos. La gente se alarmó. A pesar de que los líderes del CNH desde el tercer piso del edificio Chihuahua, gritaban por el magnavoz: "¡No corran compañeros, no corran, son salvos! . . . ¡No se vayan, no se vayan, calma!", la desbandada fue general. Todos huían despavoridos y

muchos caían en la plaza, en las ruinas prehispánicas frente a la iglesia de Santiago Tlatelolco. Se oía el fuego cerrado y el tableteo de ametralladoras. A partir de ese momento, la Plaza de las Tres Culturas se convirtió en un infierno.¹³²

La noche del 2 de Octubre, Jacobo Zabludosky, utilizó una corbata negra en el noticiario *24 horas*, y a pesar de lo poco que se habló sobre el tema de la matanza, al día siguiente el presentador de noticias “recibió una llamada de Gustavo Díaz Ordaz. El entonces Presidente le reclamó al periodista que hubiese aparecido en su noticiero portando una corbata negra. Si el Presidente podía controlar hasta el color de una corbata del locutor, eso lo dice todo.”¹³³ Y al día siguiente en el noticiario matutino, *Diario Nescafé*, que igual conducía Jacobo Zabludovsky, comentó que “en Tlatelolco ocurrió un zafarrancho con algunos heridos”. En la televisión brilló por su ausencia (o por mordaza) los acontecimientos en la Plaza de las Tres Culturas, pese a que el único medio que transmitió por pocos instantes en televisión el suceso: *Excélsior*.

“El presentador- Continúa el escritor- anunció: en Tlatelolco ocurrió algo muy grave, hubo un tiroteo. Y después pasaron como ocho diez minutos al aire: se ve la gente tirada, se oyen los gritos, las quejas, los insultos. Todos estaban tirados, el reportero que narraba y el camarógrafo, nadie se levanta. Luego se ve cuando entra un grupo de

132 Poniatowska, E. (1 de Octubre de 2013). ADN Político. Recuperado el 2 de Junio de 2014, de ADN Político: <http://www.adnpolitico.com/2012/2012/09/28/elena-poniatowska-asi-fue-la-matanza-de-tlatelolco-en-1968>

133 RODRÍGUEZ MUNJICA, Jacinto. *Op. Cit.* p. 279.

civil y se llevan a los estudiantes, a los que se ve bajar las escaleras reptando en medio de la balacera. Ahí se interrumpe la transmisión”.¹³⁴

Mientras que las portadas de los diarios:¹³⁵

EXCÉLSIOR

- Recio Combate al Dispersar el Ejército un mitin de Huelguistas
- 20 Muertos, 75 Heridos, 400 Presos
- Fernando M. Garza, director de Prensa de la Presidencia de la República

NOVEDADES

- Balacera entre Francotiradores y el Ejército en Ciudad Tlatelolco
- Datos Obtenidos: 25 Muertos y 87 Lesionados: El Gral. Hernández Toledo y 12 Militares más están heridos.

EL UNIVERSAL

- Tlatelolco, Campo de Batalla
- Durante Varias Horas Terroristas y Soldados Sostuvieron Rudo Combate
- 29 Muertos y más de 80 Heridos en Ambos Bandos; 1000 Detenidos

LA PRENSA

- Muchos Muertos y Heridos; habla García Barragán
- Balacera del Ejército con Estudiantes

¹³⁴ *Ibid.* p. 260.

¹³⁵ Consultar anexos, ahí hay fotografías de las primeras planas



Fig.8 La prensa en México al servicio gubernamental en 1968.

EL DÍA

-Criminal Provocación en el Mitin de Tlatelolco causó Sangriento Zafarrancho

-Muertos y Heridos en Grave Choque con el Ejército en Tlatelolco: Entre los heridos están el general Hernández Toledo y otros doce militares. Un soldado falleció. El número de civiles que perdieron la vida o resultaron lesionados es todavía impreciso

EL HERALDO

-Sangriento encuentro en Tlatelolco

-26 Muertos y 71 Heridos

-Francotiradores dispararon contra el Ejército: el General Toledo lesionado

EL SOL DE MÉXICO (matutino)

-Manos Extrañas se Empeñan en Desprestigiar a México

-El Objetivo: Frustrar los XIX Juegos

-Francotiradores Abrieron Fuego contra la Tropa en Tlatelolco. Heridos un General y 11 Militares; 2 Soldados y más de 20 civiles muertos en la peor refriega

EL NACIONAL

-El Ejército tuvo que repeler a los Franco-tiradores: García Barragán

OVACIONES

- Sangriento Tiroteo en la Plaza de las 3 Culturas
- Decenas de Francotiradores se enfrentaron a las Tropas
- Pecieron 23 personas, 52 lesionados, mil detenidos y más vehículos quemados.

Sin duda, y hoy en día cada año aparecen nuevas revelaciones de periodistas que estuvieron en los hechos, y las versiones que cuentan no son nada parecidas a las que en su tiempo dieron a conocer. Sin embargo, muchas de las historias sobre lo que en verdad sucedió en la relación prensa-poder no se contarán pues yacen en tumbas.

Al finalizar el sexenio de Díaz Ordaz, le tocó a Luis Echeverría tomar el poder gubernamental. Pero antes de eso se envió una carta a periodistas, directivos de la UNAM, líderes sindicales, empresarios y gobernadores; con el objetivo de saber quién era la “opción óptima” para el siguiente sexenio. “En las fichas confidenciales que elaboró la Secretaria de Gobernación aparece la respuesta que dieron algunos de los principales directivos de diarios.”¹³⁶

El primero en la lista es Julio Scherer, de *Excélsior*, que de acuerdo con esta ficha se inclinaba por EMM.

-Familia Lanz Duret, *El Universal*, por AOM. <<Don Nazario Ortiz Garza está trabajando para LEA>>.

-Mario Santaella, de *La Prensa*, con LEA.

136 Las siglas para la elección al candidato optimo son las siguientes: Luis Echeverría Álvarez: LEA; Emilio Martínez Manautou: EMM; Antonio Ortiz Mena: AOM y Alfonso Corona del Rosal ACR.

-Díaz Lombardo, *Ovaciones*, con LEA o ACR. <<Con Renaldo que es su amigo se le sigue trabajando para LEA>>.

-Enrique Ramírez y Ramírez, de El Día, con LEA.

-Sr. Alarcón, *El Heraldo*, con ACR. <<Después de lo declarado por - Rocha, se inclina hasta ahora por EMM>>.

-Alejandro Carrillo, *El Nacional*, por LEA o ACR.

-Los O'Farril, de *Novedades*, <<tímidamente con AOM o con LEA. García Valseca, de la Cadena de Periódicos, <<Que el Lic. Alemán le dirá a tiempo. Ricardi lo estaba trabajando para LEA. Ya entendemos nuevo contacto>>.

-Martín Luis Guzmán, *Revista Tiempo*, con LEO.

-Pagés Llergo, *Revista Siempre!*, con EMM. <<Tímidamente incluso juega varias cartas>>.

-Daniel Morales, revista *Mañana*, con LEA.

-Ampudia, revista *Hoy*, <<No da color aún>>.

-Regino Hernández Llergo, revista *Impacto*, madracista con AOM y EMM.

-Francisco Cerda, de *El Porvenir*, Monterrey, es el subdirector. Maneja el periódico con LEA.¹³⁷

Para ese tiempo la historia ya estaba marcada, Luis Echeverría Álvarez era el siguiente presidente, y las elecciones simplemente fueron parte del espectáculo que presentaron los medios, y el grupo de periodistas que encabezaba la victoria era comandado por Zabludovsky, que “era tal la influencia y la buena relación que para entonces tenía Jacobo Zabludovsky con el gobierno del presidente

137 RODRÍGUEZ MUNÍCA, Jacinto. *Op. Cit.* p. 52.

Echeverría, que su presencia en la pantalla esa mañana del 1º de julio sería el punto de partida de toda la cobertura autorizada y planeada entre Televisa y el poder”.¹³⁸ Entre los que cubrieron la información se encontraban: Guillermo Ochoa, Joaquín López-Dóriga, Lourdes Guerrero, Dolores Ayala, Jorge Saldaña, Juan Ruíz Healy, Miguel Reyes Razo, Talina Fernández, José Cárdenas, Fernando Alcalá, entre otros.

“No había modelos únicos, había fórmulas para cada uno de acuerdo con las necesidades del gobierno u hombre en el poder en turno. Durante este sexenio, el 10 de junio de 1976, se dio el “golpe a *Excélsior*” que fue promovido primero por un boicot entre los anunciantes por el empresario Juan Sánchez Narro, además de conflictos económicos-políticos internos encabezado por Regino Díaz Redondo, quien seguía las órdenes del Presidente de la República Luis Echeverría. El resultado fue positivo para el periodismo, a pesar de las intenciones de censurar a los periodistas que compartían y buscaban la libertad de prensa.

El regreso del gremio periodístico de Scherer, sólo estuvo fuera unos meses, pues el 6 de noviembre, encabezó un nuevo proyecto: *Proceso*. El semanario se conformó por Miguel Ángel Granados Chapa, Vicente Leñero, Miguel López Azuara, Rafael Rodríguez Castañeda, entre otros. Sin embargo, la salida de más de 200 periodistas y escritores, propició lo que el gobierno no esperaba, pluralidad de medios. Semanas después, Octavio Paz, quien dirigía *Plural* la revista cultural de *Excélsior* y que después de la salida de

¹³⁸ *Ibid.* p. 285.

Scherer decidió dejar a ese medio, inició un proyecto denominado *Vuelta* en el que colaborarían Alejandro Rosi, José de la Colina, Salvador Elizondo, Juan García Ponce, Kasuya Sakai, Tomás Segovia y Gabriel Zaid. Un año después, en 1977, Miguel ángel Becerra Acosta, encabeza un diario denominado *Unomásuno*, un periódico de izquierda con ideales revolucionarios.

Que con el tiempo, y por dificultades entre la cooperativa, propiciaría el nacimiento de otros diario.

Este sexenio fue el inicio del fin de la etapa del PRI como partido político dominante, y que pese a que gobernó hasta el cierre del siglo, cometió errores en su política de relaciones con los medios de comunicación. En su intento de censura provocó la libertad y diversidad de medios.

5.11 De López Portillo a Fox: intento de libertad de expresión

De 1976 al 2000, México vive sus peores momentos en la historia. Primero con José López Portillo, quien fue presidente de 1976 a 1982, durante este periodo el país pasó por momentos importantes en la industria petrolera. Mismo que fue aprovechado por los políticos para su despilfarro. Con la prensa tomó las siguientes políticas:

Asignar recursos del gobierno; se liberó el control gubernamental con PIPSA, sin embargo, continuó el intercambio de “favores” entre la prensa y el poder; el periódico perdió credibilidad ante los lectores. “Desde el gobierno de José López Portillo se añadió a la Constitución de la República el Derecho a la información, pero sólo como una

intención política, sin un adecuado marco legal ni reglamento que normara a las dependencias gubernamentales y castigue a la desinformación dirigida”.¹³⁹

Además en este periodo el periodista Francisco Huerta vio el fin a su programa de radio “Opinión Pública” que inició el 13 de septiembre de 1976 y fue clausurado el 17 de agosto de 1982, debido a órdenes de la presidencia.

El programa se clausuró por orden del Sindicato de Trabajadores de Radio, Televisión, Similares y Conexos de la República Mexicana. En el oficio que su secretario general, señor Nezahualcóyotl de la Vega, envió a la radiodifusora, se decía que se retiraba la autorización de trabajar a Francisco Huerta, por no convenir a los intereses del sindicato.¹⁴⁰

Ante este acontecimiento la respuesta de los diarios en México fueron los siguientes:¹⁴¹

Excélsior (viernes 20 de agosto de 1982) “SR. FRANCISCO HUERTA, la gran familia de nuestro PROGRAMA “OPINIÓN PÚBLICA” te apoya ¡PROTESTAMOS POR EL ATAQUE A LA LIBRE EXPRESIÓN!”

NOVEDADES (sábado 21 de agosto de 1982) Suprimen La Libertad de Expresión: PDM. Reprueba la censura a un locutor.

Unomásuno (lunes 23 de agosto de 1982) Plaza pública: Ya no hay más opinión pública; Censura ¿Censura por la vía sindical?

Periodistas como Rubén Salazar Mallen, del diario *Últimas Noticias*; Miguel Ángel Granados Chapa, de *Unomásuno*; Manuel Buendía de la

139 SCHERER GARCÍA, Julio., & MONSIVÁIS, Carlos. *Op Cit.* p. 283.

140 HUERTA, Francisco. *Mordaza a la opinión pública*. México: Editorial Universo. 1987. p. 11.

141 Ver anexos de fotografías de las portadas de los diarios esos días.

Unión de Periodistas Democráticos; Enrique Berruga Filloy y Manú Dornbierer el jefe de prensa de *Novedades*; Mario Vásquez Raña, de *El Sol de México*; Heberto Castillo, de *El Universal*; Regio Díaz Redondo, de *Excélsior*; entre otros medios y periodistas; dedicaron columnas, artículos, notas informativas a lo sucedido. Apoyo total, a pesar de que varios medios aún continuaban siendo voceros de la presidencia, sin embargo, las relaciones iniciaban su declive.

Miguel del Madrid, en su intento de regresar al presidencialismo como lo conoció y controló el PRI durante más de 50 años, no pudo generar la empatía con la opinión pública, y optó por el populismo. Sin embargo, los medios pasaban una etapa de modernización, además de que la denominada “escuela de la vida” veía pasar su mejor época, debido a que las escuelas de comunicación y periodismo comenzaban a impartir conocimientos en la materia.

Durante este periodo, y después de dificultades entre el periódico *Unomásuno*, ve la luz el 19 de septiembre de 1984 *La Jornada*, con Carlos Payán como director, David Márquez, Carmen Lira, Héctor Aguilar Camín, Miguel Ángel Granados Chapa, entre otros. Un diario de izquierda.

De la Madrid, tuvo el caso de Manuel Buendía, quién ingresó al periodismo en *La Nación* medio que después de servirle al PRI pasó a formar parte del Partido Acción Nacional. Buendía se caracterizó por ser un periodista de nota policiaca. “es un adversario decidido de la derecha, los grupos de la ultraderecha, la intolerancia clerical, los gobernadores corruptos o ineptos. Su energía lo conduce a manejarse como la fuerza autónoma que publica *exposés* sobre crímenes y

grandes fraudes.” Esa parte del oficio y de la búsqueda de la nota policiaca, relacionada con la política, además de su columna *Red Privada*, cuyo contenido político, lo llevo a sufrir un atentado en mayo de 1984, un pistolero lo asesinó.

Carlos Salinas de Gortari, discípulo de Miguel de Madrid, llegó al poder controversialmente, pues la izquierda encabezada por Cuauhtémoc Cárdenas, abogó de fraude electoral, sin embargo, el PRI ejerció su poder político, mediático y económico para mantener el poder. A pesar de esto, la crisis en el partido se agudizaba.

Para estos tiempos, los periódicos especializados ya tenían peso en la sociedad, *El Financiero* (1981) y *El Economista* (1988); salinas también ve el nacimiento de el periódico *Reforma*, cuya familia liderada por Celedonio Junco de la Vega, fundan *El Sol*, en Monterrey; y el 15 de septiembre de 1998 crean *El Norte*. La característica de estos se rige en la independencia y calidad. En 1994, a pesar del boicot en su contra por parte de la Unión de Voceadores del Distrito Federal, continuó en pie impulsando una red voceadora independiente que en la actualidad son los que llevan al cabo sus operaciones de distribución. 1994 fue el último sexenio del PRI, en el siglo XX, Ernesto Zedillo vio pasar los últimos 6 años sin poder ejercer más presión hacia los medios de comunicación, debido a que durante la pluralidad de medios, y la prensa independiente comenzó a ver el siglo XXI el escape, lejos de la emancipación. “A Zedillo le toca ya la etapa en que los Medios han leído demasiado sobre el sitio central de los Medios, y proceden en consecuencia.”¹⁴²

142 SCHERER GARCÍA, Julio., & MONSIVÁIS, Carlos. *Op Cit.* p. 310.

Se consolida la prensa independiente; las audiencias exigen a los medios debates de ideas y críticas a los políticos; los medios crean distancias, considerables, para ganar credibilidad ante la sociedad; la defensa del grupo guerrillero EZLN ante los militares, tienen seguimiento de la presa, que sin ejercer y demeritar el movimiento crean debate entre el público.

El 2 de julio del 200, Vicente Fox Quezada, gana la presidencia de la República, México y sus habitantes ven en los inicios del siglo la alternancia del poder. Esté época donde las encuestas jugaron un papel trascendental en el manejo de información a la población. “Los medios. Un lugar común ya irrefutable: la prensa, más que ninguna otra instancia, alentó la derrota del PRI el 2 de julio de 2000. A los dueños de las publicaciones, a los directores, a los reporteros, les importó dejar que las noticias fluyeran y que se advirtiese la crítica. Aun si apoyaban al PRI y le daban las primeras planas a Francisco Labastida, no evitaban ni podían hacerlo, la crítica. A la radio le conviene darle voz al hartazgo, e incluso la televisión no abraza como en 1988 la causa priista. El protagonismo de los Medios resulta el segundo gran personaje de 2000”.¹⁴³

Después de la caída del poder, con él viene en efecto dominó la de los medios que lo respaldaron durante años. *El Herald* en 2003 vende el 40 por ciento de sus acciones de sus acciones al empresario de Grupo Carso, Juan Antonio Pérez Simón; el 30 de septiembre de ese mismo año el empresario radiofónico José Gutiérrez Vivó adquirió el 50 por

143 SCHERER GARCÍA, Julio., & MONSIVÁIS, Carlos. *Op Cit.* p. 315.

ciento de ese diario, para con ello lo volvió socio mayoritario y fijo el destino del diario, convirtiéndolo en *Diario Monitor*.

Novedades cerró su página en como periódico en el Distrito Federal, el 31 de diciembre del 2012. Quien fuera otro vocero del poder del PRI, acabaría como él partido. En crisis.

Estos son claros ejemplos de los intereses que se jugaron y apostaron durante los más de 70 años de vinculación del PRI y los medios de comunicación, en especial la prensa, que vivió en las faldas de los gobernantes, sirviendo de voceros para propagar los ideales, vender ideologías, promocionar candidatos, atacar a opositores políticos, amordazar a periodistas, desinformar a la población, o peor aún no informar del acontecer diario en el país. Quedan aún historias que periodistas como Zabludosky se llevará a la tumba o Buendía guardará en la eternidad.

**PARTE IV. LOS MEDIOS AUDIOVISUALES (RADIO, TELEVISIÓN),
INSTRUMENTO DE GOBERNABILIDAD Y COMUNICACIÓN
POLÍTICA**

6. Comunicación y poder

Camilo Taufic establece en su libro *Periodismo y Lucha de Clases* que su objeto “es destruir un mito: la inocencia de la información”. Afirma que las noticias son mandatos; el periodismo, una forma de dirección social. Se ocupa de desenmascarar a la llamada prensa libre y de destacar la función que cumplen los medios de comunicación masiva en nuestro sistema social. Asimismo da cuenta de sus inmensas posibilidades, a condición de que cambie la orientación de los resortes del poder.

No estamos, sin embargo, indefensos ante la comunicación masiva. Podemos evitar que pequeños grupos manipulen nuestras conciencias a través de ella, estableciendo la propiedad social (de todo el pueblo) sobre los medios e instrumentos que la producen; el control democrático sobre su contenido.¹⁴⁴

Abunda que el asunto presenta un aspecto teórico y otro técnico; uno social y otro político; uno económico y otro cultural e histórico. Se los ha considerado en un enfoque global, teniendo presente que el paso de los medios de comunicación de manos de los monopolistas a manos del pueblo no se llevará a cabo si no es como parte de un proceso revolucionario general, que abarque a la sociedad en un conjunto.

El autor desarrolla el tema en tres partes. En la primera desarrolla la tesis de la unidad de los procesos de información y dirección social, a

144 TAUFIC, Camilo. *Periodismo y Lucha de Clases. La información como forma del poder político*. Editorial Nueva Imagen. México, 1987. Pág. 11. ISBN: 968-429-054-3

partir de los principios teóricos de la cibernética, que ofrecen un método novedoso para poner en evidencia la oculta manipulación de la opinión pública por los grandes medios de la comunicación masiva.

Describe el uso de los diferentes instrumentos de información en la lucha de clases, a través de las relaciones de propiedad que se establecen sobre ellos y se registran las proyecciones de su integración en un sistema único de comunicaciones, al servicio de la ideología dominante en una sociedad determinada.

La segunda parte está abocada a la información periodística diaria como una forma del poder político, y su rol en los distintos sistemas económicos-sociales contemporáneos. Los diferentes conceptos –y realidades- de la libertad de prensa en los países capitalistas o socialistas, asegura el autor, sirven de base para explorar la naturaleza del sistema de comunicaciones en una u otra formación social. Asimismo se refiere en particular al papel del periodismo en los países subdesarrollados, que permite estudiar algunos aspectos más evidentes del dominio ideológico y cultural que se ejerce a través de los medios de información.

La tercera parte se refiere a los antecedentes que pretenden llevar a una mejor operatividad de los medios de comunicación al servicio de las fuerzas progresistas. Para ello se refunden diversas investigaciones sobre las características del auditorio y las particularidades de su estructura, tema generalmente dejado de lado en los estudios sobre periodismo; también se aborda la naturaleza de la actividad periodística y el papel político desempeñado por los

profesionales de la prensa, temas ambos en que predomina una extendida mistificación.

El periodismo no es sólo la forma más dinámica de la comunicación social, sino que –al informar y dar su interpretación y su opinión sobre las noticias- es, al mismo tiempo, una activa fuerza política, un instrumento de la lucha de clases que se da en el seno de la sociedad. Influye directamente en la realidad cotidiana, contribuyendo a organizar el mundo material según los contenidos de clase que transmite y hasta el punto en que éstos encuentran la resistencia suficiente para ser anulados.

El papel político del periodismo queda de manifiesto, si recordamos que no existe la información por la información; se informa para orientar en determinado sentido a las diversas clases y capas de la sociedad, y con el propósito de que esa orientación llegue a expresarse en acciones determinadas. Es decir, se informa para dirigir. En ese sentido, el mimetismo del periodismo y política llega a ser total.

En este sentido, no hay factor dentro de la comunicación masiva más controvertido que el efecto que ésta produce en el auditorio. Sobre ninguno se han tejido más leyendas ni forjado tantas esperanzas.

Si bien es evidente que la prensa, el cine, la radio y la televisión tienen éxito en lo que respecta a afectar nuestros sentimientos, opiniones, actitudes, conocimientos y conducta, su influencia no siempre se ejerce con la intensidad imaginada, y es probable, incluso, que se provoquen resultados contrarios a los esperados, cuando se emplean los medios sin un conocimiento cabal de las distintas fases de la

comunicación social. Porque el proceso que transforma una información u orientación en acción está lejos de ser automático, y el rol del público, en este mismo proceso, dista mucho de ser pasivo.

Las investigaciones modernas sobre comunicación de masas (hechas en terreno, en distintos países del mundo, con diferente régimen social) han destruido dos grandes mitos: 1)- Los medios todopoderosos, capaces por si mismos de originar determinados comportamientos, y 2)- El auditorio “atomizado” compuesto de individuos desligados entre sí, sujetos únicamente a la influencia de los mensajes masivos.

Se ha demostrado empíricamente que para modificar las opiniones, actitudes y acciones de un público dado no basta el empleo de los medios de masas solos; es preciso vincular sus mensajes a formas interpersonales de influencia, ejercida en círculos reducidos.

“Es perfectamente cierto –dice un especialista norteamericano- que los medios de masas por sí solos, desligados de la comunicación oral, fracasan en el intento de generar la acción, pero no en originar ideas nuevas y despertar anhelos”¹⁴⁵ Hace un siglo, Federico Engels, había observado que “el conocimiento por sí solo es insuficiente para subordinar las fuerzas sociales a la dominación de la sociedad. Para ello hace falta, ante todo, la acción social”¹⁴⁶.

De lo que se trata, en realidad, al emplear los medios de comunicación, es de influir sobre las masas; sobre las ideas, sentimientos, estados de ánimo, conceptos, imágenes emocionales,

145 Ithiel de Sola Pool, *Los Medios de Masas y la Política en el Proceso de Modernización*, en Lucien W. Pye (ed.) *Evolución Política y Comunicación de Masas*, Ed. Troquel, Buenos aires, 1959, pág 291.

146 Marx y F. Engels, *Obras*, Tomo 20, págs. 329 y 330

voluntad, juicios y aspiraciones de las personas. De acuerdo a los intereses de los propietarios de los medios para –de esta manera- crear, corregir o conservar una determinada conducta en las distintas clases sociales; para dirigir en alguna medida la acción social, en suma.

La comunicación masiva es un producto típico de la sociedad industrial; surge en la primera mitad del siglo XIX en los países capitalistas más desarrollados, y su importancia crece a medida que aumentan la concentración urbana y la movilidad social.

Las “masas” son esas aglomeraciones de individuos sin nombre y sin rostro –un número apenas- que congrega en torno a sus usinas el capitalismo premonopolista.

De tal manera que la comunicación se transformó en información, en el sentido aristotélico del término, esto es, en “imposición de formas”. La comunicación, que literalmente significa “hacer a otro partícipe de lo que uno tiene”, no fue más (en la sociedad de clases) coparticipación y –suprimida a unos por la fuerza de otros- se convirtió en imposición de formas ideológicas, hasta nuestros días, en que la cibernética, la ciencia de las computadoras ha demostrado que comunicar e informar son sinónimos y, además, que “informar” equivale a “dirigir” dentro de una misma organización social.

Abunda Taufic que quien controla los medios de comunicación de masas puede –a través de ellos- ejercer un dominio, científicamente comprobado, sobre la sociedad entera, aunque no tenga el asentamiento de sus dirigidos y así sea en contra de la voluntad de ellos mismos.

Definir, entonces, la comunicación social como “el proceso mediante el cual se transmiten significados entre las personas”, solamente es eludir el problema de fondo, que es su empleo. Veremos que se informa con el objeto (oculto o manifiesto) de influir en la conciencia y en la conducta de las personas, y que el carácter de tal influjo depende, en primer término, de la propiedad sobre los medios de comunicación, y en último término, de las relaciones de clase que se dan en el seno de la sociedad.

Casi todo el periodismo gira entorno a la política pero los políticos gobiernan, no mandan, tal y como han demostrado los hechos. Manda el dinero, por tanto, la mayor parte de los contenidos periodísticos son importantes pero no “sustanciales” para el ciudadano, asegura el periodista y catedrático Ramón Reig en su libro “Los dueños del periodismo”¹⁴⁷.

El periodismo tiene dueños y, por tanto, los periodistas, también. La famosa frase de Thomas Jefferson, “Prefiero periódicos sin gobierno, a gobierno sin periódicos, suena muy atractiva pero a estas alturas de la historia no es rigurosa porque detrás de los medios de comunicación no sólo está la influencia política (y más cuando se trata de alta política de Estado) sino, sobre todo, la influencia económica, unida a la financiera y a la empresarial en general. Todos los sectores productivos de relevancia quieren invertir en las empresas de comunicación que ya no son tales sino elementos de un sistema, el

147 RAMÓN REIG, *Los dueños del periodismo* (2011), Baelona, Gedisa (ubicado en Argentina).

mercado. Jefferson¹⁴⁸ vivió a caballo entre los siglos XVIII y XIX.

A finales del XIX ya se observaba en su propio país la diversificación del capital mediático y a la vez la concentración del poder. A mediados del XIX en Francia, Girardin permitió que la publicidad invadiera del todo el periodismo. Más dueños: accionistas, anunciantes...

El investigador puntualiza que la frase de Jefferson ya no se ajusta a nuestros tiempos: “es una frase idealista que presupone que la prensa es realmente independiente y eso no es cierto. Ni es cuarto poder ni es contrapoder porque está ligada al Poder que son los poderes financieros y de las grandes empresas que son además quienes controlan el poder político, por regla general”.

En entrevista con el periódico Tiempo de Argentina, en donde analizó las relaciones entre medios de comunicación y capitales privados, y la Ley de Medios de Argentina; dijo al periodista Federico Bernal que en función de la conformación de los mega conglomerados y sus conexiones extrañas, “donde hay patrón, no manda marinero”. Los periodistas tienen una cierta autonomía en su trabajo pero hay líneas rojas, y por desgracia, cada vez más. Y esas líneas no pueden cruzarse. He de aclarar que estoy hablando de periodismo y de periodistas, y el periodismo siempre posee ciertas formas de trabajo propio e investigación. No estoy hablando de publicidad que se hace pasar por periodismo, de periodismo de declaraciones y de promociones ni de intrusos blogueros que son considerados periodistas y fuentes de información.

148 THOMAS JEFFERSON (1743-1826) fue el tercer presidente de los Estados Unidos de América, ocupando el cargo entre 1801 y 1809. Se le considera uno de los padres fundadores de la Nación. Autor de la *Declaración de Independencia* y el *Estatuto de Virginia para la libertad religiosa*. Fundador de la Universidad de Virginia –expresó las aspiraciones de una nueva América como ningún otro individuo de su época. Como funcionario público, historiador, filósofo, y dueño de la plantación, que sirvió a su país durante 5 décadas.

Al aceptar que sí existe el periodismo “independiente” (tanto en medios públicos como privados), indicó que internet lo hace posible “pero no olvidemos que también tiene dueños por muy abierto que sea”. La crisis ha hecho que aumente el periodismo de investigación en la red pero creo que sería necesaria una articulación a gran escala de todo este periodismo externo a los circuitos mediáticos comerciales que tiene un gran reto: vivir en el mercado –que, repito, es el auténtico poder- y tener que criticarlo en sus trabajos.

El académico abundó que en cuanto a lo público, siempre será más independiente que los grupos privados comerciales aunque eso depende del poder político de turno. Lo público tiene sobre sí a los gobiernos y los partidos políticos, los medios privados son la consecuencia del desarrollo ancestral de una estructura de poder privada, empresarial, comercial, financiera... Hasta ahora, han sido poco transparentes.

“Siempre hay más esperanza de cambiar, para mejor, a los medios públicos que a los privados. Los privados, con el argumento de que lo son y de que es su dinero, vulneran constituciones y son muy opacos al tiempo que le piden transparencia a todo el mundo público”. La información y el periodismo son algo demasiado importante como para dejarlo en exclusiva sometidos a la ley de la oferta y la demanda, el Estado debe intervenir pero el reto es no coartar la libertad de expresión de los medios privados que sin duda deben existir. Es un asunto complicadísimo, precisó.

Como madre, libertad de expresión no hay más que una. Y eso significa dejar trabajar a los periodistas tranquilos, según su

profesionalidad y su conciencia aunque su trabajo moleste a los propietarios de los medios en que trabajan, El periodista tiene que trabajar caiga quien caiga, yo no le digo a un cirujano cómo debe operar, que no les digan a los periodistas desde los grupos de poder qué y cómo tienen que escribir. Esto hoy puede parecer utópico pero sólo aspirando a lo más utópico podemos conseguir mejorar la situación. En cuanto a la libertad de prensa, es el derecho de todos los seres humanos a tener sus medios de comunicación y no permitir que “el dinero llame al dinero” y todo se concentre en tan pocas manos que al final no tenemos en los medios un reflejo de la sociedad sino una dictadura sutil y maquillada.

A pregunta expresa del reportero Federico Bernal del Tiempo de Argentina, el académico Ramón Reig precisó que no es nuevo el concepto de libertad e igualdad en el acceso del ciudadano a la información: “ha estado siempre ahí en la era contemporánea, lo que sucede es que ahora, con las nuevas tecnologías, se habla más de ello. Pero no se olvide que acceso es una cosa y participación en la información es otra. Y que el ciudadano posee la obligación de formarse antes y durante su acceso a la información. Es verdad que los ciudadanos ahora poseen más voz pero no nos engañemos demasiado: la mayoría de la gente accede a la información para evadirse, para “jugar”, y además existe la llamada brecha digital que tiene varios aspectos: quien tiene más dinero y formación puede acceder a mayor información y formación. Pero el problema de fondo es que se puede tener más acceso a la información pero si no se sabe qué hacer con esa información, ¿para qué tanto acceso? En nuestros

días ha hecho fortuna el concepto infoxicación, utilizado, como pionero, por el profesor Alfonso Cornella. Se trata de algo parecido a lo que ya dijo hace decenios Umberto Eco: hoy se censura por hiperinformación, es decir, según mi entender, el acceso a la información sin un método y sin un fin, llevan paradójicamente a la desinformación, al analfabetismo funcional. Arrebátele a la gente el método para entender la vida y ya puedes jugar con ella a la democracia todo lo que desees.

Al concebir la comunicación como un proceso que manifiesta la relación de los hombres entre sí con su contexto social y esta relación se da siempre con intencionalidad: modificar la conducta de los otros y cambiar asimismo el entorno social. Por consiguiente, establece la investigadora académica, Pastora Moreno, que la comunicación periodística constituye un proceso de interrelación de individuos y grupos sociales, que se pone de manifiesto con el mensaje. Y la elaboración del mensaje periodístico requiere una estructura formal, una organización lógica de signos con una significación precisa, el ordenamiento de varios signos conforme con un código preestablecido y compartido por un sector amplio.¹⁴⁹

Pero, aunque los mensajes se caracterizan por el manejo de técnicas expresivas comunes a todo discurso, no toda la abundante información recibida por los lectores sobre diferentes temas reúne las características necesarias para ser consideradas información veraz y completa o más bien desinformación y las circunstancias en las que se ofrecen las noticias.

149 MORENO PASTORA, *Curso de redacción en Prensa, Radio y Televisión*. Sevilla. Madrid. 1998.

De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, se define la palabra “desinformación” como la información intencionadamente manipulada al servicio de ciertos fines.¹⁵⁰

Este término que tiene un origen soviético “dezinformatsia”, nace al calor de los servicios secretos y se difunde por medio de los franceses.

La Enciclopedia Soviética explica la desinformación como la propagación de informaciones falsas para crear confusión en la opinión pública (1952), o como la difusión en los países burgueses de noticias engañosas o deformadas, utilizadas con profusión como medio de propaganda política a fin de crear confusión en la opinión pública.

Roland Jacquard ubica la “dezinformatsia” al finalizar la I Guerra Mundial. Según él es un concepto introducido en Francia por inmigrantes procedentes de la URSS, que narraron que la policía utilizaba esta palabra para denunciar acciones interiores o exteriores que intentaban obstaculizar la consolidación del nuevo régimen.¹⁵¹

Pastora Moreno destaca que en todas estas definiciones que recogemos “se manifiesta el vocablo desinformación en engaños conscientes con una intención manipulada”. Teniendo en cuenta estos presupuestos, la desinformación es el hecho informativo que se genera de un incumplimiento de las normas profesionales o lingüísticas por parte de un periodista o emisor y que trae como consecuencia un producto informativo incorrecto dirigido a un receptor.

150 Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua. Espasa-Calpe, Madrid, 1992, p.507

151 JACQUARD, R. *La desinformación: una manipulación del poder*. Madrid, Espasa-Calpe, 1988.

“Hemos encontrado el uso de la palabra desinformación con el significado de falta de información en la Conferencia Inaugural de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla, cuando Amadou Mahtar M´Bow, el ex-director general de la UNESCO, criticó la distancia que separa en el mundo “los super informados” y los desinformados, al tiempo que se acusa de desequilibrio entre emisores y receptores de información. Si el desequilibrio –añade– entre producción y circulación de la información y los programas se encuentran en el interior de cada una de las grandes regiones del mundo e incluso en el interior de cada país, a nivel internacional son las regiones Norte/Sur las más afectadas”.¹⁵²

También M´Bow en dicha conferencia dio como significado al término desinformación que nos ocupa el de información completa, ya que aludió a que “la comunicación es un poder que llega a ser un mal compartido tanto en el plano nacional como en el internacional. Cada país tiene sus excluidos o desheredados de la comunicación, que no participan más que excepcionalmente.

Por, si desinformación es información incorrecta e incompleta a raíz del incumplimiento de las normas lingüísticas y profesionales, conviene insistir en el buen uso del lenguaje en los medios de comunicación, preocupación que en general es reciente y que los manuales de estilo o jornadas monográficas sobre el idioma en los medios han impulsado.

152 La Agencia Efe fue la pionera en España en la publicación de su *Manual de Español Urgente*. Madrid, Cátedra, 1990. 7a edición. Ha sido analizado por José Fernández Beaumont en *El Lenguaje del periodismo moderno*. Madrid, SGEL1987.

En la misma perspectiva Martínez Albertos subraya: “El escribir bien no es algo que pudiera entenderse como un capricho cultural de corte elitista, sino que una correcta escritura de textos periodísticos es, sobre todo, una garantía de respeto real de los periodistas a uno de los más importantes derechos políticos del ciudadano contemporáneo: el derecho a investigar, recibir y difundir informaciones y opiniones”.¹⁵³ Y añade: “Desde el planteamiento de la Escuela Complutense –indicamos convencidos de que estos análisis sobre la forma de los mensajes periodísticos tienen una indudable repercusión de carácter político, es decir, desde la perspectiva concreta de cómo es garantizado el derecho de los ciudadanos a recibir libremente una información veraz”,¹⁵⁴

Subyace en todo ello un debate que mantiene si es posible manipular textos y si la información es tal o merece honestamente ser considerada como tal. Incluso sería interesante recoger esta pregunta en palabras de Luis Núñez Ladeveze: “¿Cuándo una información es sólo información y no propaganda, u opinión, o persuasión, o argucia, o interpretación, o chantaje, o libelo, o etc.?”¹⁵⁵

Van Dijk se refiere a la manipulación, es decir desinformación, como incorrección lingüística: “El hecho de omitir circunstancias que puedan influir negativamente sobre la conclusión final, el no garantizar la validez general de una justificación o el hecho de ser irrelevante debido a la ausencia de un esfuerzo especial puede llevar a una estructura argumentativa incorrecta. Debido a la complejidad de

153 MARTINEZ ALBERTOS, J.L., *El lenguaje periodístico*. Madrid, Parainfo, 1989.p.48.

154 Ibid.p.26

155 NUÑEZ LADEVEZE, L. *El lenguaje de los "media"*. Introducción a una teoría de la actividad periodística. Madrid, Pirámide, 1979.p.54.

muchos argumentos, en el contexto de la comunicación diaria no siempre resulta posible detectar esa incorrección, de manera que las demostraciones encaminadas a justificar una aseveración y que por lo tanto se emplean persuasivamente en un contexto activo, representan un instrumental frecuentemente empleado para la manipulación de conocimientos y opiniones de los hablantes”.¹⁵⁶

Por tanto, añade Pastora Moreno: El análisis lingüístico se manifiesta como el medio de detectar las causas que impiden el derecho a ser informado correctamente y que crean desinformación.

Desde el punto de vista lingüístico Lázaro Carreter plantea una solución que él denomina neutralización del idioma: “Parece evidente que una comunicación que aspira a hacerse general, a ser accesible al mayor número posible de personas, debe tener la neutralización de su idioma, con vistas a que cualquiera puede recibirlo como propio y sin sombras; sin las sombras que, para el profano, poseen las lenguas especiales”.¹⁵⁷

Y todo ello se debe a que el lenguaje es objetivo, pero su uso no siempre. Es incuestionable que para que exista noticia es imprescindible cierta interpretación de la realidad. El lenguaje no es neutro, sino que puede ser fácilmente manipulado y aunque esa manipulación debe ser mínima, es inevitable en ocasiones. A este respecto afirma Pinar Agudiez:

156 VAN DIJK, T.A. *La ciencia del texto. Un enfoque interdisciplinario*. Barcelona, Paidós, 1987.p163.

157 LAZARO CARRETER, F. “El idioma del periodismo, ¿Lengua especial?” en *Asterisco cultural*, Publicación de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Madrid, 1990. N.º.p.4.

“No vale hablar del discurso objetivo porque no sirve, atrevámonos a señalarlo un discurso cerrado, monosémico como si la verdad fuera una y única su interpretación. Aquí se niega el acto comunicativo. Primero, porque al receptor se le atribuye esa minoría de edad que imposibilita los juicios propios, los razonamientos autónomos y que aboca a dotarle de argumentos que se concluyen desde la visión adulta y experta del informador-emisor-sujeto de la información. Segundo, porque al mensaje informativo se le perfila con los lápices mitológicos de la objetividad. Y una verdad que sea única, en información, insinúa un dogma, y un dogma no hace un decir sino un juzgar. Tercero, porque resuelve la información en un proceso unidireccional: lo que se pone en juego en un mensaje (hecho-que-se-juzga, desde este plano objetivo) o, dicho de otro modo, lo que pone en juego el emisor (sujeto de la información) es un mensaje para un receptor (objeto de la información)”¹⁵⁸.

De todos modos, se puntualiza, es siempre el rigor del periodista en el proceso informativo especialmente a través del contraste de versiones y de no dejarse llevar por ninguna línea ideológica el que debe determinar fórmulas idóneas que eviten la desinformación del lector.

A parte de esto, lo que está en claro es que el periodismo es una forma de interpretar la realidad y que nadie puede cubrir por sí mismo el área de las cosas que interesa saber. Las opiniones transmitidas a través del mensaje periodístico abarcan también un espacio inevitablemente más vasto, un lapso de tiempo más largo, un número

158 AGUDIEZ CALVO, P. *Editorialización y frivolidad del discurso periodístico en Comunicación y Pluralismo*. Actas del I Congreso Internacional (Salamanca del 25 al 27 de noviembre de 1993), Universidad Pontificia de Salamanca, 1994, p.332.

mayor de cosas de las que podemos observar de forma primaria. Necesitamos un intermediario, tarea que ejercen los medios de comunicación de masas.

“El hombre de hoy, pues, necesita sentirse amparado por los medios de comunicación social, influencias indispensables para su desenvolvimiento y su integración en esta sociedad que apunta a una probable agonía. Se precisa esta integración para que contribuya a la gestación de un futuro mejor, un futuro que le permita asumir a plenitud existencial conforme con sus convicciones y su inalienable proyecto vital”.¹⁵⁹

Los medios de comunicación de masas pueden llegar a cubrir en parte la grave limitación de espacio y tiempo. Nuestros ojos pueden ser la prensa. Nuestros oídos la radio y la televisión. Según MacLuhan, estos medios se convierten en una prolongación de los cinco sentidos. Afirma: “La camiseta es una prolongación de la piel; por lo tanto es una prolongación del sentido del tacto. La rueda es una prolongación del pie. La radio es una prolongación –sin límites- del sentido de la vista”.¹⁶⁰

Por tanto, la información tiene un papel muy importante y en lo que atañe al propósito en la difusión de los mensajes, existen sus diferencias entre los medios impresos y audiovisuales.

Los medios audiovisuales han absorbido la función informativa tradicional de la prensa escrita, por cuanto que pueden cumplir mejor con el requisito de la rapidez en la difusión de las noticias. Los medios

159 AGUILERA, O. *Función y disfunción del mensaje periodístico en relación con la libertad de los receptores*, tesis doctoral. Universidad Complutense, Madrid, abril de 1985, original mecanografiado, p.5.

160 MACLUHAN, M. *El medio es el mensaje*. Paidós, Buenos Aires, 1969.

impresos han reforzado el periodismo de opinión, pero desarrollando un periodismo más reflexivo, que demanda una interpretación más profunda de la realidad y, por consiguiente, más investigación.

En todos los medios de comunicación la información juega, pues, un papel decisivo, al mismo nivel que la educación, para una sociedad en la que tan necesaria como el profesor es el periodista. A este respecto opina Westley C. Clark que “el problema de ayudar al ciudadano a conocer lo que necesita saber, aparte de lo que pueda conocer de sí mismo, es enorme para los medios de comunicación de masas”.¹⁶¹

Los medios de comunicación han desempeñado siempre a lo largo de su historia una función social y un servicio público importante. De ahí que sea imprescindible que el periodista-redactor sea consciente del rol que cumple en la sociedad, rol que debe estar presidido por la veracidad de las informaciones que transmita. Según José Luis Martínez Albertos, la honestidad intelectual es un requisito indispensable para que se dé una verdadera información de actualidad”.

Por otro lado, la labor del periodista está condicionada por una serie de factores que provienen de su propia personalidad, como de su pertenencia a una empresa y sus relaciones con la sociedad. Este aspecto ha sido analizado en profundidad por Gerhard Maletzke en su obra *Sociología de la Comunicación Colectiva*: “El momento en que el comunicador expresa algo; el modo en que configura el mensaje de acuerdo a su contenido y con su forma; la circunstancia de a quien lo

161 CLARK, W.C. El periodismo futuro en la comunicación de masas. Troquel, Buenos aires, 1966, p.26

dirige, los medios con los cuales lo difunde y su alcance; todo ello depende, por una parte, del propio comunicador en cuanto personalidad y, por otra, de sus relaciones sociales en general, de la representación que de sí mismo y su papel haga, y en último término de su misión y posición dentro del equipo y de la institución periodística”.¹⁶²

En 1955, el sociólogo Warren Breed publicó un *estudio sobre el control social en las redacciones*.¹⁶³ En 1971, Daniel Garvey lo completó con otro sobre el control social en las redacciones de televisión que mostró que los mismos valores implícitos que Breed había descubierto en las redacciones de prensa se aplican a las salas de los medios audiovisuales. Mostró también que cuanto más tiempo permanece un periodista en una organización, más se conforma con los valores que tienen en cuenta sus superiores.

José María Desantes Guanter, en un trabajo publicado en un volumen colectivo, señala que se abre la posibilidad activa de participación del público con el derecho a investigar y el derecho a informar:

“Ya no sólo actúa el informador al servicio del público, sino también en nombre del público del que, además, forma parte. Con ello aumenta el grado de independencia con respecto a la empresa, por cuenta de la cual trabaja. El profesional no obra en nombre de la empresa informativa, como ocurría en la primera etapa; ni siquiera en nombre propio a través de la empresa y al servicio de la información,

162 MALETZKE, G. *Sociología de la Comunicación Colectiva*. Ciespal. Quito. 1975. p67.

163 WARREN BREED, “Social Control in the News Room”, en WILBUR SCHRAMM (ed.), *Mass Communication*. Chicago, University of Illinois Press, 1960 (Second edition, Third printing, 1975)

como ocurría en la segunda. Ahora ostenta un modo de mandato social y general tácito de la comunidad para que informe; y ha de obrar con arreglo a él dando verdadera información, con todas sus cualidades. Los medios de información van dirigidos al público; pero proceden, en una visible línea social, que influye indirectamente en una visible línea jurídica, del mismo público”¹⁶⁴

De todos modos, y afortunadamente para los periodistas, los lectores, los receptores, han ido adquiriendo un poder potencial sobre los medios de comunicación de masas que ha hecho imponer su derecho a que las noticias les sean presentadas con una cierta objetividad.

Además de esto, las fuentes periodísticas también pueden presionar al periodista, condicionando de esta manera su labor, al pedirle que sacrifique noticias para mantener buenas y productivas relaciones. Íntimamente relacionada con el quehacer periodístico está la formación del profesional de la información. Sin embargo, esta formación no ha sido siempre una constante de las empresas periodísticas.

El avance de la tecnología en el siglo XIX, la necesidad de informar al público cada día más amplio y heterogéneo, el surgimiento de nuevas formas de difusión, etc., exigió que los medios de comunicación social tuvieran que ir transformándose y. con ellos, el periodista profesional. Y así surgió desde fines del siglo pasado o principios de éste la preocupación por formar de alguna manera el personal de los diarios.

164 JOSÉ MARÍA DESANTES GUANTER, *La información como derecho*, Madrid, Editora Nacional p.43

No obstante, en los países iberoamericanos, y de modo particular en grandes sectores de España, se evidencia una resistencia muy marcada a admitir que un periodista debe formarse en una escuela. La famosa cuestión sobre si el periodista nace o se hace se plantea habitualmente. Al tratarse de un servicio público importante, es imprescindible que el periodista sea consciente del rol que cumple en el ejercicio de su profesión.

Para el periodista Ryszard Kapuscinski, en su libro *Los cinco sentidos del periodista*: “Nuestro oficio comenzó a cambiar como consecuencia de la revolución tecnológica que permitió transmitir la noticia de manera fácil e inmediata. Los canales electrónicos hicieron posible que las noticias viajaran rápidamente y sin problemas de un lugar a otro del mundo, en una transformación radical: décadas atrás, lograr que en el periodismo la noticia llegara a su destino final era en sí el tema para una crónica. Egon Erwin Kish, corresponsal checo-alemán de principios del siglo XX, un clásico de nuestra profesión en el ámbito mundial, escribió en sus memorias que el trabajo de enviar la noticia en ocasiones resultaba más fascinante que el reportaje mismo. Con la revolución tecnológica este tema dejó de existir.”¹⁶⁵

Pero hay una segunda razón para el cambio de nuestro oficio, acaso la más importante: que la noticia se convirtió en un buen negocio. Este acontecimiento tiene suma importancia, ya que al descubrimiento del enorme valor económico de la noticia se debe la llegada del gran capital a los medios de comunicación. Normalmente el periodismo se

165 KAPUSCINSKI RYSZARD. *Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar)*. Colección Nuevo Periodismo. Serie Libros Taller. Colombia (2000), México (2001), Argentina (2002). Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano Fondo de Cultura Económica. México.

hacía por ambición o por ideales, pero de repente se advirtió que la noticia era negocio, que permitía ganar dinero pronto y en grandes cantidades. Eso cambió totalmente nuestro ambiente de trabajo.

“Eso creó una brecha entre los dueños y gerentes de los medios y nosotros, los periodistas, porque ellos persiguen otros intereses y objetivos. Hoy al cronista que llega de hacer una cobertura, su jefe no le pregunta si la noticia que trae es verdadera, sino si es interesante y si la puede vender. Éste es el cambio más profundo en el mundo de los medios: el reemplazo de una ética por otra”.

Nuestra profesión siempre se basó en la búsqueda de la verdad: el valor de la noticia o del texto era dar cuenta de la verdad. Muchas veces la información funcionó como un arma en la lucha política, por la influencia y por el poder. Pero hoy, tras el ingreso del gran capital a los medios masivos, ese valor fue reemplazado por la búsqueda de lo interesante o lo que se puede vender. Por verdadera que sea una información, carecerá de valor si no está en condiciones de interesar a un público que, por otro lado, es crecientemente caprichoso. Así se ha trivializado el valor de la palabra. El problema actual de la comunicación no es que se escamotee la verdad sino que la palabra ya no tiene el peso de antes.

Ahora que la información es una mercancía bajo las leyes del mercado, es decir, destinada a obtener una rentabilidad máxima y apuntar al monopolio, los antiguos héroes del periodismo han sido reemplazados, en buena medida, por un nutrido número de esos anónimos trabajadores de los medios. Hoy el soldado de nuestro oficio no investiga en busca de la verdad, sino con el fin de hallar

acontecimientos sensacionales que puedan aparecer entre los títulos principales de su medio.

Hoy miles y miles de personas recopilan y hacen circular informaciones, y también se han multiplicado las escuelas de periodismo que año tras año lanzan a nuevos ejecutores de esas tareas. Sin embargo, el periodismo ha dejado de ser una misión y muchas de las personas que trabajan en los medios lo consideran una ocupación como cualquier otra, que bien pueden abandonar para ingresar a una agencia de publicidad o ser corredor de bolsa.

Con los hombres de negocios en el lugar de los románticos buscadores de la verdad que antes dirigían los medios, algunos cambios se hicieron visibles a los ojos de quienes conocían desde antes las redacciones de los diarios o los estudios de la radio y la televisión.

En el pasado los medios se instalaban en edificios de segunda categoría y disponían de espacios estrechos y mal acondicionados donde se afanaban los periodistas, casi siempre mal vestidos y sin dinero en el bolsillo. Hoy un canal de televisión perteneciente a las grandes cadenas ocupa suntuosos palacios llenos de mármoles y espejos, por cuyos silenciosos pasillos el visitante es conducido por deslumbrantes asistentes. En estos ámbitos se concentra el poder que antes ostentaban sólo los jefes de gobierno.

Actualmente el poder está en manos de quien posea un estudio de televisión, un diario, una radio. En el mundo contemporáneo, tener medios de comunicación significa tener poder. Por eso los que sublevaron contra los regímenes antidemocráticos en Europa y Asia

no trataron de tomar las sedes presidenciales o parlamentarias, sino que fueron directamente a conquistar los canales de televisión.

Esta enorme y creciente influencia de los medios, en particular electrónicos, se ha advertido mejor que en otro ámbito en el mundo político, que lucha por tener más presencia en el público en general a través de los medios de comunicación. Las elecciones en los Estados Unidos constituyen un buen ejemplo de cómo los medios masivos influyen no sólo en la presentación sino en el manejo de la vida política. Allí se ve con claridad cómo los políticos se ajustan a las demandas de los medios de comunicación, y cómo esa influencia es un arma de doble filo: a veces les da buenos resultados, y a veces malos. Es una herramienta complicada.

Sin embargo, Ryszard Kapuscinski advierte que gran parte de la humanidad vive aislada de los medios y no tiene que preocuparse por la manipulación en la opinión pública o por el efecto que las series saturadas de violencia pueden producir en la educación de sus hijos. Además, en muchas partes del mundo la televisión tiene como única función divertir, por lo cual los televisores se encuentran ante todo en bares y restaurantes.

Esa equivocada identidad entre los medios y el mundo condujo a un equívoco mayor; a medida que su negocio se hacía más grande e importante, los medios empezaron a encerrarse en una vida propia y desvinculada de la realidad. Si antes la prensa tenía por fin reflejar el mundo, ahora los grandes medios se limitan a reflejar su mundo compitiendo entre ellos. Ya no les interesa tanto lo que sucede afuera,

sino que los demás medios no se les adelanten, que no publiquen algo que ellos no tienen.

En su libro *La guerra del futbol*; advierte el periodista que en este escenario: Una gran manada de trabajadores de medios se mueve, como un grupo, de un lugar a otro del mundo, creando una brutal centralización de la noticia. Para competir entre sí los medios andan siempre en manada, como resultado de lo cual cada uno mira al otro y ninguno mira al mundo. De ahí que, si en el mundo ocurren varios acontecimientos a la vez, los medios sólo cubren un hecho: el que atrae a la manada.

Para peor, la práctica del periodismo es tan feudal que hay que esperar años y años, a conseguir cierta posición profesional, para darse el lujo de decir: “No cuenten conmigo para hacer semejante trabajo en un día”. Esto sólo se lo puede permitir aquel periodista que ya tiene un nombre hecho; el periodista que está empezando, en cambio, no puede elegir a dónde ir o sobre qué quiere escribir.

Al ejemplificar con la televisión, indica que este medio audiovisual no enseña las complicaciones del mundo contemporáneo, sino que, al contrario, las simplifica, las reduce a unas palabras. La manipulación de las noticias en los medios impide el desarrollo de las historias como sucedió en la guerra entre Irak e Irán -la más cruel y sangrienta de la segunda parte del siglo XX, en la década de 1980, donde murieron casi dos millones de personas-; y nos convierte a todos en prisioneros de un lenguaje reducido, pobre y limitado. Con ese lenguaje no podremos entender, escribir y reflexionar mucho, porque esconde lo

más importante del mundo contemporáneo que es su creciente complejidad.

Y contextualiza: Vivimos en un mundo en el que cada día participan más y más elementos, un mundo que crece continuamente. Cada año sumamos 80 millones de nuevos seres humanos, 55 millones de ellos nacidos en el llamado Tercer Mundo. Al mismo tiempo producimos más de todo: más coches, más aparatos de televisión, más botellas de agua, más zapatos. Y así tenemos más millonarios, tenemos también más pobres. La característica más sobresaliente de las sociedades contemporáneas constituye el problema más grande del siglo XXI, la trágica paradoja de nuestra civilización: el crecimiento agudiza las desigualdades sociales.

No sabemos cómo romper ese vínculo, qué hacer para que el desarrollo sea más justo y de lugar a una sociedad más humana. Sucede que la desigualdad no es un hecho novedoso. La encontramos en todos los niveles de la organización social: existe en la familia, donde la situación del hombre suele ser mejor que la de la mujer y los niños; existe dentro de cada país, donde hay regiones ricas y regiones pobres, tanto en las naciones desarrolladas como en las subdesarrolladas; existe en los continentes, donde conviven países ricos y pobres; existe en el planeta, donde es visible la desigualdad en los hemisferios.

Al mismo tiempo que el desarrollo de las comunicaciones ha conectado a todos los puntos del planeta entre sí, las noticias internacionales ocupan menos espacio en los medios. Las desplazan la información local, las notas sensacionalistas, los chismes, la

información utilizable. Es decir que cuando la tecnología hace posible la construcción de una aldea global, los medios reflejan el mundo de manera superficial y fragmentaria, centrados apenas en las visitas de los presidentes y los atentados terroristas. Nos toca vivir tiempos paradójicos.

Pero quizá por eso mismo es necesario ser objetivos y justos, y poner en perspectiva esta revolución de los medios que, además se encuentra en pleno desarrollo. Se trata de un fenómeno nuevo, demasiado nuevo para que la civilización humana haya podido generar los anticuerpos que combatan sus patologías como la manipulación, la corrupción, la arrogancia.

Como periodistas, la tensión entre lo local y lo global nos toca particularmente. Para aquellos que trabajan en el centro del mundo, todo lo que allí sucede tiene automáticamente valor central por sí mismo. Pero para los que trabajamos en la gran periferia es muy importante entender que debemos buscar lo universal en cualquier tema, aquello que revela el mundo entero en una gota de agua. Porque una gota de agua contiene al mundo, pero hay que saber encontrar el mundo en una gota de agua.

Cada vez que nos proponemos escribir acerca de un tema, debemos preguntarnos qué tiene de universal: cuál metáfora, símbolo o signo que nos permita pasar de lo pequeño a lo grande. Debemos hacer una reflexión porque sólo si encontramos este vínculo, este pasaje entre lo local y lo universal, nuestro texto tendrá peso y valor. Sólo así el lector descubrirá en nuestro texto, junto a la historia concreta, un mensaje universal, una pista que le ayude a descifrar las leyes del mundo.

La literatura que estudia la comunicación es muy crítica; tarde o temprano influirá, al menos de manera parcial, en el desarrollo de los medios. Por otra parte, tenemos que reconocer que mucha gente se sienta frente al televisor porque espera ver exactamente lo que se le ofrece: gente satisfecha de sí –como describió el gran filósofo español José Ortega y Gasset, en su libro *La rebelión de las masas*- y en particular de sus gustos y preferencias.

6.1 La radio

La radio está sufriendo hoy numerosos cambios. La mayoría de ellos son de componente sociológico y tecnológico. Sea como fuere, la radio continúa siendo uno de los medios insustituibles en la vida cotidiana de muchas personas.

Cualquier referencia sobre los teóricos de la radio pasa necesariamente por nombrar la figura de Bertolt Brecht, pionero en observar la radio con noción de futuro.

La radio encontró en el poeta alemán el primer y más actual teórico. Su obra *Teoría de la Radio* (1927-1932), se inscribe en las inquietudes de una corriente de pensamiento de la época. Brecht quedó sorprendido por el fenómeno técnico de la radio al hacer posible, como indica en su teoría, *poner al alcance del mundo entero un vals vienés y una receta de cocina* y sorprender, además, por la mezcla de contenidos.

La obra de Brecht es extensísima. En teatro: *Baal, Tambores en la*

noche, *En la jungla de las ciudades*, *La ópera de tres centavos*, *El vuelo de Lindbergh* —pieza radiofónica—, *Madre Coraje*, *La buena persona de Sezuán*, *Los fusiles de Madre Carrar*, *El señor Puntilla y su criado Matti*, etc. En teoría teatral: *Pequeño órgano para el teatro*. En crítica literaria y artística, sus numerosísimos trabajos recogidos en *El compromiso en Literatura y Arte*. Pero además, su trabajo en el Berliner Ensemble, fundado por él en 1947; sus montajes teatrales y radiofónicos, e incluso su tarea como guionista en ¹⁶⁸ BASSETS, Lluís: *De las ondas rojas a las radios libres*. Ed. Gustavo Gili. 1981. Pág. 48. *Teoría de la Radio* es el título acuñado por el recopilador alemán de los Escritos sobre Arte y Literatura (Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1967; versión castellana fragmentaria: *El compromiso en Literatura y Arte*, Ed. Península Ediciones 62. S.A., Barcelona, 1974). Dicho volumen recoge una gran número de textos dispersos, algunos de ellos publicados en pequeñas revistas y una gran parte pertenecientes a las carpetas de manuscritos originales hallados a la muerte de Brecht en 1956 (había nacido en 1898). De los cinco textos que componen esta “Teoría de la Radio”, tres fueron publicados en su día y los otros dos permanecieron inéditos.

En estos cortos textos, Bertolt Brecht demuestra cuán tempranamente captó las posibilidades y las características expresivas de la radio. El poeta, dramaturgo, ensayista, teórico y director de teatro, guionista de cine, incluso, se muestra en estos escritos como una de las mentes de mayor clarividencia de nuestro siglo en el terreno de los medios de comunicación. Hollywood hasta su expulsión por obra del Comité de Actividades Antinorteamericanas, le convierten en un personaje de

extraordinario interés en el contexto de una cultura tecnológica y masificada como la actual. Brecht propugna, ante todo, las funciones sociales que debe cumplir la radio. Tales funciones sociales son plenamente actuales a pesar de los años transcurridos desde que hiciera estas formulaciones.

Cebrián Herreros recoge en su obra un comentario sobre la teoría del autor alemán. Entre los mayores logros destaca la búsqueda intercomunicativa entre el emisor y los receptores: convertir la radiodifusión en radio-comunicación para el servicio de la vida pública: La tarea de la radiodifusión —escribe Brecht— como todo, no se agota con transmitir estas informaciones.

Además de esto, tiene que organizar la manera de pedir informaciones, es decir, de pedir informes de los gobernantes en respuestas a las preguntas de los gobernados. La radiodifusión tiene que hacer posible el intercambio.

Esta teoría está tan de actualidad que incluso la técnica más en vanguardia busca diversos sistemas interactivos con el objetivo de convertir la unidireccionalidad de la radio en un sistema de comunicación bidireccional e interactiva.

En definitiva, el pensamiento de Brecht continúa vigente. Su propuesta de 1927 *de hacer de la radiodifusión un aparato de comunicación de la vida pública* es lo que trata de poner en práctica todavía la radiodifusión actual.

Hoy día hablar sobre el futuro de la radio plantea numerosos problemas. En primer lugar, porque va a ser en el terreno de los usos sociales y no en el de los descubrimientos donde se introduzcan

auténticas innovaciones. En segundo lugar, porque las utilidades de un medio, su mismo funcionamiento y su existencia, no pueden ser observados como hechos aislados, sino en estrecha relación, en lo que Abraham Moles ha definido como ecología comunicativa: todos los medios relacionados entre sí y con sus usuarios, con la sociedad en la que se desarrollan y que los usa.

Esto hace que numerosos profesionales se planteen como uno de los objetivos de la radio lograr una mayor autonomía de las emisoras locales, tendiendo hacia una descentralización en la programación, al tiempo que se fomente la información regional. Además consideran que el medio radiofónico está en ¹⁶⁹ CEBRIÁN, Mariano. *Fundamentos de la teoría y técnica de la información audiovisual (II)*. Ed. Mezquita. Madrid. 1983. 3 BRECHT. Op. Cit. p. 67.

Moles define la ecología de la comunicación como la ciencia de la interacción entre especies diferentes en el interior de un dominio dado. crisis, en estado de cambio y debe orientar su rumbo haciendo mayor hincapié en la inversión empresarial y en la búsqueda de nuevas fórmulas como es la especialización por contenidos.

Desde este manual defendemos que estos cambios deben estar amparados en una mayor dignificación profesional: una mejor formación de los profesionales y una mayor remuneración que evite su manipulación por parte de los poderes fácticos de la sociedad. Por otro lado, la radio debe saber qué cantidad de oyentes tiene, quiénes son y cuáles son sus gustos. Es decir, la adecuación de los contenidos de los medios de comunicación a las tendencias o hechos que la realidad social demanda.

También planteamos desde aquí como la tendencia más urgente la de separar los contenidos informativos de los de opinión y de los publicitarios. En la actualidad, en España se habla de “Nueva Radio”, “Radio Fórmula”, “Radio unidimensional”, “Radio Genérica”, “Radio de los formatos”, etc. En cualquier caso, es apropiado llamarla “Radio especializada”. Este tipo de radio se caracteriza por dos elementos: la especialización de sus programas y la segmentación de la audiencia. La especialización de una emisora dependerá de los intereses y necesidades del público al que se dirige. Y, por otra parte, cada segmento de audiencia tiene sus propias peculiaridades, según sus gustos. En la radio especializada la programación se dirige a un mismo segmento de audiencia. Aunque, en relación con su tipología, sería prácticamente imposible enumerar cada una de las especialidades que actualmente existen en la radio, sobre todo, por su elevada diversificación.

Además de estas peculiaridades de la radio especializada, tendríamos que hacer una última consideración. Hay que tener en cuenta que ya no basta con que los profesionales de la radio tengan una amplia y profunda cultura general, sino que es preciso cada vez más incorporar a los especialistas en las distintas materias, personas conocedoras en detalle de un área de conocimiento o de una determinada cuestión y que sean capaces, a petición del periodista, de divulgar los hechos proporcionando al discurso las peculiaridades comunicativas que el canal radiofónico demanda.

Otro de los temas a los que habría que hacer mención es la tendencia al localismo. Desde el punto de vista histórico, la radio se hizo local y

regional primero en Estado Unidos y entre otras razones no como consecuencia de la aparición de la televisión —como algunos sostienen— sino debido al hecho de que las cadenas de televisión centraron su interés sobre lo nacional, asumiendo la radio un papel muy local y tomando como modelo la estructura que la radio había adoptado años antes. Tan radical es esta diferencia que puede afirmarse que si la televisión hubiera programado contenidos con referencia a intereses y audiencias locales y regionales, la radio no se hubiera visto obligada a cambiar, o lo hubiera hecho quizás de otro modo.

La radio local ha resultado, generalmente, una buena fórmula alternativa para momentos de crisis. Y sin necesidad de llegar a esos extremos, los balances de muchas empresas radiofónicas españolas confirman que la programación local —cuando se diseña sobre criterios acertados— es una sólida fuente de beneficios económicos. El fenómeno de la información local es una tendencia constante en todas las comunidades desarrolladas y, sociológicamente, un escalón básico en los procesos culturales y políticos democráticos de ámbitos más generales.

El interés creciente por acontecimientos cercanos podría tal vez explicarse por el cada vez mayor peso específico del entorno próximo en la configuración de unos hábitos culturales que luego, seguramente, van a ser proyectados a niveles nacionales e internacionales. El criterio imperante es que a partir de una firme identidad local, y sólo desde ella, se hace posible el acceso a lo universal.

La consideración máxima de la esfera local y su potenciación ofrecen las verdaderas y renovadas oportunidades para la auténtica democratización social y propician un ámbito dinámico y enriquecedor para una sociedad que avanza hacia un proyecto de integración planetaria. Según Arturo Merayo¹⁶⁶, por local se comprende general e inconscientemente aquello que se haya constreñido a las características físicas de un área o territorio, mientras que una definición más exacta sería probablemente la de una serie de actitudes comunicativas y culturales de las personas que viven en un entorno determinado, pequeño y abarcable, que son las que acaban configurando a escala reducida la fijación del rumbo político final de nuestras sociedades. Para este autor hablamos, pues, de los artífices Primitivos de un colectivo democrático.

Comprobado el interés sociológico de la radio local, veamos ahora qué esfuerzos habría que realizar para conseguir ese modelo. Observaremos cómo algunas de las propuestas son similares a las que ya hiciera en su día, y que comentamos al principio, Bertolt Brecht.

En primer lugar, la emisora local debe estar presente puntual e indefectiblemente en aquellos lugares y circunstancias que puedan resultar de interés para el ciudadano con el que se convive. Se trata de convertir las unidades móviles en algo natural en la vida de la comunidad local.

166 MERAYO, Arturo: *Para entender la radio. Estructura del proceso informativo radiofónico*. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca. 1992. 8 MERAYO, Op Cit. p. 351-352.

En segundo lugar, la emisora local debe establecer vínculos estrechos e indisolubles con los habitantes del entorno. Debe potenciar la participación del oyente, no sólo como individuos que por teléfono ayudan a “cubrir” el tiempo de un programa, sino en cuanto a personas, capaces de actuar en otras fases más significativas del proceso comunicativo, desde instituirse en fuentes informativas espontáneas hasta participar con sus sugerencias en el diseño de la programación local.

Un tercer aspecto a tener en cuenta es el de la creatividad del lenguaje radiofónico. Debe subrayarse a este respecto que la narrativa radiofónica local admite con mayor facilidad la espectacularización discursiva de la información, aunque ciertamente, suele disponer de menos medios técnicos y humanos para llevarla a cabo.

Está muy extendida entre los profesionales la idea que comparte también Arturo Merayo de que la radio local se encuentra casi siempre ante la necesidad de una exposición cálida, mientras que la radio de ámbito nacional se halla ante la necesidad de ofrecer una exposición casi siempre más distante del hecho, y en la que entre éste y el oyente existe menor vinculación psicológica y, por consiguiente, menor carga empática en el relato.

En síntesis, la programación radiofónica requiere una buena planificación a corto, medio y largo plazo de los mensajes que se deseen transmitir, entendiendo como tal la planificación de una relación comunicativa entre una empresa de radio y una audiencia

mediante unos contenidos sistematizados y elaborados según una duración y unos horarios.

La radio y su función social

La comunicación social es algo inherente a todos los grupos humanos. Desde los simples gestos y el sonido, pasando por la expresión facial y el habla, siguiendo por el arte, la música, la danza y otras formas, hasta llegar a lo escrito y más tarde impreso, todas son manifestaciones de esa necesidad humana de comunicarse con los demás.

La información fue, en principio y necesariamente, oral. No había otra alternativa. Quien conocía la tradición tenía la palabra y quien tenía la palabra tenía el poder. Con el paso de los años, aún sigue siendo igual, aunque bajo otros aspectos culturales que no son más que la consecuencia de un mundo que ya está bajo los efectos de veinte siglos de experiencia. Poco a poco, la comunicación de masas ha empezado a proclamarse, desarrollando sus afiladas armas para convertirse en lo que es hoy día: un baluarte de poder, consecuencia a la que se ha llegado, entre otras muchas cosas, gracias a la labor realizada por uno de los grandes filones de nuestra era: la radio.

Prácticamente, desde la invención de la radio ha existido interés por su posible rol en el campo de la educación; a finales de los años veinte y durante la década de los treinta numerosas instituciones de Europa, América y otros lugares utilizaban ampliamente la radio. La aparición de la televisión y la regulación de algunas medidas de signo contrario

en los Estados Unidos desviaron el interés por la radio: sólo recientemente, debido a consideraciones de coste, alcance e igualdad, se ha vuelto a fomentar un renacimiento de la radio para la educación. Partiendo del término “cultura” y de cómo se entiende en la actualidad, donde los medios de comunicación de masas tienen tanta importancia, hay que destacar la función cultural de la radio en la sociedad y en la familia, los servicios que presta a los oyentes y las cualidades que debería tener un buen periodista cultural ya sea en radio o en cualquier otro medio.

El Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua define la cultura como:¹⁶⁷

1. Resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse por medio del ejercicio las facultades intelectuales del hombre.
2. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial en una época o grupo social.

Por su parte el Diccionario María Moliner¹⁶⁸ define del siguiente modo la palabra cultura:

1. Conjunto de los conocimientos no especializados, adquiridos por una persona mediante el estudio, las lecturas, los viajes, etc.
2. Conjunto de los conocimientos, grado de desarrollo científico e industrial, estado social, ideas, arte, etc., de un país o una época: la cultura clásica.

167 Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua. Espasa-Calpe, Madrid, 1992.

168 MOLINER, María. *Diccionario de uso del español*. Gredos, Madrid, 1990.

No obstante, comunicar no significa culturizar, así como tampoco comunicar significa informar.

En su función cultural, la radio tiene inmensas posibilidades. Las principales, según José Javier Muñoz y César Gil¹⁶⁹ son las siguientes: servir de espejo de la cultura contemporánea, interrelacionar los diferentes ámbitos de la cultura, estimular la creación de la cultura, recoger los hechos culturales de la historia que aún se conservan y transmitirlos, enriquecer la difusión de lo cotidiano, ser vehículos de las culturas regionales, contribuir al conocimiento de otros países y otros pueblos, educar, instruir.

En términos generales, según Muñoz y Gil, los contenidos radiofónicos han estado muy lejos de contener semillas culturales. La progresiva incorporación de profesionales cualificados en todas las facetas del medio mejoró la calidad comunicativa del producto radiofónico, pero no necesariamente su componente cultural.

La radio, las ondas radiofónicas pueden y de hecho deben servir de canal a través del cual fluya la cultura, pero no es tan importante en sí el número de datos que ofrezcamos al oyente como la claridad a la hora de emitir estos datos.

La radio está pensada para que asuma todos sus papeles: informadora, educadora, aliviadora de la soledad del hombre, concentradora de la familia, sustituta aventajada de la escuela y la universidad, plataforma de los líderes y uniformadora de las masas. En otros tiempos que no existía la televisión, los efectos de la radio eran

169 MUÑOZ, José Javier; GIL, César. *La radio. Teoría y práctica*. Instituto Oficial de Radio y Televisión, Madrid, 1988.

los que se esperaba de ella, sobre todo en el campo de la política, más que en el cultural. Luego ha contado con la competencia de la televisión. De todas formas, la radio sigue desarrollando un papel importante en la sociedad, sin duda el número uno en la información porque da primera las noticias de más actualidad.

La radio se adapta a la sociedad

La radio debe estar atenta a los cambios en los hábitos de los oyentes. Es evidente que estamos en una sociedad que cambia continuamente, que no tiene tiempo para nada, que va con prisas. La radio ha sabido adaptarse a este cambio mejor aún que la televisión, ya sea por los cambios tecnológicos o por la propia personalidad del medio. Respecto al primer fenómeno podemos decir que los transistores desplazaron al viejo y gran receptor familiar que nuestras abuelas escuchaban y no se perdían ni un capítulo de su radionovela favorita. Por otra parte, la multiplicación de los radios receptores ha traído una mayor reducción del número de personas por aparato, de tal manera que se está llegando, desde el punto de la audición, a un uso individualizado. En los países desarrollados se han alcanzado más de dos receptores por familia. Suele haber uno en la casa, otro en el automóvil y otros de bolsillo. Ya no sólo se puede hablar de familia transistorizada, sino también del individuo. Se ha pasado de la audición familiar a la individual, evitando de este modo la influencia del líder familiar como sucede aún con la televisión. La incidencia más clara de esta nueva situación se comprueba en la división tajante entre

padres e hijos en la ocupación de sus ratos de ocio. En lugar de ver la televisión juntos o conversar, los hijos sienten preferencia por encerrarse en su habitación para escuchar la música que le ofrece “su” emisora.

En el segundo fenómeno pongamos de manifiesto que la radio es el medio que permite la simultaneidad con otro tipo de actividades, en oposición a la televisión o a la prensa que son los medios absorbentes y excluyentes. La audición radiofónica se realiza “mientras” se hace algo.

La radio como base para el desarrollo

Las metas de la comunicación para el desarrollo se clasifican en cuatro categorías: motivación, información, enseñanza y modificación de conductas. Cuando se pretende motivar se utiliza la radio para conseguir que la sociedad reflexione sobre algún tema, e incluso que en última instancia actúe sobre ello. Los programas de radio sobre temas políticos con frecuencia tratan de fomentar en la población el patriotismo nacional; los programas sobre el medio ambiente tratan de motivar a las personas para que sean más sensibles ante la ecología, y los programas religiosos tratan de infundir esperanza, amor al prójimo o paz interior.

La utilización de la radio para informar incluiría, por ejemplo, los programas de noticias locales, nacionales e internacionales; las noticias en relación con la agricultura, el tiempo atmosférico, e

información sobre actividades sociales y servicios de interés para los oyentes.

La categoría de la utilización de la radio para enseñar se refiere a la que sirve para la adquisición de las destrezas cognoscitivas más generalizadas, comunes a muchas actividades; las más frecuentes son el aprendizaje de la lectura y de la numeración, pero también se incluyen las destrezas generales de acceso a la información como son la capacitación para utilizar un diccionario, un listín de teléfonos o cualquier otro tipo de información archivada.

Por último, la utilización de la radio para modificar la conducta se refiere a los tipos de programas que aconsejan a la gente una actividad determinada sin tratar de explicar mucho de ella. Se ha utilizado la radio para indicar los mecanismos de cómo vacunarse, cómo votar, cómo matricular a los niños en las escuelas, etc.

La radio y su rol cultural

Según Josep María Martí *la audiencia potencial de una emisora se halla inserta en un determinado contexto sociocultural: este entorno configura una realidad social que se articula políticamente a partir de determinadas instituciones.*¹⁷⁰ Y es que el emisor desempeña en la comunicación radiofónica un papel relevante y no menos es el del destinatario o sujeto receptor de la comunicación. La audiencia no tiene que ser homogénea. Mariano Cebrián indica *que el condicionamiento que imponen las audiencias depende del país y del entorno social en el que se sitúan. Depende de su vida familiar,*

170 MARTÍ I MARTÍ, José María. *Modelos de programación radiofónica*. Feed-Back, Barcelona, 1991.

*ideologías y, en definitiva, del grupo social en el que conviva.*¹⁷¹ Es evidente que el lugar de residencia es un elemento importante. A este respecto opina R. Aspinall¹⁷² que los contenidos programáticos e inclusive los géneros sufrirán variaciones destacables en función de Si el mensaje se dirige a zonas urbanas o rurales; dependerá —añade— de las ocupaciones laborales dominantes de esta misma audiencia que se presume potencial y, en definitiva, los programas se estructurarán a lo largo del día en función de estos hábitos socio laborales que pueden ser sustancialmente distintos según sean los territorios.

Lógicamente, el entorno cultural ejerce un peso específico bastante importante en los contenidos y las formas del discurso radiofónico. La investigadora académica Pastora Moreno coincide con Mariano Cebrián en que *si el nivel cultural de un país o de la audiencia es bajo, y la información audiovisual se da en códigos culturalmente elevados, la descodificación será muy parcial e incompleta.*¹⁷³

Por tanto, el periodista radiofónico no tiene sentido sin la existencia de destinatarios que reciban bien los mensajes transmitidos por él y, a su vez, no existen receptores de una comunicación si no existe un emisor que la inicie: Para Sanabria Martín *ciertamente la audiencia es uno de los factores más determinantes, aunque no sea más que por el hecho de ser la destinataria de los mensajes y la justificación de la propia existencia de estos; sin destinatarios, sin audiencia, no hay medios ni*

171 CEBRIÁN HERREROS, Mariano. *La mediación técnica en la información radiofónica*. Mitre, Barcelona, 1983.

172 ASPINALL, R. *Guide pratique de la production radiophonique*. París, UNESCO, París, 1972.

173 CEBRIÁN. Op. Cit. pág. 545.

*hay mensajes, ni hay comunicación.*¹⁷⁴

La importancia que tiene el oyente en la configuración del lenguaje queda patente en las siguientes palabras de Arias Ruiz:¹⁷⁵ Analizar y estudiar al oyente como sujeto que ha de recibir la creación radiofónica y que puede dar el éxito o fracaso a toda la emisora con su inapreciable veredicto, es función primerísima en todos y cada uno de los que se dedican a las tareas de radio difusión. Todos, desde el director de la emisora hasta el último actor, deben vivir obsesionados por lo que es y significa el público oyente. También se expresa del mismo modo Nieto Tamargo dirigiéndose al empresariado de prensa:¹⁷⁶

Si es importante que usted sepa cómo quiere vender más importante todavía es conocer cómo el lector desea comprar. En la duda, el dueño y señor del fin de la distribución es el lector.

Por tanto, teniendo en cuenta siempre al receptor, tres son las funciones de la radio:

— Formar. Informar. Entretener.

Y desde su función cultural, la radio tiene numerosas posibilidades, entre las que destacan:

1. Servir de espejo de la cultura contemporánea. Según recientes estadísticas, la radio dedica mayor proporción de sus contenidos que la televisión a la cultura. En Europa, aproximadamente el 25% de las emisiones de radio tienen etiqueta de culturales. A esto hay que añadir un 13% de contenidos educativos.

174 SANABRIA MARTÍN, F. "La audiencia como condicionante del mensaje radiofónico", en *I Semana de Estudios de Radio*, Red de emisoras de Radio nacional de España, Madrid, 1974.

175 ARIAS RUIZ, A. *Radiofonismo, conceptos para una radiodifusión española*. Madrid, A. Vasallo, Madrid, 1974

176 NIETO TAMARGO, A. *Cartas a un empresario de la información*, Pamplona, Ed. Alfonso Nieto, Pamplona, 1989.

2. Interrelacionar los diferentes ámbitos de la cultura. La radio debe intentar producir un acercamiento de culturas y hacer que los especialistas y eruditos se acerquen a la cultura popular y también acercar el medio rural al medio urbano.

3. Estimular la creación de la cultura. La radio puede fomentar la creación literaria, artística o científica difundiendo los hechos culturales de los creadores o especialistas más o menos reconocidos socialmente.

4. Recoger los hechos culturales de la historia que aún se conservan y transmitirlos. Una emisora de radio, inserta en el contexto concreto de una determinada zona geográfica tiene la posibilidad de conservar y transmitir las tradiciones, cuentos, leyendas y canciones oriundas de esa determinada zona geográfica.

5. Enriquecer la difusión de lo cotidiano. En este punto va a ser fundamental la formación intelectual y académica del profesional, el rigor del planteamiento, el lenguaje que utilice y la forma técnica en que presente los mensajes. Esta función consiste en dar la forma más perfecta a lo cotidiano desde el punto de vista del significado, del lenguaje y de la estética.

6. Ser vehículo de las culturas regionales. Las comunidades regionales tienen características culturales propias que es preciso plasmar, tanto de puertas adentro como en otros lugares a los que llegan las ondas radiofónicas.

7. Contribuir al conocimiento de otros países y otros pueblos. La barrera del idioma impide que se pongan en relación emisoras de países en lenguas diferentes. Esto puede salvarse a través de los

reportajes y documentales realizados en cada país. Es una forma de acercar diferentes culturas.

8. Educar. Después de la Segunda Guerra Mundial, la radio fue en gran parte de Europa un sustituto de las instituciones docentes oficiales, al no haber escuelas ni libros de texto para cubrir la escolaridad de niños y jóvenes. En la actualidad, la educación didáctica ocupa parte de la programación de la mayor parte de las organizaciones radiofónicas del mundo. En España, Radio Nacional en su tercer canal, emite cursos de la Universidad de Educación a Distancia. Gracias a estos cursos, personas que no pueden acceder a una enseñanza reglada con asistencia a clase, pueden obtener información de las materias en las que se encuentran matriculadas.

9. Instruir. La radio puede ser y debe ser un vehículo de orientación social, laboral y técnica, sobre todo, teniendo en cuenta que las ondas radiofónicas pueden llegar a las aldeas y pueblos más alejados. No hay que olvidar que las ciencias sociales y la información derivada de ellas proporcionan una visión científica del mundo y ayudan a orientarse en los acontecimientos sociales.

Por otra parte, la radio puede ejercer una función de “servicio familiar” en programas que rinden una utilidad inmediata, práctica y no necesariamente intelectual a los oyentes. Entre esos servicios que presta la radio están:

1. Avisos de socorro.
2. Situación del tráfico y puntos conflictivos del país.
3. La hora.

4. Resultados de los juegos de azar.
5. Información del tiempo.
6. Cotizaciones de bolsa.
7. Cartelera de espectáculos e información sobre las actividades que van a tener lugar a nivel local.

En cuanto a la formación del periodista en radio, sobre todo, en programas culturales dirigidos a la familia, una de las virtudes periodísticas que tendrían que situarse en primer plano de la formación del periodista cultural es la de la claridad, que le permita hacer accesible al oyente medio los temas más complicados.

Un segundo ingrediente que debe poseer el periodista cultural es una especialización cada vez mayor y una creciente diferenciación entre las distintas ramas de la cultura.

En último término, el periodista cultural debe tener un conocimiento específico y particularmente extenso de la realidad nacional donde se produce su trabajo. Una de las formas de potenciación del estímulo hacia la cultura es hacer ver las conexiones de los fenómenos culturales con las realidades vivas de la sociedad en que se producen.

Pastora Moreno¹⁷⁷ resume, a partir de todo lo expuesto podemos concluir en varios aspectos determinantes que el emisor radiofónico debe ser ante todo un buen comunicador y mostrar un decidido apoyo a todas aquellas acciones encaminadas a conseguir que la familia y la sociedad no sean un simple e inculto sujeto pasivo.

Esta exigencia viene impuesta por las circunstancias psicológicas a las que está expuesto el oyente de radio, que son muy distintas a las

177 MORENO ESPINOSA, PASTORA M, autora del libro *Escribir periodismo*. Madrid. Fragua. 2010.

específicas de los destinatarios de mensajes transmitidos a través de medios audiovisuales. El oyente normalmente recibe el mensaje en soledad y el emisor puede permitirse dar una forma tal al mensaje que parece que está transmitido única y exclusivamente para un único sujeto individual. Dicha cercanía psicológica, que se asienta también en el uso del lenguaje de base oral, explica, por ejemplo, el tuteo del emisor en algunas ocasiones y la confianza con que el receptor se pone en contacto con la emisora de radio.

Teniendo en cuenta las anteriores premisas, la emisión de buenos programas educativos para un público heterogéneo puede incentivar el deseo de superar su nivel cultural, incluso volviendo al punto en que pudo interrumpir sus estudios para reanudarlos con vistas a la obtención de un diploma; o simplemente adquirir una perspectiva nueva sobre determinadas parcelas de su vida cotidiana, como ocurriría con los programas de cocina, jardinería, manualidades o pintura.

Por todo ello, la radio es el medio colectivo que menos lo parece, el más aparentemente personal y el que mejor puede reproducir una relación interpersonal en programas culturales y educativos en los que una sociedad en desarrollo es protagonista.

Para Bernardo Díaz Nosty el consumo de la radio sigue centrado en torno a las grandes cadenas de radio, con escasas fugas hacia soluciones emergentes o alternativas¹⁷⁸. No obstante, la actualidad de este medio está marcada por la aparición de la radio digital y la radio por satélite, que permitirán escuchar cualquier emisora del mundo. Al

178 DÍAZ NOSTY, Bernardo. *Informe anual de la comunicación 1997-1998. Estado y tendencia de los medios en España*. Grupo Zeta, Barcelona, 1998, p. 198.

mismo tiempo, han proliferado las emisoras locales.

Periodismo oral/periodismo escrito

Como ya hemos referenciado, la prensa escrita y la radio constituyen dos maneras bien diferentes de presentar los hechos actuales que acontecen día tras día. Según Merrill y Lowenstein *los mensajes en Radiotelevisión son a menudo notablemente diferentes de los mensajes en los periódicos*¹⁷⁹. A su vez, ellos apoyan su cita en el punto de vista de Robin Day, consumado reportero y realizador de la BBC quien afirma que los medios audiovisuales por sus condicionamientos técnicos tienden a hacer apelaciones a la sensibilidad emotiva en lugar del entendimiento¹⁸⁰.

De acuerdo con Merrill y Lowenstein, y con Martínez Albertos, *como consecuencia tanto de la revolución electrónica como de los restantes factores condicionantes, la realidad es que las noticias en los medios electrónicos difieren sustancialmente en el contenido y en la forma de las noticias que se canalizan a través de los periódicos*.¹⁸¹

Por ejemplo, el periodismo escrito no puede ofrecer la inmediatez de la radio, pero, a cambio, incorpora un relato más contextualizado, apoyado en noticias precedentes, en hechos históricos, que permite tras una primera lectura establecer una relación entre los diversos datos que el periodista en la noticia nos ha ofrecido. Para entrar en lo que es un estudio práctico de metodología comparativa, podemos fijarnos en la información sobre las primeras elecciones multirraciales en Suráfrica, de abril de 1994.

179 MERRILL, John; LOWENSTEIN, Ralph. *Media Messages and Men*. Nueva York, McKay Co., 1971, págs. 66-68

180 *Ibidem*, págs. 70-71.

181 MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis. *Curso General de Redacción Periodística*, Madrid, Paraninfo, 1992.

La radio alude a la noticia sobre la votación histórica del líder negro, Nelson Mandela, producida apenas una hora antes en Johannesburgo. Para ello, incluye en primer término las declaraciones en *off* del propio Mandela, además de adelantar la explosión de una bomba en el aeropuerto de la capital surafricana.

“España a las ocho” abre con este tema.¹⁸² Mientras, *El País* resalta en la parte inferior izquierda de su portada el hecho de que ayer votaron por primera vez en la historia los negros de Suráfrica, aludiendo a que fue una sobrina de Nelson Mandela, Notasa Paintin, la primera persona negra que ha votado en la historia de este país¹⁸³.

La diferencia es evidente. La radio se centra en lo sucedido hace escasos minutos —menos de una hora—. Lo importante es la inmediatez, no se puede perder tiempo; es su función y su misión —además de otras muchas— y es, también, lo que el público receptor espera. Para el oyente de radio, el hecho de la votación por primera vez de la población negra de Suráfrica es algo ya del pasado —fue ayer—. Le interesa lo que está pasando o lo que acaba de pasar. Sin embargo, el lector de prensa busca cada mañana en su diario, no la noticia escueta y simple —que seguramente ya ha oído en la radio el día anterior o la ha visto en televisión—, sino unas informaciones subsidiarias y complementarias que le clarifiquen la visión de unos hechos concretos. Esto se verifica si nos introducimos dentro del diario.

182 “España a las ocho” de *Radio Nacional de España*, Radio 5, miércoles, 27 de abril de 1994.

183 *El País*, 27 de abril de 1994. 6 *Ibidem*, pág. 6. 32

En su página nos hace una introducción al sistema democrático que se constituirá, al sistema de parlamentos provinciales. Para ello, incluye infografía que clarifica el reparto porcentual de población según razas, los diferentes partidos con sus líderes y logotipos, y una composición infográfica de la estructura de poder.

La radio no tiene esta facultad. Todo es más ambiguo, en el mejor sentido de la palabra. El texto escrito se puede releer, pero el sonido radiofónico no se puede volver a escuchar. De ahí, que utilice otros recursos: la reiteración, el énfasis tonal de la voz en determinadas palabras o cláusulas, la música o la voz en off. La radio no posee los medios para esta función, al igual que la prensa no puede adelantar los últimos acontecimientos, minuto a minuto.

No obstante, la radio puede ofrecer también un acercamiento a la realidad a través de la figura del corresponsal o enviado especial que narra los hechos desde el propio lugar. El sonido vía telefónica confiere realismo, parece que los hechos son más reales, que están más cerca de nosotros, a la vez que dramatismo, un elemento esencial en la proximidad psicológica que puede experimentar el receptor.

Además, tal como afirma Iván Tubau¹⁸⁴: La radio y la televisión en directo son las herramientas más libertarias que ha inventado la humanidad para difundir las palabras de la gente: si un político da un patinazo en una conversación o un discurso en directo, no hay corrector de estilo ni asesor de imagen que pueda remediarlo. Nunca sabremos, salvo que seamos investigadores especializados y

184 TUBAU, Iván. *Periodismo Oral. Hablar y escribir para radio y televisión*. Barcelona, Paidós, 1993.

revolvamos archivos en busca de manuscritos, si Pío Baroja escribía con faltas de ortografía o ponía las comas en su sitio: los correctores editoriales se encargan de retocar los textos para fingir que todo el que publica un libro sabe escribir de acuerdo con las normas al uso.

Nunca sabréis —si no estáis dentro— cómo escriben realmente algunos famosos que firman artículos, porque los diarios tienen en nómina a especialistas en edición que dejan los textos como los chorros del oro.

Para David K. Berlo en los mensajes audiovisuales existe un factor diferencial, respecto a los mensajes propios de la Prensa escrita que es el código; todo conjunto ordenado de símbolos o de signos que pueden ser estructurados de manera que tengan algún significado para alguien¹⁸⁵. Por su parte Sanabria¹⁸⁶ indica que en el caso de los mensajes periodísticos audiovisuales, los códigos que integran el lenguaje propio de estos medios rebasan y desbordan el ámbito propio y específico del código lingüístico y literario.

Lo que está claro es que cada medio juega con sus propios elementos, combinándolos para eliminar a la posible competencia o restarle audiencia. Tras esta especie de justificación conjunta de cada uno de estos dos medios, vamos a continuar con un análisis de varios elementos que consideráramos esenciales y sobre los cuales podría girar nuestra observación.

La variable tiempo-espacio es muy importante. La radio siempre está condicionada por el tiempo, de ahí la brevedad de sus noticias, la

185 BERLO, David. *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica*. Buenos Aires, 1973, pág. 45.

186 SANABRIA MARTÍN, Francisco. *Estudios sobre la comunicación*, Madrid, Editora Nacional, 1985. 33

imposibilidad de incluir muchos datos explicativos. En cambio, y a pesar de todo, la prensa escrita también está limitada por el espacio —y por la publicidad al igual que la radio—. ¿Cuál es, entonces, la diferencia? No es difícil adivinar que, como ya hemos dicho antes, el mensaje de la radio no admite efecto *feedback*, mientras que el de un periódico sí.

De esta manera, la radio está continuamente reiterando lo dicho, mientras que la prensa sólo necesita una vez para decir algo, ya que en cualquier momento se puede volver a releer. Es por esto, que también la radio actualiza continuamente sus informaciones, añadiendo nuevos datos, dejando atrás otros, y recalcando siempre aquellos que interesan, para que permanezcan en el oyente. La información en radio es continua, durante todo el día, mientras que en un diario la información es la acumulada durante todo el día anterior y hasta la hora de cierre, y eso permanece hasta la edición de un nuevo ejemplar el día siguiente.

En este sentido, la actualidad inmediata es mayor en la radio —pongamos como ejemplo de nuevo la noticia de las elecciones generales en Suráfrica— pero sin olvidar que la reflexión y la precisa contextualización está mejor reflejada en el periódico que hemos citado anteriormente.

Luego desde la perspectiva de la profesión periodística existen elementos en la prensa y en la radio que bien podrían ser análogos —teniendo en cuenta los condicionantes de cada medio—. Así, encontramos géneros más libres, como la entrevista o la crónica.

En los informativos radiofónicos, en general, la entrevista se utiliza para darle más agilidad y dimensión a la noticia en cuestión. En cambio, en prensa la entrevista es más profunda. Responde a otros intereses: muestra más claramente la personalidad del entrevistado. Está más elaborada y es más creativa.

En prensa la espontaneidad de la radio desaparece para dejar paso a unas preguntas y respuestas —sobre todo respuestas— mejor construidas, ya que el factor tiempo durante la realización de la entrevista no está tan presente, aunque haya otros condicionantes.

Además, el periodista se encarga de reelaborar y de destacar aquello realmente relevante de las declaraciones del entrevistado. No vamos a entrar en aquello de la mediatización del periodista o del medio, ya que eso siempre existe, de una manera o de otra. La crónica es otra de las formas en que aparece la información, aunque junto a elementos valorativos.

Llama mucho más la atención el hecho de que un periodista cuente lo ocurrido desde el lugar en sí, reforzado por el sonido telefónico, que ver aparecer en un periódico una noticia de un corresponsal o un enviado especial, aunque sea él mismo quien haya presenciado los hechos. Con esto no queremos decir que sea mejor una crónica radiofónica que otra en la prensa escrita, sólo que llama más la atención, el elemento dramático desempeña su papel, que en realidad es lo que se busca en primera instancia. Se juega a veces con los mecanismos psicoperceptivos y emotivos del ser humano para llegar hasta donde se quiere, las sensaciones, las emociones.

Hay también otros elementos —algunos ya apuntados— que ayudan y que complementan al texto auditivo o escrito, y que sin ellos no sería el mismo. El profesional de la prensa, de esta manera, cuenta con los elementos tipográficos, gráficos, fotográficos e infográficos, además de la adecuación espacial de todos estos elementos más el lingüístico en la página, que constituye otra codificación muy importante.

La radio también pone a su servicio algunas características intrínsecas a ella misma. No existen recursos tipográficos, pero el periodista cuenta con la entonación, el énfasis. La música supone un recurso del que carece el periodista de prensa —quizás subsanado por la fotografía— y que confiere un grado de atracción emotiva notable respecto del receptor humano. El ejemplo lo vemos en la información sobre Mandela en RNE que, comentábamos, en la que el Himno Nacional de Suráfrica, cantado en un momento tan especial para la historia de este país y de sus habitantes, da una dimensión más humana al tema y refuerza emocionalmente la narración.

La voz en off o la voz en directo de diferentes actores o participantes del hecho noticiado supone un acercamiento más directo a lo ocurrido. En la prensa, están también las declaraciones entrecomilladas, pero no es lo mismo, porque no es la misma persona quien se expresa, sino el periodista a través de su escrito. La radio enlata estas voces y las incluye en su relato dando, además de rapidez a la narración, un sentido de mayor proximidad.

Otra cuestión que podríamos señalar en este apartado de consideraciones principales es la necesidad que tienen ambos medios de autoafirmarse continuamente a través de la labor que sus

profesionales ejercen. La prensa lo tiene más fácil, es más palpable. Tiene un formato determinado, una cabecera singular, un estilo de composición y compaginación particular y un sinfín de elementos de todo tipo.

Además reafirma su marca en cada página. La radio, al contrario, es por su propia naturaleza efímera. De ahí, que tenga que servirse de recursos propios de esta misma realidad inconsistente. En este sentido, utiliza elementos sonoros como una música que define la cadena y el espacio en el que nos encontramos. Es la sintonía, la ráfaga o incluso el indicativo —con componente también lingüístico—.

También usa otras marcas constantes como es la voz de sus propios redactores que, al igual que en prensa, mantiene la regularidad y una cierta coherencia en la producción informativa. Por tanto, resulta muy importante la adecuación de los profesionales de distintos medios a su propio espacio dentro del marco comunicativo de la sociedad actual, según sus inherentes características y la idea de una radio rápida y eficaz en la noticia de última hora y de un periódico reflexivo y lleno de posibilidades de contextualización.

En realidad, las grandes diferencias formales entre la labor periodística en la prensa y la radio estriban en el tiempo, en el espacio. La prensa tiene un estilo propio de compaginar y la radio un modelo peculiar de estructurar la información y situarla en el tiempo; marca sus páginas con su propio nombre y la radio cada espacio de tiempo razonable, incluye una ráfaga o un indicativo.

Además se puede concluir diciendo que la radio ofrece la visión general del estado de la situación, mientras que la prensa escrita

profundiza en esa visión y permite reposar la información. La información en ésta es realizada y elaborada con tiempo y con sentido: se explica la noticia, se ofrecen detalles y hasta se puede explicar desde diferentes puntos de vista, pero carece de la inmediatez de la radio.

En definitiva, prensa y radio son dos canales de comunicación, dos universos conceptuales y metodológicos que han ido configurando profesionalmente su propio código de expresión, muy diferente, por otra parte.

Normas de uso del lenguaje radiofónico

La lectura en radio hace que hayamos de cuidar la redacción para este medio como una técnica especial, y diferente de la de otros medios de comunicación. Se requiere el uso de un lenguaje sencillo y claro además de sugerente, y fácil de expresar oralmente.

El mensaje radiofónico a través de los géneros periodísticos

Existen numerosos mensajes radiofónicos que no tienen finalidad informativa, sino que pretenden, fundamentalmente, el entretenimiento y la formación cultural de las audiencias. Tales mensajes recurren indefectiblemente a los mismos géneros que aquellos otros en los que se presenta la información de actualidad.

Por consiguiente, entendemos por género radiofónico las distintas formas de armonizar los elementos del mensaje radiofónico, de modo que la estructura resultante pueda ser reconocida como perteneciente

a una modalidad característica de la información y opinión radiofónicas.

Parafraseando a Martínez Albertos¹⁹⁰, puede decirse que la razón de ser de los géneros radiofónicos radica en el hecho de servir, en primer lugar como principio de orientación para el oyente, y secundariamente como criterio de clasificación para quienes elaboran los mensajes y para aquellos que posteriormente los estudian. Tradicionalmente se han venido clasificando los géneros radiofónicos asumiendo la terminología y la sistemática de los géneros característicos de los medios periodísticos escritos. Sin embargo, se hace necesario plantear esta cuestión desde la perspectiva particular de cada medio, puesto que el género se presenta con características peculiares y distintas según se trate de prensa, radio o televisión.

Como los contenidos de la radio son más variados y versátiles, esto obliga a analizar los géneros radiofónicos desde una perspectiva global atendiendo al conjunto de los mensajes difundidos y no sólo a aquellos programas de carácter informativo.

La primera distinción es la que se refiere a la distinción entre hechos y opiniones. Efectivamente, también los mensajes radiofónicos pueden reducirse al dualismo hechos-opiniones. Pero al analizar el conjunto de los mensajes radiofónicos, se observan dos fenómenos que no se presentan, al menos con tanta claridad, en los medios escritos:

1. Tendencia a mezclar noticias y comentarios que se produce en la radio con frecuencia.

187 MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis. *Curso General de Redacción Periodística*. Paraninfo, Madrid, 1992.

2. Poner límite a esta tendencia no resulta sencillo, aunque es importante que se intente.

Entre los motivos desencadenantes de esta tendencia podemos destacar:

A. La participación de la voz humana, que conlleva no sólo connotaciones dramáticas sino la inevitable carga subjetiva que se asienta en la locución.

B. El uso de la comunicación oral, de semántica distinta a la escrita y donde surgen con frecuencia expresiones y fórmulas coloquiales de ambigua interpretación.

C. El carácter irreversible del mensaje radiofónico puede inducir a pensar a aquellos que hablan ante el micrófono que lo que dicen tiene menos trascendencia y más leves consecuencias que lo que se manifiesta por escrito.

D. La radio no ofrece facilidad para separar formalmente hechos y opiniones. Mientras que la prensa dispone de abundantes recursos visuales para establecer con claridad esta distinción, en la radio ha de recurrirse a elementos sonoros arbitrarios, que, para el oyente son, por el carácter fugaz del sonido, más difíciles de aprehender, interpretar y recordar.

E. Los elementos no lingüísticos del mensaje radiofónico (música, efectos y silencios) introducen en la narración complementos más valorativos. Si el material gráfico que incorporan los medios impresos supone un elemento de valoración subjetiva de los hechos narrados,

Mucho más los son en la radio la música, los efectos y los silencios, ya que, por su naturaleza acústica, son portadores de bastante emotividad.

De lo expuesto se deduce que no es lo mismo escribir para la vista que para el oído. El oyente debe oír las frases de las informaciones al ritmo que le impone el locutor sin poder volver a escuchar lo que se le está diciendo. Es ésta la principal razón por la que en radio aparece un estilo periodístico muy particular. Se parte de la premisa de que todo lo que se transmite debe ser inteligible e interesante para el oyente y dicho como si se estuviera hablando frente a frente con él.

Estas características influyen notoriamente en cada uno de los géneros periodísticos existentes, entre los que destacamos los siguientes, a modo de resumen, y desarrollaremos en apartados posteriores.

6.2 La televisión

El periodismo televisado es un mensaje periodístico que utiliza como soporte de la información la imagen. No es más que la retransmisión de la información a través de un medio con unas características determinadas. Desde la aparición de la televisión, la información periodística siempre ha estado presente Pero la televisión tendrá unos factores propios que afectarán a la profesión periodística y a los valores informativos, en contraste con la contemplación de estos mismo valores en el periódico impreso o en la radio, como las

limitaciones de tiempo, la hora de emisión, el área de señal, los elementos visuales y el culto a la personalidad.

En nuestra comunicación procederemos a estudiar la forma de ejercer la profesión periodística en los informativos de televisión a través de sus aspectos redaccionales, así como el uso de los diferentes géneros periodísticos en que coinciden estos.

El periodismo televisado es un mensaje periodístico que utiliza como soporte de la información la imagen. No es más que la retransmisión de la información a través de un medio con unas características determinadas. Desde la aparición de la televisión, la información periodística siempre ha estado presente.

Pero la televisión tendrá unos factores propios que afectarán a la profesión periodística y a los valores informativos, en contraste con la contemplación de estos mismos valores en el periódico impreso o en la radio, como las limitaciones de tiempo, la hora de emisión, el área de señal, los elementos visuales y el culto a la personalidad.

Los dos últimos valores, en particular, introducen consideraciones que difieren notablemente de las referentes a otros medios. La imagen es uno de los factores más importantes a la hora de analizar la información periodística en televisión. Esta característica del mensaje informativo tiene un gran poder para generar una reacción emocional en la audiencia y, esta posibilidad, de generar una reacción emocional, constituye la principal diferencia entre la información en televisión y todas las demás informaciones.

Para Maury Green, "la imagen raras veces refiere toda la historia, debe ser completada por palabras" [\(1\)](#). Otra de las características de

la información televisiva es la variedad de códigos y subcódigos precisos para elaborar el mensaje. Los códigos básicos son: imágenes, sonidos musicales o ruidos y emisiones verbales. Sobre estos tres códigos básicos se diversifica posteriormente una verdadera constelación de subcódigos dependientes de ellos, como: subcódigo deontológico, estético, erótico, emotivo...

Todas estas características se podrán apreciar en los distintos géneros periodísticos que se emplean en televisión. La televisión informativa comprende diversos géneros, cada uno de ellos con parámetros muy definidos que imponen sus estilos en el registro y tratamiento de la imagen. El periodista debe acomodar su manera de hacer a las peculiaridades del medio.

Según Arias Ruiz, en su libro 'El mundo de la televisión', "La información, aquí en televisión, discurre esencialmente por los mismos cauces que en el resto de los medios informativos. Comprende así, la información pura, esto es, la simple transmisión de la noticia; la información más amplia, vista en cierto modo a través del temperamento de quien la obtiene y que suele debatirse, aparte de otras cuestiones entre la generalización o la especialización, el editorial o comentario de la noticia y las llamadas tribunas, ruedas o entrevistas de prensa, en las que se verifica el comentario del acontecimiento, seguido o intercalado de posiciones partidistas diferentes" [\(2\)](#).

Además de esta clasificación que hace Arias Ruiz, tradicionalmente se ha distinguido entre:

- Géneros periodísticos informativos: aquellos que tienen como objetivo primero la presentación de unos hechos, como es el caso de los telediarios de la mayoría de las cadenas en España.
- Géneros periodísticos de opinión: aquellos que sirven para exponer ideas o comentarios, como los que aparecen en los magazines de televisión.

Mariano Cebrián (3) distingue entre:

- A. Géneros referenciales: ofrecen la versión distanciada de los hechos. Hacen lo posible por eliminar la subjetividad.
- B. Géneros apelativos: exponen hechos, ideas u opiniones de personalidades, expertos y, en suma, de personas portadoras de información y de opiniones.

Martínez Albertos ha destacado que, mientras se desarrolla la investigación televisiva en torno al lenguaje expresivo, los estilos y los géneros del mensaje periodístico en prensa son válidos también para la radio y la televisión (4).

Y es que el escaso estudio de los géneros, sobre todo los informativos audiovisuales, ha estado excesivamente influido por el análisis de los géneros escritos. Se ha padecido un tratamiento mimético con la prensa desde las denominaciones hasta la configuración general y particular de cada uno.

Jesús González Requena ha destacado:

"Estos (los géneros) se mantienen perfectamente reconocibles, aumentando tan sólo la velocidad y la intensidad de su fragmentación

y combinación múltiple, lo que da lugar a nuevos tipos de programas" [\(5\)](#).

Resulta evidente que la sustancia de cada medio, de la información audiovisual en general, su lenguaje y sus enfoques, obligan a diferenciar unos géneros de otros. A este respecto, escribía Mariano Cebrián: "Los géneros informativos audiovisuales se enmarcan además en el conjunto de la configuración de programas que establecen los medios audiovisuales, particularmente la radio y la televisión" [\(6\)](#).

Al margen de los géneros, muy importantes en el proceso de creación de cualquier informativo, el periodista ocupa el lugar del guionista en la redacción de los textos de la información de actualidad, y también toma posesión de todos los cargos de responsabilidad de los servicios informativos, empezando por la dirección de los telediarios.

Tan sólo la realización es coto profesional del técnico de televisión. El telediario, por su periodicidad, es el género informativo más supeditado a la actualidad. La competencia con los otros medios, prensa y radio, le obliga a informar de todas las noticias importantes que salen por los teletipos, con imágenes, si es posible, o recurriendo a fotografías y a material de archivo. En última instancia, el presentador tiene que leer la información sin más recursos que los del lenguaje verbal y de su expresión facial, pues no se puede esperar a disponer de imágenes.

La puesta en antena de un telediario exige un auténtico equipo de redacción, pero con notables diferencias con los de prensa. Las tecnologías son muy distintas y condicionan profundamente la labor de

los periodistas. Lo que debe hacer un buen periodista para la televisión es lo que hace un buen periodista en cualquier otro medio. Pero las facultades que guían a la mayoría que emprenden una carrera en la profesión (tener olfato para las noticias, escepticismo innato, deseos de comunicar, etc.) deben ser contrarrestadas en el caso de los presentadores con las cualidades de una apariencia física agradable.

El buen periodista de televisión está preparado para conocer intuitivamente cómo debe reaccionar en situaciones que atraen por su sensibilidad y atención. Debe tener un sentido natural para el lenguaje y un instinto natural para poder utilizar la palabra justa en el momento adecuado.

Desde que aparecieron las televisiones privadas en 1989 se ha producido una lucha entre todas las cadenas (de cobertura nacional y cadenas autonómicas) para conseguir el liderazgo en los informativos. En un principio, Tele 5 se centraba en los espacios de entretenimiento, sin conceder prioridad a la información pero, desde 1992, esta situación ha ido cambiando y actualmente Tele 5 apuesta claramente por sus espacios informativos.

Antena 3 Televisión ha cambiado en la forma de realizar sus telediarios. Cuando comenzó la andadura de la cadena, destacaba la opinión y la crítica, mientras que actualmente la cadena lleva a cabo unos espacios más parecidos al resto de las cadenas. Esta es una primera característica a tener en cuenta: los informativos tienden a ser cada vez más parecidos, aunque cada uno presenta sus peculiaridades, como veremos a lo largo de este estudio.

TVE continúa en su estilo de siempre (no realiza cortes para la publicidad mientras se emite el telediario), aunque desde la aparición de las emisoras privadas y la competencia que esto supuso se han sucedido los cambios, en busca de continuar con el liderazgo en la audiencia. También habría que destacar que cada cadena autonómica posee informativos que son muy seguidos por el público en los temas referidos a su propia región, como El Diario de Canal Sur.

Los presentadores de los informativos estudiados, los de la noche, emitidos en 'prime time' de Antena 3 Televisión, Tele 5, TVE1 y Canal Plus, se presentan cada noche en los hogares españoles, por lo que son personajes familiares y representantes de la audiencia.

El periodista televisivo: un comunicador público

En los informativos estudiados, es fácilmente comprobable la gran atención que los espectadores prestan a los presentadores que habitualmente aparecen en televisión. Tanto es así, que el público se fija irremediabilmente tanto en la indumentaria de la presentadora, como en el contenido del programa.

Por ejemplo, Ana Blanco, Olga Viza o María Escario responden al "modelo" femenino de presentadora: discreta, agradable y clara. El vestuario está sumamente cuidado, porque una audiencia pendiente de una blusa de volantes, un escote muy pronunciado o una corbata llamativa con frecuencia distraen al espectador. Por eso es esencial que la indumentaria del reportero / presentador sea la apropiada para la ocasión.

Las ropas atrevidas quizás sean aceptables para un programa dirigido a los adolescentes, pero no serían apropiadas para las noticias de la noche. Hay que destacar que actualmente vivimos el fenómeno del presentador "estrella". Ya no vemos simplemente el telediario, sino que vemos el telediario de Sáenz de Buruaga, Luis Mariñas, etc. Las televisiones privadas han fomentado esta idea con periodistas como Olga Viza (Antena 3 Televisión), Carmen Tomás (Tele 5), José María Carrascal (Antena 3 Televisión), Rosa María Mateo (Antena 3 Televisión), Fernando Onega (Antena 3 Televisión), Luis Mariñas (Tele 5), etc.

Hay que señalar que los informativos de Canal + son más impersonales, en el sentido de que se ofrece la información, pero no se destaca la figura del periodista sobre lo demás. Es una cadena donde el presentador se muestra en una postura más anónima que en el resto de los espacios informativos.

La aparición de una persona en televisión estimula el culto a la personalidad. Este es un factor característico del periodismo en televisión, como dice Maury Green [\(7\)](#). El culto a la personalidad puede llevar al estrellato, a un cierto "status", ya que la fama en televisión está especialmente remunerada no sólo en honorarios, sino también con los valiosos contratos publicitarios y en otros medios de comunicación que conlleva. Este es el caso de presentadores que se deciden a hacer publicidad o que cambian a medios con mejores ofertas. Así, es fácil constatar la importancia que los presentadores y locutores tienen en los programas informativos.

La redacción periodística en los telediarios

Los informativos televisivos van dirigidos al público bastante heterogéneo y, por tanto, el principal objetivo debe ser contar las noticias en un lenguaje que sea: preciso, claro, sencillo, directo y neutral, un tipo de lenguaje para que el espectador se encuentre más cerca de lo ocurrido de inmediato, ya que no se puede volver atrás ni leer de nuevo la información como en los periódicos. Además, se debe tener en cuenta para la redacción el hecho de que el texto va acompañado de imágenes que explican y muestran cuestiones que ya no tienen que ser repetidas mediante palabras.

Tras estudiar el lenguaje en los informativos analizados todos coinciden en algunos aspectos:

- Narran las noticias con orden.
- Intentan utilizar frases cortas de una sola idea.
- No usan el estilo de lenguaje propio de los documentos oficiales.
- Evitan los dobles sentidos, las omisiones y lenguajes ambiguos.
- Evitan el abuso de frases hechas (aunque suelen aparecer algunas).
- Utilizan nombres genéricos en lugar de nombres comerciales.
- Evitan el uso de lenguaje sexista.

- Evitan las etiquetas políticas (aunque en algunos casos no queda más remedio que usarlas: "la derecha", "la izquierda", etc.

Cuando se trata de cantidades, se utilizan números redondos y se dejan los detalles numéricos para gráficos que acompañan a la situación.

En relación con el sonido, hay que tener en cuenta algunas cuestiones fundamentales:

1 - El periodista debe ver las imágenes y escuchar el sonido. Aunque los consejos técnicos y la colaboración del montador son esenciales, el profesional debe decidir cuándo o cuáles son las prioridades editoriales.

2 - Debe elegir las imágenes y el sonido más apropiado para la noticia que se quiere contar. Hay que prestar atención a cualquier detalle que pueda mejorar el texto e intentar realizar un buen guión.

3 - Es importante realizar una escaleta de planos de la versión final. La escaleta es la forma para conseguir que los planos estén bien montados y asegurarse que las voces y las imágenes van sincronizadas adecuadamente.

Hay algunos errores que hay que intentar evitar:

- Un error usual es intentar insertar más palabras que las que permitiría la duración de los planos. Otro error es escribir sin saber cuál es el contenido de las imágenes. Esto origina que se citen referencias detalladas de personas, lugares o sucesos que no aparecen, lo que con toda seguridad irritará al espectador, que espera

ver todo lo que ha sido descrito. Otro error se produce cuando se da un exceso de explicaciones detalladas de lo que la audiencia es capaz de ver por sí misma. También puede cometerse algún error al usar términos que sean imprecisos o inexactos.

El periodista de televisión debe redactar de distinta manera a un periodista de prensa, puesto que el lenguaje audiovisual es diferente. En cuanto a los informativos analizados, habría que considerar los siguientes aspectos:

*TVE 1: Hace uso de un lenguaje directo y sencillo, las frases son cortas para que el presentador no tenga dificultad y el espectador entienda sus sentidos rápidamente. El tono pausado de los presentadores son las bazas fundamentales de este informativo. Por ejemplo: "La huelga de Renfe sólo afectará a los usuarios los lunes, miércoles y viernes" [\(8\)](#).

*Antena 3 Televisión: El estilo redaccional de Antena 3 Televisión se basa en frases contundentes para impactar al espectador, como por ejemplo: "lo más desgarrador del suceso" [\(9\)](#). El tono sube especialmente cuando se trata de algún acontecimiento muy importante y se relaja cuando se anuncia el tiempo y la información deportiva.

* Tele 5: El informativo de Tele 5 se caracteriza en cuanto a la redacción, por frases muy cortas, al comienzo de la noticia, seguidas de frases explicativas para que el telespectador tenga una visión global de la cuestión. Tras cada bloque informativo se acude a la opinión del comentarista o del experto, según los casos. También había que destacar que la nota de humor nunca falta en este espacio

informativo, llegando a utilizarse un tono y un lenguaje más coloquial. Por ejemplo, "Ahí queda eso" [\(10\)](#).

* Canal +: En redacción se repiten las características relatadas anteriormente y que son comunes a todos los informativos estudiados. En este espacio se cuida mucho cada palabra que se emplea desde el principio hasta el final y se da más importancia a las imágenes acompañadas de voz en off. El rasgo más destacable es la pérdida de importancia en este informativo de la figura del presentador. Tanto es así que la información del tiempo no es relatada por una persona en el estudio, sino que está realizada por medio de un ordenador y con voz en off. Así, en redacción se tiende hacia nuevas formas de hacer información, un telediario, sin presentador "figura" o protagonista de los hechos, caracterizado por el relato de la actualidad de manera rápida y sin "florituras", es decir, información "directa al grano". Por ejemplo: "El presidente del Gobierno dice NO a la corrupción" [\(11\)](#).

Los géneros periodísticos

En cuanto a los géneros periodísticos más utilizados en estos informativos, además de las noticias, son: la entrevista, el reportaje y el comentario.

A. La entrevista.

El acto de entrevistar debe ser abordado con una planificación cuidadosa para que alcance sus propósitos. Es algo más que una simple rutina. En los telediarios analizados, habría que considerar que normalmente los de los canales privados introducen alguna entrevista con un personaje de actualidad. Este aspecto, sobre todo, es una

constante en el informativo de Tele 5 y de Antena 3 Televisión, menos frecuente en TVE 1 y algo excepcional en Canal +.

La primera regla para la realización de una entrevista no tiene nada que ver con la técnica periodística. Básicamente se resume en: "a quién se va a entrevistar y por qué". Algunos periodistas no preparan sus preguntas con antelación, prefieren improvisarlas y dejar que la entrevista siga su curso natural. En los informativos estudiados, los profesionales no siguen esta técnica, sino que, por el contrario, preparan su intervención. Podría decirse que las entrevistas en estos espacios se caracterizan por la espontaneidad.

Como características de las entrevistas incluidas en los informativos analizados podemos destacar:

- Se emiten en directo.
- Los presentadores intentan evitar la ambigüedad y procuran ser claros.
- Suelen realizar preguntas breves.
- Cuando el entrevistado contesta y hay que interrumpirle, se suele esperar a que se produzca una pausa natural.
- Los presentadores suelen ser decididos y directos.
- Las entrevistas no suelen pasar de seis o siete preguntas.
- El presentador del informativo debe intentar hacer la entrevista fluida.
- Conseguir lo mejor del tema como un deber hacia la audiencia.
- Evitar los errores gramaticales y de redacción que no pueden ser corregidos.

- Cubrir todos los puntos más relevantes antes de que la entrevista sobrepase la duración que se le había asignado.

Como hemos recogido anteriormente, los presentadores de Antena 3 y Tele5 son los que más entrevistas realizan en sus espacios a diferencia de los de TVE 1.

El entrevistado no suele facilitar la labor del profesional, sobre todo, los políticos que tienen gran habilidad para conducir la entrevista hacia su propio terreno. La mayoría de las entrevistas en directo en los informativos objeto de este análisis están protagonizadas por dos personas: el entrevistado y el entrevistador. El escenario se coloca de manera que estén, más o menos, uno enfrente del otro. La posición de la cámara es tal que el sujeto parece que habla tanto para el entrevistador como para la audiencia. También puede producirse el caso de que se entreviste a dos o más personas a la vez, pero esto no es frecuente en los informativos.

B. El reportaje.

El reportaje es una profundización que lleva consigo un análisis y una interpretación en la presentación y estudio de una cuestión que se aborda. El reportaje insiste en el qué, quién, cómo y porqué de los hechos más que en otras circunstancias.

En el reportaje, el periodista debe expresarse de manera sencilla para la cámara y a través de ésta llegar a los espectadores. Elegir el fondo adecuado es esencial para dar credibilidad y probar a los espectadores que los reportajes están realizados desde el lugar en que se desarrollan los acontecimientos.

Algunas apariciones en pantalla pueden ser realizadas si cuentan con el fondo adecuado que, como norma general, siempre es preferible antes que presentarse ante la audiencia en una localización anónima. Merece la pena, por tanto, tomarse el tiempo que sea necesario para investigar la colocación más apropiada.

Algunos servicios informativos de las televisiones prefieren que sus reporteros se sitúen en el centro de las imágenes mientras realizan el reportaje. Otros prefieren que se sitúe a un lado o a otro. En los telediarios estudiados, los corresponsales y enviados especiales suelen aparecer a un lado de la pantalla, aunque no es una regla fija y también puede aparecer en medio (pero no es lo normal).

La presencia del reportero en el lugar de los hechos, desde donde comenta la noticia, aporta veracidad a la información.

C. El comentario.

Los comentarios de opinión de los informativos suelen emitirse en directo. Antena 3 Televisión y Tele 5 han optado por incluir comentarios de personajes conocidos en sus informativos de máxima audiencia, emitidos a las 20.30 horas (Tele5) y a las 21.00 horas (Antena 3 Televisión). Normalmente, son comentarios relacionados con alguna de las noticias más importantes del día. Suponen una interpretación de las circunstancias, antecedentes y repercusiones previsibles, una contextualización de los hechos.

El texto de la investigadora Pastora Moreno¹⁸⁸ concluye:

El periodista que hace uso del lenguaje de la televisión no sólo cuenta

188 MORENO ESPINOSA, PASTORA M. Directora del Grupo de Investigación en Géneros Audiovisuales e Imágenes (EGAUDIM). Departamento de Periodismo II. Profesora de Redacción Periodística. Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.

con los elementos que le proporciona la lengua para comunicarse: el vocabulario, la sintaxis, etc., sino que también con el lenguaje visual de las imágenes. En la televisión la palabra pertenece a la imagen.

La primera cuestión que habría que destacar de nuestro estudio es que los telediarios de todas las cadenas tienden a ser cada vez más parecidos. En cuanto una emisora descubre un nuevo factor que incluir en el espacio de noticias para atraer audiencia y tiene éxito, todas las demás se apresuran a seguir sus pasos. La lucha por la audiencia es una constante de la televisión de los años 90 tanto en programas informativos como de otro tipo.

Todos los telediarios coinciden en los aspectos redaccionales, salvo algunas diferencias propias de cada canal. Las frases empleadas son breves y el lenguaje sencillo. Se utilizan palabras importantes en el primer párrafo de cada noticia y se repite lo fundamental para alejar las posibles dudas que le puedan quedar al espectador.

Es indudable que el mundo televisivo, como hemos constatado, precisa de un tipo de redacción propia, ya que cuenta con un elemento que llega a sobrepasar al sonido: la imagen. Las imágenes deben ser un elemento fundamental en todos los informativos televisivos que hay que cuidar y hay que procurar que tengan la mejor calidad en cada momento.

Por tanto, concluimos con que la función primordial de los informativos es profundizar a través de la palabra y la imagen en ciertos temas de relevancia pública, ordenando y componiendo acontecimientos hasta descubrir la esencia de los conflictos locales, regionales, nacionales o internacionales susceptibles de formar parte de un informativo en prime-time.

El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus medios audiovisuales

Alberto Joaquín Pacheco castro

Notas

- (1) **GREEN, M.:** *Periodismo en televisión*, Buenos Aires, Troquel, 1973.
- (2) **ARIAS RUIZ, A.:** *El mundo de la televisión*, Madrid, Guadarrama, 1981.
- (3) **CEBRIAN HERREROS, M.:** *Géneros Informativos audiovisuales*, Ciencia 3, Madrid, 1992.
- (4) **MARTINEZ ALBERTOS, J. L.:** *Curso general de redacción periodística*, Mitre, Barcelona, 1986.
- (5) **GONZALEZ REQUENA, J.:** *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Cátedra, Madrid, 1988.
- (6) **CEBRIAN HERREROS, M.:** *Fundamentos de teoría y técnica de la información audiovisual*, Alhambra, Madrid, 1983.
- (7) **GREEN, M.:** Op. cit. pág. 32.
- (8) **Telediario**, segunda edición. 11 de abril de 1994.
- (9) **Antena 3 noticias**. 21.00 horas. 6 de abril de 1994.
- (10) **Tele 5. Las noticias**. 5 de abril de 1994.
- (11) **Canal +, redacción**, 7 de abril de 1994.

En la década de 1930 el gran teórico de la psicología del arte, el alemán Rudolf Arnheim señaló en su libro –El cine como arte–, de manera profética, que la gente confunde el mundo generado por las sensaciones con el mundo creado por el pensamiento, y cree que ver es lo mismo que entender. Sin embargo, no es así. Y más aún: la creciente cantidad de imágenes que nos atacan constantemente, al contrario, limita la relación con la palabra hablada y escrita y, por consiguiente el dominio del pensamiento.

Arnheim también escribió, tiempo más tarde, que la televisión sería un examen para nuestra sabiduría: podría enriquecernos, creía, pero al mismo tiempo podría aletargarnos. Tenía razón, afirma el periodista Ryszard Kapuscinski. “Con mucha frecuencia encontramos personas que confunden ver con entender. Oímos, por ejemplo, a una pareja que discute: “No, querido, no tienes razón. Lo que dices es falso”. Y el otro responde: “¿Cómo que no tengo razón? ¡Si lo he visto en la televisión!”. Esta identificación, por lo general inconsciente, entre ver -

un acto de dominio de las sensaciones- y saber o entender actos del dominio del pensamiento- es un elemento básico en la manipulación de la gente, que la televisión sabe aprovechar. En la dictadura funciona la censura; en la democracia resulta más adecuada la manipulación. Y el blanco de esas agresiones siempre es el mismo: el hombre de la calle.

El escritor ilustra con el problema de la pobreza: “seguramente el más grande de los que se sufren en el planeta, terminada la guerra fría, y veamos cómo lo tratan las grandes redes de televisión. La primera manipulación llevada a cabo consiste en presentar la pobreza como uno de sus síntomas: el drama del hambre. Sabemos que dos terceras partes de la humanidad vive en la miseria provocada por una división injusta del mundo entre ricos y pobres; en cambio, el hambre aparece sólo de vez en cuando y en territorios aislados, porque suele ser un hecho de dimensión local que, además, con frecuencia cuenta con sus fuentes asociadas con cataclismos naturales como la sequía o las inundaciones, o provocados por el hambre, como los enfrentamientos y las guerras”.

Para combatir el hambre se envía a los territorios carenciados – abunda-, de manera masiva y mediante operaciones internacionales de gran envergadura los excedentes de alimentos de que disponen los países ricos. La televisión muestra esas operaciones de liquidación del hambre, como las que se realizaron en la década de 1990 en Sudán y Somalia, en sus coberturas espectaculares sobre el drama del hambre, pero sin decir siquiera una sola palabra sobre la necesidad de acabar la miseria global.

El segundo truco, puntualiza el autor de Los cinco sentidos del periodismo, que se aplica en la manipulación del tema de la miseria consiste en presentarla en determinados contextos, como programas de carácter etnográfico o turístico que muestran rincones exóticos – para las culturas que se consideran centrales- del mundo. Así, a la miseria se le identifica con el exotismo: tiene el valor de un hecho curioso, una característica de determinados lugares, casi una atracción turística. Estas imágenes de la miseria abundan particularmente en los canales de televisión especializados en viajes, como Discovery Channel.

En este contexto, el mensaje periodístico tiene su manifestación específica en los géneros periodísticos, hasta el punto de que durante mucho tiempo se ha llegado a considerar que la construcción de la actualidad se produce desde ellos, con ellos y gracias a ellos. Según Martínez Albertos, "podrían definirse los géneros periodísticos como las diferentes modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva.¹

Se refiere al periodista como un "operador semántico, o dicho de otro modo: la interpretación periodística de la realidad se expresa a través de una gama de modos y convenciones, que son los géneros periodísticos. Los códigos de la comunicación periodística, añade, se plasman así en unos estilos y géneros propios de un lenguaje que se diferencia claramente de otros tipos de lenguajes (el literario, el administrativo, etc.).

190 MARTINEZ ALBERTOS, J.L.: "Periodismo. Géneros", en obra colectiva *Gran Enciclopedia Rialp*, Madrid, 1974, Tomo XVIII. Vid también *Curso General... Op. Cit.*, p. 272.

Además de esto, los géneros periodísticos son géneros que reflejan el acontecer de un suceso y su interpretación, es decir, la información correspondiente y su comentario o valoración por parte del periodista. Para Javier del Rey "los géneros periodísticos serían como una red que el colectivo profesional de los periodistas lanza sobre eso que llamamos "el mundo", para racionalizarlo y explicarlo, y la teoría y sus categorías -la de que existen los géneros periodísticos, y la de que son éstos, y no cualesquiera otros-, expresarían ese esfuerzo para conseguir que la malla sea cada vez más fina".²

La distinción entre los diferentes tipos de géneros es una convención social. Javier del Rey afirma que la realidad no nos ofrece un editorial, una noticia, una crónica o un reportaje. La realidad es más modesta y se limita a estar ahí. Lo demás -la noticia, el reportaje, el editorial y la crónica- lo pone el medio para recoger la complejidad de lo que acontece y exponerlo a los receptores. Los géneros periodísticos producen orden y concierto en el material informativo, y avalan la legalidad de la comunicación.³

Los géneros periodísticos son el resultado de una lenta evolución histórica ligada a la evolución del mismo concepto de lo que se entiende por periodismo. A lo largo de la historia del periodismo cada uno de los géneros no ha tenido la importancia que en la actualidad nosotros le damos. La aparición histórica de los géneros periodísticos está estrechamente relacionada con las distintas etapas del periodismo en cuanto hecho cultural. Según el profesor Ángel Benito

¹⁹¹ DEL REY, J.: *Estatuto epistemológico de la redacción periodística*, en *Revista de Ciencias de la información*, vol. 5, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense, Madrid, 1988, p. 102.

¹⁹² DEL REY, J.: *Estatuto epistemológico*. Op. Cit., p. 116.

"en líneas generales puede afirmarse que el periodismo posterior a 1850 supone una serie de conquistas de primera magnitud: la conquista de todas las capas de la sociedad, de casi todos los países de la tierra y de todos los temas (...). El periodismo de este siglo largo -1850-1973- puede dividirse en tres etapas bien definidas. Periodismo ideológico, periodismo informativo y periodismo de explicación. Esta clasificación, que responde a los últimos estudios de prensa comparada realizados en el mundo, se funda en la consideración de los fines que en cada uno de estos tres períodos se han propuesto los profesionales de la información".⁴

Por tanto, Ángel Benito distingue en el periodismo a partir de 1850 tres etapas bien definidas:

A. El *periodismo ideológico* dura hasta el fin de la primera guerra mundial. Se caracteriza por ser un periodismo al servicio de ideas políticas y religiosas. Es un tipo de prensa con muy pocas informaciones y muchos comentarios, realizada sobre todo por literatos. En ella impera la opinión sobre la información y tienen importancia el artículo, el comentario y el ensayo.

B. El *periodismo informativo* aparece hacia 1870 y coexiste durante cierto tiempo con el periodismo ideológico. Se centra más en la narración o relato de los hechos que en las ideas, como la etapa anterior. Tienen más importancia los géneros informativos: la noticia, la crónica y el reportaje.

C. El *periodismo de explicación* aparece después de la segunda guerra mundial. Supone un reciclaje de las dos etapas anteriores,

193 BENITO, A.: *Teoría General de la Información: I. Introducción*, Madrid, 1973, p.71

motivado, sobre todo, por la aparición de la radio y la televisión y las consecuencias sociales que de ello se derivan. El periodismo de explicación aborda los hechos en profundidad y utiliza equilibradamente los géneros básicos, (relato y comentario), situándolos en una nueva perspectiva mediante la cual el lector encuentra los juicios de valor al lado de la narración de los hechos de forma inmediata. Pretende, por tanto, informar y crear opinión a la vez. Por consiguiente, de acuerdo con su forma discursiva, los géneros periodísticos pueden clasificarse en dos grupos:

1. Los que dan a conocer hechos, que utilizan la forma expositiva, descriptiva y narrativa.
2. Los que dan a conocer ideas, que usan fundamentalmente la forma argumentativa.

Esteban Morán Torres⁵ sostiene en su libro *Géneros del periodismo de opinión* que el género interpretativo tiene como elemento principal las ideas. En el periodismo de opinión el objetivo prioritario se centra en la implantación y mantenimiento de unos determinados principios.

La información en prensa escrita ha quedado en las últimas décadas desbordada por la instantaneidad que ofrecen los medios que aportan rapidez de transmisión. Si el éxito de la comunicación se basara exclusivamente en la rapidez de la transmisión de noticias, la prensa escrita sería ya del pasado. Pero los periódicos ofrecen una serie de ventajas de importancia sobre los medios audiovisuales, como la interpretación de los hechos y la explicación de las causas, antecedentes y consecuencias que puedan derivarse.

194 MORAN TORRES, E.: *Géneros del periodismo de opinión*. Eunsa, Pamplona, 198. p.10.

Morán Torres, asimismo, piensa que en el periodismo podemos encontrar dos vertientes principales: la interpretación (opinión) y la información. Y aunque es necesario realizar un gran esfuerzo para conseguir la máxima simplificación a la hora de clasificar los géneros periodísticos, este autor distingue cuatro géneros informativos y cuatro de opinión:

- Informativos: noticia, entrevista, crónica y reportaje.

- De opinión: artículo editorial, comentario, columna y crítica periodística.

Y reconoce que se trata de un ordenamiento discutible, pero que elimina una serie de ambigüedades y complicaciones que caracterizaban a los cuadros de géneros periodísticos que se han aplicado en determinadas obras de consulta.

Por su parte, Juan Gutiérrez Palacio mantiene en su obra *El comentario periodístico: los géneros persuasivos*⁶ que los géneros periodísticos son modos convencionales de captar y traducir la realidad. Las reglas por las que se rigen son bastante flexibles y admiten muchas variedades. Para él, lo fundamental es que cada uno cumple una función distinta y cubre un sector del amplio arco que va desde la noticia hasta el editorial. Destaca cuatro géneros periodísticos: información, reportaje, crónica y artículo o comentario, cada uno con su propia técnica de trabajo.

Por tanto, el número de géneros en cuestión, depende de los diferentes autores. Por nuestra parte, nosotros distinguimos: la noticia,

¹⁹⁶ GUTIERREZ PALACIO, J.: *Periodismo de opinión*. Paraninfo, Madrid, 1984. p. 99.

la entrevista, la crónica, el reportaje, el editorial, el artículo, la columna y la crítica.

En relación con la aparición de los géneros periodísticos en los medios audiovisuales (radio y televisión) se manifiesta una marcada influencia de los géneros escritos para la prensa. Prácticamente son una adecuación de los textos originales escritos, concebidos para ser considerados géneros periodísticos en el medio de prensa.

La adaptación de los géneros, para su difusión del medio impreso al audiovisual implica un complejo proceso de adecuación al lenguaje específico del medio en relación con el mensaje y con el receptor.

En lo que se refiere al lenguaje, para la difusión de los géneros periodísticos el medio impreso emplea la palabra escrita y la imagen fija (fotografías o caricaturas), mientras que la radio usa la palabra oral, la música y diversos ruidos. La televisión utiliza las imágenes fijas o en movimiento, además de los recursos empleados por la radio.

Hay que tener en cuenta que el lenguaje del periodismo radiofónico difiere del medio impreso en que los textos se escriben para la audición y no para la vista. Debe prestarse atención para no perder el interés del público, de modo que además de las características propias del lenguaje periodístico general, como la sencillez, claridad y precisión hay que añadir el cuidado en la pronunciación y la entonación del discurso.

En cuanto a los géneros periodísticos en la radio, de los géneros informativos, son las noticias las que más se usan, aunque también las crónicas entrevistas y reportajes.

Por lo que se refiere al periodismo de opinión en la radio adopta la forma de comentarios breves, editoriales cortos y críticas de arte, fundamentalmente, ya que su campo es limitado pues es complicado captar la atención del público para una reflexión larga que difícilmente se puede seguir con el oído.

En el medio de televisión el lenguaje tiene tres dimensiones: la palabra, la imagen y los sonidos. La característica esencial de la difusión televisiva es la imagen y su simultaneidad con el discurso. Ello le proporciona un nivel más emotivo que en los otros medios, ya que se dirige el mensaje al oído y a la vista: el periodista transmite la información y además ofrece imágenes que le proporcionan un conocimiento más completo del suceso, ya que lo tiene ante sí.

Puesto que es más fácil y conveniente a la relación emisor- receptor, predomina la difusión de géneros informativos sobre los géneros de opinión. La noticia, la crónica, la entrevista y el reportaje son los géneros más usados.

Al igual que la radio, el periodismo de opinión es menos frecuente. El comentario es el más usado, pero no tiene la estructura de un artículo de opinión, sino que complementa la información.

6.3 Legislación actual y marco jurídico en México

Durante muchos años, el sistema legal de la comunicación ha sido un costo para el periodismo ético, más que un incentivo. En una democracia se supone que deben coexistir reglas jurídicas mínimas con estándares éticos amplios en el quehacer periodístico, en un

esfuerzo de complementariedad. No ha sido el caso mexicano. Hay faltas de un lado, pero también del otro¹⁹⁷. En el ámbito legal, el panorama puede sintetizarse en los siguientes aspectos:

a) Ausencia de reglas de equidad y transparencia gubernamental. El uso del presupuesto público se ha aprovechado para promover que el medio dé gato por liebre al receptor. Si antes se podrían documentar casos de censura desde el poder público, hoy en cambio, el uso discrecional del erario pone en verdaderos aprietos a la inmensa mayoría de los medios si de ejercer el periodismo sin temas prohibidos se trata.

En efecto, no hay criterios objetivables y verificables a través de los cuales los gobiernos federal y estatales otorgan publicidad, razón por la cual puede presumirse -y así lo han denunciado medios como La Jornada de San Luis Potosí- la existencia de un criterio discriminatorio relacionado con la política editorial que premia o castiga. La promoción de la figura de la denominada "gacetilla" desde el poder es otra de las formas de desinformación de la sociedad. Como se sabe bien, la "gacetilla" es la publicidad disfrazada de información que afecta la percepción del receptor.

Es evidente que si un mensaje se envía bajo el formato de cobertura periodística con firma o no de reportero, tiene mayor impacto en los procesos de formación de la opinión pública. Si ese mensaje sale como publicidad identificable pura y dura su impacto es menor. La inserción de "gacetillas" no es una práctica ética, pero es, por

197 Tomado de la síntesis del plan de estudios en materia de Régimen Jurídico de los Medios de Comunicación en México. **Colegio de Comunicación y Periodismo**. Cancún, Quintana Roo. 2012.

desgracia, legal (por lo menos en nuestro derecho legislado) por omisión.

b) Existencia de los delitos de prensa.

c) La existencia de agravios al periodismo como parte del marco del fuero común. En una democracia federada esta afirmación podría resultar una herejía. No es el caso de México. Paradójicamente, la emergencia del federalismo como consecuencia del debilitamiento de la figura presidencial no ha traído consigo democracia; antes bien, autoritarismo y retroceso son manifestaciones claras por lo que al periodismo se refiere.

Por el lado de la prensa, las cosas no están del todo claras. Hay problemas, por lo menos de información, sobre la actuación de los medios que tiene una vertiente de naturaleza ética. En este sentido, cabría identificar al menos dos faltas:

a) La prensa mexicana no habla sobre cuestiones básicas de sí misma. Hay tres razones por las cuales la debería informar: i) para honrar el derecho a la información de la ciudadanía con datos claros, precisos y verificables. Aquí, de nuevo, etcétera habla de cuánto recibe de publicidad con cargo al erario de la administración pública federal, de manera periódica en sus propias páginas. No tiene obligación legal de hacerlo; se trata de una convicción ética. No hay, por desgracia, muchos medios que sigan esa ruta de la transparencia publicitaria; ii) para normar la toma de decisiones de las agencias de publicidad al definir población objetivo e impacto real desglosado, y iii)

para coadyuvar a la credibilidad mediática a través de la transparencia informativa.

En muchos casos, el seguimiento cuantitativo va aunado a ejercicios cualitativos con los denominados Publisher's statement o informes de editores.

Por otro lado, ¿bajo qué criterios se desarrolla la cobertura mediática? No hay reglas claras, previsibles, que indiquen qué motiva la cobertura informativa. Es lógico que no todo hecho de interés público (dando por sentado que hubiera un criterio universal sobre el concepto de interés público relacionado con aquello que a la persona le permite ejercer un derecho o cumplir alguna obligación en el más amplio sentido de la expresión) tiene cabida en un medio. Por necesidades de espacio, deben tomarse decisiones para dar prioridad a una nota sobre otra. Ello es entendible y no hay duda. La cuestión, es cómo el editor ejerce ese proceso de selección, bajo qué rubros o criterios son calificados los hechos que tienen espacio y mayor o menor relevancia en el medio. Este aspecto es poco abordado y no se trata de una cuestión menor; antes bien, es importante para el público saber cómo se procesa la toma de decisiones para informar.

Una democracia informativa requiere cambios del marco jurídico al mismo tiempo que de la propia prensa. Por lo que se refiere al aspecto legal, baste decir que es necesario reformar todo aquello que hoy en día inhibe el ejercicio de las libertades informativas y, particularmente, el periodismo de calidad: reglamentar la publicidad oficial, despenalizar los delitos de prensa, normar claramente que por la vía civil las reparaciones del honor y/o la vida privada no se traduzcan en

pesos y centavos, sino en resarcimientos a través del propio medio. Por cuanto hace al periodismo que se ha practicado y que se sigue practicando, habría que decir que el medio no tiene como finalidad última que el periodista ejerza la libertad de expresión y/o la libertad de información, sino satisfacer un derecho superior, el de la persona a estar informada de hechos de interés público, aunque esto pudiera parecer poesía para algunos que piensan que el periodismo es sólo una cuestión de pesos y centavos.

En el ámbito profesional, las libertades informativas son derechos adjetivos y el derecho a la información es el sustantivo. Por esta razón, los retos del periodismo pasan, por los siguientes desafíos: traducir en acto los compromisos de la ética relacionados con la información básica que se puede esperar del medio.

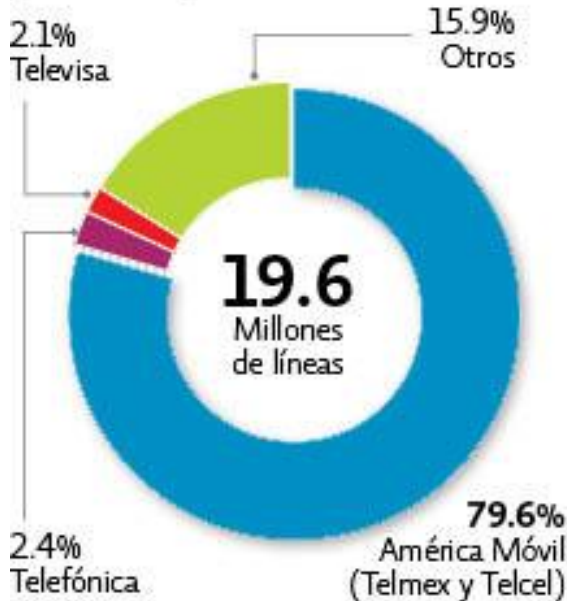
Los compromisos del medio no deben presumirse, sino clarificarse, de suerte que se puedan confrontar con el producto diario. En otras palabras, que haya un código ético, principios que permitan al público saber cómo va a trabajar el medio (o de plano no lo va a hacer) por razones de política editorial.

Los medios de medios son esporádicos y excepción en México. Ojalá lo sean menos, porque de ellos depende, en buena medida, que los contenidos de calidad y la exigencia de su tratamiento sean una práctica de contagio democrático que ahora no tiene carta de naturalización en México.

PARTICIPACIÓN DE LOS OPERADORES DE TELECOMUNICACIONES EN MÉXICO 2012

Telefonía fija

(PORCENTAJE)



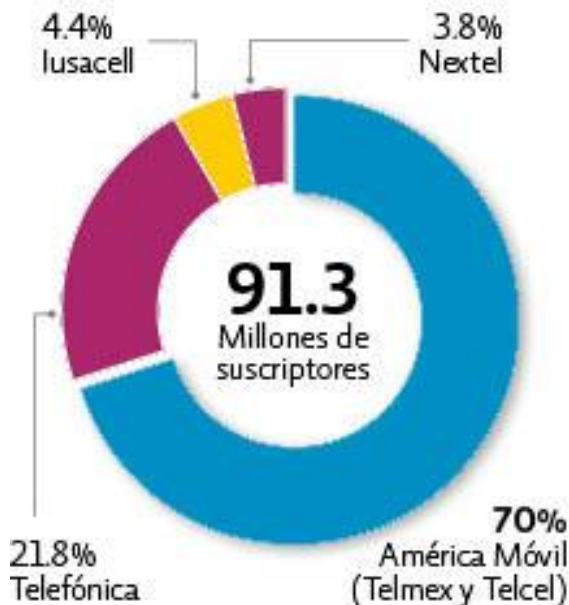
TV de paga

(PORCENTAJE)



Telefonía móvil

(PORCENTAJE)



Internet fijo

(PORCENTAJE)

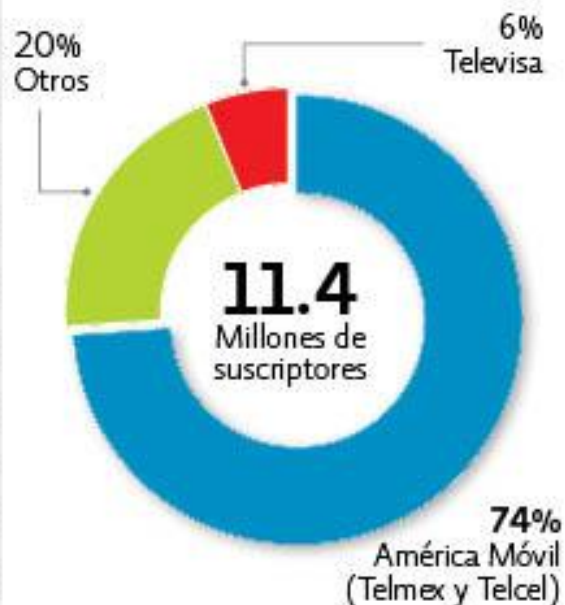


GRÁFICO EE: JUAN RAMÓN MÁRQUEZ.

Cuadro 2. Operadores de Telecomunicaciones antes de la nueva Ley Federal en el sector.

6.4 Nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión

El regreso del PRI a la presidencia de la República, luego de 12 años de alternancia política, será recordado por varias generaciones a futuro, debido a las reformas que se promovieron y aprobaron durante los primeros 18 meses de gobierno de Enrique Peña Nieto. La aprobación de la reforma laboral, en telecomunicaciones, financiera, hacendaria, energética, político–electoral y educativa, fueron causa de críticas y descontento social, que en su mayoría, se vio reflejado en las calles debido a las manifestaciones por parte de sectores políticos y sociales que estuvieron en contra de las minutas enviadas por el jefe del ejecutivo.

Sin duda alguna, cada sector afectado directamente por cada una de las iniciativas, generaron controversia, como en el caso de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, que causó polémica, tanto en los sectores empresariales como el grupo que encabezó el empresario mexicano Carlos Slim, como en la sociedad debido a que en un principio promovía el control de las redes de internet. Sin embargo, antes de desarrollar el tema, analizaremos un cuadro que realizó Rosalba Mancinas, donde se anotan los acontecimientos importantes en materia de comunicación en México entre 1917 y 2007.

1917	Ley de imprenta
1960	Ley federal de radio y televisión (LFRTV)

1969	Reglamento de la LFRTV, se establece un 12% de impuesto a los medios electrónicos que han de pagar en especie, es decir, en tiempo aire.
1980	Intento de cambiar la LFRTV
1991	Privatización de la empresa Teléfonos de México (Telmex)
1992	Se decreta la Ley Federal de Cinematografía
1993	Modificaciones a la reglamentación de la televisión por cable
1993	Venta de la red Imevisión, canales 7 y 2013 al grupo encabezado por Ricardo Salinas
1993	Lanzamiento y puesta en órbita del satélite Solidaridad I

1994	Lanzamiento y puesta en órbita del satélite Solidaridad II
1995	Se decreta la Ley Federal de Telecomunicaciones
1997	Surge SATMEX, empresa estatal derivada de la Sección de Servicios Fijos Satelitales Telecomm
1997	Principia y LorelSpace&Communications adquiere 75 por ciento de Satmex. El gobierno, con el 25 por ciento de la participación, se queda sin derecho a voto en el consejo de administración
1997	Ley "Mordaza"
1998	Se decreta la Ley Federal de Cinematografía
2000	Se decreta la creación del canal del congreso
2000	

	Se decreta el reglamento de Servicio de Televisión y Audio Restringidos
2000	Se decreta el reglamento de la Televisión Vía Satélite
2001	Consulta para la reforma integral de los medios de comunicación
2001	Reformas a la Ley de cinematografía
2002	Modifican el reglamento de radio y televisión. (“Decretazo”). Se elimina el 12.5 por ciento de impuestos en especie que pagaban los medios electrónicos
2004	Se decreta un acuerdo por el cual se adopta un Estándar Tecnológico de Televisión Digital Terrestre y se establece una Política para la Transición a la Televisión Digital Terrestre en México.
2006	Anteproyecto de modificación a la LFRTV

2006	Se decreta la entrada del Canal Judicial de la Federación
2006	La cámara de diputados aprueba una modificación a la LFRTV totalmente diferente al anteproyecto que se venía discutiendo. Se le denomina “Ley Televisa”, por la participación y los beneficios que la empresa obtuvo
2007	La Suprema Corte de Justicia de la Nación declara inconstitucional la “Ley Televisa”
2007	Reforma electoral

Cuadro 3. Fuente: **Mancinas, Rosalba.** *El poder mediático en México, relaciones entre economía, política y medios de comunicación.* 2008. Pág. 174-175.

Como podemos ver desde la promulgación de la Ley Federal de Radio y Telecomunicaciones sólo se modificó en 2 ocasiones antes de 2007, y en ambas hubo controversia y claro oscuros durante su promulgación, aún más en el 2006, cuando a la LFRTV se le denominó “Ley Televisa” debido a la influencia directa de la empresa antes y durante de la promulgación de la ley.

Lo único que tuvo parcialmente el Estado en este periodo histórico fue la introducción de algunas transformaciones leves o secundarias, como la reglamentación para ofrecer servicios de telecomunicaciones, el parche en algunas realidades jurídicas menores de la radiodifusión, la protección parcial a los comunicadores, la precisión jurídica para incorporar nuevas tecnologías, la difusión de temáticas novedosas, la inclusión de un débil “Derecho de Réplica”, y otras que no modificaron democráticamente la médula de la estructura monopólica y autoritaria del sistema de comunicación nacional.¹⁹⁸

El 11 de abril de 2006, la Cámara de Diputados aprobó, en un lapso de 7 minutos y sin lectura previa, la Ley Federal de Radiodifusión y Telecomunicaciones. La ley fue ratificada por el Senado. Esta manera de avalar una reforma generó descontento en académicos, periodistas, investigadores y sectores de la sociedad quienes por varios años promovieron, analizaron y debatieron reformas en búsqueda de una ley que generar apertura y libertad en el sector de las comunicaciones en México. Paradójicamente, después de años de espera y de lucha de la sociedad civil por reformar el marco normativo de la radiodifusión nacional, lo que se obtuvo con la aprobación de la “Ley televisa” en el 2006, fue el mayor retroceso político, social, cultural, democrático, educativo e informativo de toda la historia de la comunicación nacional.¹⁹⁹

198 Esteinou Madrid, Javier y Alva de la Selva, Alma Rosa. *El espíritu de la “Ley Televisa” no ha muerto*. En: Esteinou Madrid, Javier et al. *La “Ley Televisa” y la lucha por el poder en México*. México 2009. Pag.12.

199 Ibem, Op. Cit. p. 17.

Esteinou Madrid asegura que de este modo emergió en México un marco jurídico comunicativo desigual, regido por la lógica de la acumulación salvaje, que protege a los monopolios privados de la comunicación masiva. Es por eso que Televisa salió beneficiada y lo logró con la ayuda de Bernardo Gómez²⁰⁰ quien fuera el artífice y principal actor en las reformas a la ley de radio y televisión, que se había mantenido sin cambios desde 1960 y que tuvo como objetivo que el duopolio de Televisa y Tv Azteca siguiera por varias décadas más. Sin embargo, en 2007 la LFRTV fue declarada inconstitucional por la Suprema Corte de Justicia de la Nación.

En Televisa están furiosos por el resolutivo de la Corte porque se les cayó uno de los más ambiciosos planes de negocios que habían diseñado para una buena parte del siglo que inicia. Pero lo que más molesta a los "mandones" de Chapultepec 18 -porque si bien perdieron en la Corte no se han dado por vencidos- es que a la derrota política, social y mediática que sufrieron, se suma el desprestigio público de "la compañía", ya que si Televisa era vista como la fuente de una buena parte de los males del país -por el llamado Círculo Rojo-, luego del lance con la llamada ley Televisa se generalizó entre amplios sectores sociales la imagen de que la televisora es una suerte de manantial de donde brotan toda clase de perversiones políticas y sociales. Y ese asunto, el de la imagen, no es menor para un grupo como Televisa, ya que se traduce en dinero, en mucho dinero.²⁰¹

200 En la actualidad es Vicepresidente Ejecutivo de Grupo Televisa, y es responsable de los contenidos de Noticieros Televisa, el área informativa de la empresa, así como de las relaciones del consorcio con los gobiernos, los partidos políticos, y los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial de México.

201 Alemán, R. (10 de Junio de 2007). El Universal. Recuperado el 10 de Julio de 2014, de El Universal : <http://www.eluniversal.com.mx/columnas/65636.html>

La LFRTV, en 2006 propuso, según Rosalba Mancinas, que:

- En lo partículas se eliminaba la asignación directa de las concesiones por parte del Estado, y se establecían candados para evitar monopolios, al imponer a un operador un tope máximo de 35 por ciento del total de la cobertura o de ingresos del sector en la plaza.
- Los partidos políticos contratarían su propaganda directa con los medios, en este caso sería el Instituto Federal Electoral encargado de ello. La equidad y el favoritismo en la propaganda se garantizaban de esta manera.
- Por último, desaparecían las distintas instituciones reguladoras de los medios actuales (Comisión Federal de Telecomunicaciones COFECO) para dar lugar a un Consejo Nacional de Telecomunicaciones, con el mato claro de evitar monopolios y regular las disputas en el sector. Dicho consejo estaría integrando por ciudadanos reconocidos, cuyo nombramiento, y duración trascendería los tiempos del cambio de gobierno.²⁰²

El 2014 volvió a causar controversia el tema de telecomunicaciones, debido a que ese tema entró en las propuestas para su modificación. El gobierno de Enrique Peña impulsó cambios, que en su mayoría tentaron con la libertad de expresión en el país. Pero hubo un factor que logró que dichas propuestas se establezcan con mayor facilidad: El Pacto por México. Este acuerdo firmado el 2 de diciembre de 2012, un día después de la toma de posesión de Enrique Peña Nieto, se

202 Mancinas, Rosalba. *El poder mediático en México, relaciones entre economía, política y medios de comunicación*. 2008. Pag.167.

llevó al cabo en el Castillo de Chapultepec en la Ciudad de México por el Presidente de la República, Enrique Peña Nieto; Gustavo Madero Muñoz, Presidente del Partido Acción Nacional; Cristina Díaz Salazar, Presidenta Interina del Partido Revolucionario Institucional; y Jesús Zambrano Grijalva, Presidente del Partido de la Revolución Democrática.

El pacto por México estableció en materia de telecomunicaciones lo siguiente:

1. El fortalecimiento de los derechos vinculados con la libertad de expresión e información y el establecimiento del derecho al acceso a las tecnologías de la información y la comunicación, y a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluida la banda ancha.
2. La adopción de las medidas de fomento a la competencia en televisión abierta y restringida, radio, telefonía fija y móvil, servicios de datos y telecomunicaciones en general, para asegurar la competencia efectiva en todos los segmentos.
3. La generación de condiciones para incrementar sustantivamente la infraestructura y la obligación de hacer más eficiente su uso, lo cual tiene un impacto directo en la caída de los precios y en el aumento de la calidad de los servicios.

Por su parte el documento con las reformas secundarias en materia de telecomunicaciones, enviado el 23 de marzo del 2014, por el Presidente Enrique Peña Nieto a la Cámara Alta, establece que:

- Derecho al acceso a las tecnologías de la información y servicios de radiodifusión y telecomunicaciones incluidos a la banda ancha. En él se adicionan el párrafo tercero en el artículo sexto de la constitución política de los estados unidos mexicanos, que “el estado establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios”.
- Además el mandato para que la ley establezca un órgano público con autonomía, técnica operativa de gestión y dirección. *(El presidente será designado por el ejecutivo federal con voto de dos terceras partes de la cámara de senadores, y los 7 comisionados serán elegidos por el Banco de México, Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, por cada vacante se le enviara al ejecutivo 3 o 5 posibles representantes, y el senado aprobará al optimo con dos terceras partes de aceptación).*
- Creación de la Comisión Federal de Competencia Económica y del Instituto Federal de Telecomunicaciones, según la minuta son “organismos constitucionales autónomos”.
- El Instituto Federal de Telecomunicaciones tendrá las facultades: de regulación, promoción, supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radiofónico.
- Prohíbe la transmisión de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa.
- Inversión extranjera, podrán participar hasta con un 49 por ciento inversión directa hasta el 100 por ciento telecomunicaciones y

comunicaciones vía satélite. Mientras que la inversión será de 49 por ciento en radio difusión.

- Televisiones digitales terrestres tendrán acceso a decodificadores digitales el 31 de diciembre de 2015.
- Licitación de dos cadenas de televisión abierta.
- Y como parte de la política de inclusión digital y plan nacional de desarrollo, se establece que el 70 por ciento de los hogares acceso a internet 85 por ciento las pequeñas y medianas empresas.

Cómo los medios masivos de comunicación se convierten en el primer gran poder ideológico cotidiano es sumamente importante efectuar una reforma del estado en materia de información y cultura colectiva que oriente y supervise ética y jurídicamente funcionamiento público de las industrias culturales.²⁰³

Luego de varios meses de retraso para el debate y votación sobre esta Ley, la Cámara de Senadores entró en sesión extraordinaria, durante el mundial de futbol situación que causo especulaciones sobre la supuesta aprobación de la Ley mientras la población “estaba distraída” viendo los partidos, sin embargo fue hasta la madrugada del sábado 5 de julio cuando los representantes de la Cámara Alta aprobaron en lo particular la LFRTV, pero fue hasta las 9:40 de la noche que el dictamen en lo general se aprobó a las con 80 votos a favor y 37 en contra.

203 Mancinas, Rosalba. *Op. Cit.* p. 154.

Tres días después y con 340 votos a favor, 120 en contra y una abstención, y alrededor de las 17:00 horas del martes 8 de julio, el pleno de la Cámara de Diputados aprobó en lo general el dictamen de legislación secundaria en materia de telecomunicaciones y radiodifusión. Ya aprobada la LFTR el 9 de julio el presidente de la república promulgó la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

CNN en español ofreció 20 puntos para entender, a grandes rasgos la ley promulgada, donde se lee que:

1. Preponderancia

La legislación establece que el órgano regulador, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), declarará la preponderancia de una empresa por sector (radiodifusión y telecomunicaciones) y no por servicios (radio, televisión abierta, telefonía fija y móvil, internet y televisión restringida).

Al establecer la preponderancia por sector y no por servicio, la empresa beneficiada es Televisa ya que se cataloga como preponderante en radiodifusión y no en telecomunicaciones; y por el contrario, las empresas Telmex y Telcel de Carlos Slim son catalogadas como preponderantes, lo que los obliga a vender parte de sus acciones.

2. Tarifas de interconexión

Cuando el IFT determine que haya una empresa preponderante en algún sector, podrá imponerle medidas para restringir su control del mercado y evitar que incurra en prácticas monopólicas.

De nuevo el empresario Carlos Slim es afectado, sin embargo trae beneficios a los usuarios, ya que la ley contempla que el instituto prohíba al preponderante cobrar a los otros concesionarios por las llamadas fijas o móviles que terminen en su red.

3. Las nuevas cadenas de tv

Con la reforma constitucional se estableció que el Estado tendrá que licitar concesiones para dos nuevas cadenas de televisión abierta. La legislación secundaria indica que, durante su creación, esas nuevas cadenas podrán tener acceso a la infraestructura del preponderante en radiodifusión —es decir, Televisa— para poder transmitir. Este punto se agregó al documento poco antes de que fuera votado en el Senado.

4. Faltas y sanciones

La legislación establece los tipos de faltas en los que podría caer un concesionario, así como a qué autoridad corresponderá aplicarlas. Si son violaciones a los derechos de los usuarios —como cobros indebidos—, serán responsabilidad de la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco); si son violaciones en materia de contenidos audiovisuales o transmisiones en tiempos del Estado, serán facultad de la Secretaría de Gobernación (Segó); y, si son violaciones a normas de competencia, serán del IFT.

Este punto es peculiar debido a que el gobierno regulará los contenidos y no será, como se establecía en un principio, el IFT un órgano regulador y autónomo.

5. El IFT

El instituto será el regulador de todo el sector y entre sus principales responsabilidades estarán el otorgamiento de concesiones y la declaratoria de preponderancia. También tendrá facultades para supervisar contenidos audiovisuales, aunque los legisladores que se opusieron a la legislación criticaron que no se le diera poder para imponer sanciones, sino que esto quedara en la Segó. Otra tarea que recaerá en la secretaría, y no en el IFT, será la clasificación de los programas de radio y televisión.

6. Cobros por larga distancia

Dentro de la legislación se estableció que las empresas de telefonía no podrán cobrar cuotas especiales en llamadas de larga distancia nacional, fija o móvil, a partir del 1 de enero de 2015.

7. Portabilidad

La legislación también obliga a que las empresas de telefonía garanticen la portabilidad de números telefónicos de forma gratuita, es decir, que un usuario pueda conservar su número independientemente de la compañía con la cual contrate el servicio.

8. Televisión digital

El documento aprobado establece que la fecha límite para que concluya la transición de televisión analógica a digital es el 31 de diciembre de 2015. La iniciativa presidencial había generado controversia, pues planteaba que algunas emisoras tuvieran de plazo hasta 2017.

9. ¿Más tiempo para la publicidad?

La legislación señala que los concesionarios de radio y televisión comercial deben mantener un "equilibrio" entre su programación y la publicidad que transmiten. Las estaciones de radio tendrán derecho a destinar a publicidad hasta 40% de su tiempo total de transmisión (24 minutos por hora). Los canales de televisión podrán destinar hasta 18% (11 minutos por hora).

Raúl Trejo Delibrare en la página web de la revista Letras Libres, al llevar estas disposiciones a una ley y establecer que la contabilidad de ese tiempo será "por día", se abre la puerta para que las emisoras transmitan más publicidad en los horarios de mayor audiencia.

10. Medios con códigos de ética

La legislación incluye un apartado con derechos de las audiencias, entre los que están recibir contenidos que respeten los derechos humanos y en los que se distinga entre programación y publicidad, así como entre información y opinión. Para ello, la normatividad obliga a que todos los concesionarios de radio y televisión elaboren códigos de ética apegados a los criterios que defina el IFT.

11. Defensores de audiencias

Dentro del mismo apartado sobre derechos de las audiencias se contempla que los concesionarios tengan un defensor de la audiencia, es decir, una persona responsable de recibir y atender las quejas de televidentes o radioescuchas. Según la legislación, el defensor de la audiencia actuará con "criterios de imparcialidad e independencia" y tendrá un plazo de 20 días hábiles para responder a una queja.

12. Derechos de personas con discapacidad

Organizaciones civiles, activistas y algunos legisladores pugnaron para que este tema se incluyera en la legislación, pues la iniciativa presidencial no lo contemplaba. Al final, lograron que se estableciera que al menos uno de los noticiarios con mayor audiencia a nivel nacional tenga subtítulos y traducción en lengua a señas. Además, en los tres años que sigan a la entrada en vigor de la normatividad, todos los concesionarios con cobertura mayor a 50% del país tendrán que incluir subtítulos o traducción en lengua a señas en toda su programación transmitida de las 6:00 a las 00:00 horas.

13. Censura en la red

Dentro del apartado de neutralidad de la red, una de las propuestas presidenciales que generó mayor polémica fue la de abrir la posibilidad de que la autoridad ordenara a un concesionario bloquear contenidos en internet. Luego de las protestas de legisladores, expertos y activistas, este punto fue retirado del documento.

14. Bloqueo de señales

Otra propuesta presidencial controvertida fue la de permitir el bloqueo de señales en lugares o momentos descritos como críticos para la seguridad pública o nacional. Después de las negociaciones entre bancadas se acordó que el bloqueo de señales se limitara a los centros penitenciarios y sus entornos, y "cuando así lo instruya la autoridad competente para hacer cesar la comisión de delitos".

En ningún apartado se establece bajo qué condiciones, ni métodos y autoridades serán las encargadas de llevar al cabo esta medida establecida en la Ley.

15.Registro de comunicaciones

Una de las propuestas presidenciales que causaron polémica y sí prevalecieron fue la de obligar a los concesionarios de telefonía a llevar un registro de las comunicaciones de sus usuarios. Según la ley, ese registro debe contener estos datos: nombre y domicilio del suscriptor; tipo de comunicación (voz, conferencia, datos); número de destino; fecha, hora y duración de la comunicación, y características del equipo usado. Las empresas estarán obligadas a conservar esos registros durante dos años: en el primero, la autoridad podrá consultarlos en un sistema en tiempo real; en el segundo, tendrá pedir al concesionario que le dé acceso.

Para la organización Artículo 19, estas medidas son contrarias a los derechos humanos porque dan pie a una "vigilancia masiva".

16.Intervención y geolocalización

La legislación también contempla que las comunicaciones privadas puedan ser intervenidas por razones de seguridad y justicia, siempre y cuando sea por orden de un juez. Asimismo, se prevé que la autoridad pueda pedir a un concesionario que localice en tiempo real un teléfono celular, incluso sin mandato judicial, si está vinculado con delitos contra la salud, secuestros o extorsiones y corre peligro la vida de la víctima, según lo marca el Código Nacional de Procedimientos Penales.

17. Nuevo organismo de medios públicos

Con la legislación se crea un nuevo organismo federal, llamado Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, que deberá coordinarse con los medios públicos federales existentes y tramitar más concesiones, con el propósito de difundir "información imparcial, objetiva, oportuna y veraz", así como de dar espacios a la producción independiente y a la pluralidad de ideas.

El nuevo sistema será dirigido por una junta de gobierno, a su vez integrada por un presidente —propuesto por el Ejecutivo federal y ratificado por el Senado—, tres representantes de un consejo ciudadano y uno de las secretarías de Gobernación, Educación y Salud.

18. Financiamiento a medios públicos

Durante la negociación de la normatividad, especialistas y algunos legisladores pidieron que se modificaran las reglas de financiamiento de los medios públicos, para permitirles comercializar más espacios para aumentar sus ingresos. Sin embargo, la propuesta finalmente fue rechazada y se estableció que la principal fuente de recursos de estos medios será el presupuesto del erario, y que sólo podrán ofrecer a patrocinadores espacios de cinco segundos en un formato claramente diferenciado del de un comercial.

En Cancún, Quintana Roo, como ejemplo, medios de comunicación como Sipse Noticias, difundieron información acerca de este apartado. Fijó su postura en contra debido a que

el negocio de la televisoras (y radiodifusoras) concesionadas es la venta comercial, y al promulgar el gobierno federal que las radios permisionadas puedan comercializar su espacio, estarían afectado los intereses económicos de las primera, debido al alto costo que pagan por el espectro radioeléctrico.

19. Medios sociales

Organizaciones civiles y algunos legisladores también pidieron que se ampliaran las facultades para que los medios sociales — comunitarios e indígenas— comercialicen espacios y puedan generar más ingresos por publicidad. Podrán venderlos, aunque sólo a dependencias federales, estatales o municipales, que únicamente podrán destinar a ese fin 1% de sus respectivos presupuestos para comunicación social.

Además, la ley establece que, en FM, se les reservará la banda que va de los 88 a los 108 MHz, y en AM, la que va de los 1,605 a los 1,705 KHz, espectros que algunos especialistas consideraron insuficientes.

20. Productores independientes

Quienes votaron en contra de la legislación argumentan también que no promoverá la producción nacional independiente, pues únicamente señala que "el Ejecutivo federal impulsará medidas de financiamiento para estos sectores".

En cambio, quienes respaldaron el documento afirman que sí lo hará, a través de incentivos como permitir que un concesionario de radio o televisión comercial aumente hasta en 5% su tiempo para espacios publicitarios, si destina una quinta parte de su

programación a obras de productores independientes. Uno de los investigadores en el área de comunicación en México, que fue participe activo en medios por internet y tradicionales, fue Raúl Trejo Delibrare, quien aseguro que:

“La iniciativa de Peña Nieto incluyó normas regresivas como las que acentúan la presencia del gobierno en el control de los medios de comunicación. La supervisión de contenidos en televisión y radio, pero además el establecimiento de las reglas para publicidad, clasificación de programas y supervisión de mensajes engañosos, entre otros temas, estarían a cargo de la Secretaría de Gobernación”²⁰⁴

La tecnología, y la sociedad de la información, fueron factores importantes para que se llevara al cabo esta reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, que era necesaria. Sin embargo, lo intereses políticos y empresariales en el país son un elemento que impiden una transición a la modernidad en esta área, debido a que aún se quiere ejercer el control sobre las audiencias, que en pleno siglo 21, ya no deben catalogarse así, ya que son actores importantes en una comunicación que ha pasado de ser vertical a una horizontal, rompiendo paradigmas que aún no quiere comprende la élite de “control”.

²⁰⁴ **Trejo Delibrare, R.** (Mayo de 2014). *Ley Telecom en litigio*. Recuperado el 15 de Julio de 2014, de Letras Libres : <http://www.letraslibres.com/revista/letrillas/ley-telecom-en-litigio#footnote-28532-1-backlink>

PARTE V. ESTRUCTURA MEDIÁTICA EN QUINTANA ROO

7. Estado con hegemonía priista hasta el año 2002

Quintana Roo fue prácticamente la última entidad que procreó el tradicional Sistema Político Mexicano, el que perdió su hegemonía con la caída priista de la Presidencia de la República en el año 2000, al triunfar la derecha con el Partido Acción Nacional (PAN).

A doce años de que el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) ganó por primera ocasión el principal municipio del Quintana Roo (Benito Juárez, con cabecera en Cancún), con ello se acabó el ritual de “carro completo” para el PRI en la entidad; éste partido también dejó de ser el último bastión en el escenario nacional de esta fuerza política.

Sobre esta alternancia en el ámbito municipal, el gobernador Joaquín Hendricks Díaz dijo al periódico *Voz del Caribe*: “yo creo que es de destacar lo importante que es para Quintana Roo el que ya estemos viviendo una alternancia política en el municipio más importante del estado; es una sacudida para el propio priismo. Consideró que es un llamado de atención para quienes militan en el PRI para fijarse más, para ocuparse más de atender las demandas ciudadanas, las causas ciudadanas, el reclamo popular más allá de ocuparse de dar cabida a los intereses de quienes integran la estructura tradicional del PRI”.

En la edición del 24 de febrero del 2003, en entrevista exclusiva con el periodista Gerardo García, añadió que resulta incongruente que:

“Cuando hemos avanzado en la democratización de los procesos del PRI para la definición de candidaturas, que más allá de significar un

avance, de propiciar el entendimiento y la armonía entre los priistas; resulten éstos en fracturas o divisionismo, en desprendimientos”.

Entonces, a un año de la derrota electoral más importante para el PRI en el estado, el gobernante advirtió que en su partido las reglas tienen que ser muy claras para la realización de los procesos internos, y de esta manera que no se imputen permanentemente al gobernador las decisiones que se tomen en la dirigencia del PRI. Mencionó que cuando se frenan las aspiraciones de algún miembro distinguido del PRI, se interpreta como que es animadversión del gobernador del estado; no se le tiene confianza a las dirigencias, no se cree que éstas puedan tener autonomía y capacidad para conducir un proceso político sin la participación decisiva del gobernador del estado.

Haciendo historia, fue en 1935, en el sexenio presidencial del general Lázaro Cárdenas, cuando se restituyó con sensibilidad política el Territorio Federal de Quintana Roo, a partir de cuándo se empezó a gestar el autogobierno alcanzado el 8 de octubre de 1974.

En la última conmemoración del Decreto que erigió al Estado Libre y Soberano de Quintana Roo, el gobernador Joaquín Hendricks Díaz en su intervención resumió:

“Hace 29 años enfrentábamos un horizonte donde todo estaba por hacerse. Desde la construcción del andamiaje institucional y de la Administración Pública, hasta la definición de las rutas y vocaciones económicas del estado. Esos fueron tiempos de retos y de realizaciones”.

En su discurso antecedió que a mediados de los treinta éramos frontera líquida y selva fértil, nuestra riqueza provenía del chicle y la

madera y los montes nos aislaban del resto del país. Se vivía en medio de la belleza pero era una vida dura y peligrosa, llena de incomodidades y de riesgos personales. Eran tiempos para mujeres y hombres recios y de espíritu emprendedor. La vida corría al filo de la enfermedad y los asaltos, entre el comercio y el contrabando; entre las necesidades siempre presentes y los sueños logrados de superación y progreso. Mucho hemos cambiado desde entonces.

El quinto gobernante de Quintana Roo añadió:

“En este año de 2003 somos más de un millón de habitantes en el estado cuando en 1974 éramos menos de cien mil, pero este crecimiento vertiginoso y sin par no se corresponde a los alcances presupuestales de nuestra realidad. Somos la entidad líder en tráfico marítimo de cruceros turísticos, pero nos rezagamos en la atención de nuestras localidades pesqueras. Todavía está pendiente la añeja deuda social con las regiones indígenas y su siempre postergado desarrollo económico”.

Hendricks Díaz en su balance aseguró que nos urgen mayores márgenes de maniobra institucional y presupuestal ante los reclamos de servicios, de empleos, de infraestructura básica, de vivienda y de salud de los quintanarroenses, que cada día somos más. Acotó que vivimos en un estado con la más reciente y moderna infraestructura de comunicaciones, portuaria y urbana del país, pero reconoció que arrastramos insuficiencias importantes en los servicios básicos de los polos turísticos de la entidad.

Estas aseveraciones del mandatario sintetizan la joven vida y desarrollo de Quintana Roo, la que en mucho tienen que enriquecer

hoy día sus principales actores. Con una sociedad civil incipiente, los quintanarroenses tuvieron una activa participación en la conformación del territorio federal, por lo que no se trata de una graciosa concesión, verbigracia el autogobierno de 1974.

Nadie puede negar en el estado que su proyección y desarrollo sea diseño y planeación del Sistema Político Mexicano en decadencia, luego de más de casi ocho décadas del ejercicio político del partido en el poder en la Presidencia de la República, tan sólo con una interrupción de 12 años que gobernó la derecha de oposición, el Partido Acción Nacional.

Basta con repasar las vocaciones productivas de Quintana Roo: de la explotación del chicle y la madera, la economía local se sustentó en la zona libre comercial; y a partir de 1976, el primer motor del desarrollo se concentró en la actividad turística, principalmente en la zona norte de la entidad a partir de la creación de Cancún, lo que originó un fuerte movimiento migratorio y la llegada de capitales nacionales y extranjeros con diversos intereses que, a casi cuarenta años, han impactado significativamente la conformación social, económica y política de la entidad.²⁰⁶

Esta nueva integración en Quintana Roo, es signo inequívoco de que la fuerte dinámica poblacional, se ha constituido en la principal causa de derrota para el PRI. Esta nueva condición sociodemográfica no sólo rebasó a los grupos locales, incluida su identidad y cultura, sino que los está alejando del control económico y político.

206 PACHECO Joaquín. *Quintana Roo, último bastión del PRI. ¿2005 gobierno de oposición?* Editorial San Roque, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Edición independiente, (2004).

Ante el vertiginoso desarrollo de la industria turística en la zona norte del estado, en especial Cancún y la Riviera Maya donde se asientan un millón de habitantes y 60 % del padrón electoral, los cinco gobiernos priistas que ha tenido Quintana Roo como entidad federativa, a la fecha han quedado desfasados en sus planes de desarrollo urbano y servicios públicos, y en general en cuanto a un mejor bienestar ciudadano.

En este contexto, los resultados de las reseñas electorales a partir de 1998, indican que el PRI fue perdiendo la preferencia electoral. Los partidos de oposición (en su mayoría el PRD y el PAN) ganaron escaños en el Congreso local, en el Congreso de la Unión, hasta que el PVEM obtuvo la Presidencia Municipal de Benito Juárez (cabecera Cancún), con lo que el gobierno estatal empezó a enfrentar problemas de gobernabilidad.

De manera simultánea, la propia movilidad demográfica facilitó la conformación de diversos grupos de interés ajenos al PRI y al gobierno, que como nuevos actores de la sociedad civil iniciaron una presión sistemática contra las autoridades estatales, lo que fortaleció indirectamente a los partidos de oposición, desgastando a las instituciones oficiales ante la falta de interlocutores y de gestión de éstas, entre otras razones por la carencia de recursos económicos por los recortes al presupuesto estatal por parte de la Federación.

En tanto, el PRI se debate entre aprender a participar en las cada vez más auténticas competencias electorales (con mayor equidad y justeza por la modernización y democratización del Instituto Electoral de Quintana Roo); y encuentra cómo actuar como partido de

oposición, trabaja en un real autofinanciamiento, y asimila ya no ser por completo la agencia de colocaciones de puestos en todos sus niveles del gobierno estatal y municipal.

El Gobernador Joaquín Hendricks, producto del primer proceso electoral interno que experimentó el PRI en Quintana Roo en 1999, y considerado en la liturgia de su partido como el primer priista, es el único que ha encarado el desmoronamiento de esta fuerza política. “Los liderazgos, los altorrelieves en la opinión pública, el activismo partidista y las aspiraciones contendientes deben de tener sentido y definición estratégica frente a los intensos y profundos dilemas de la realidad social”. Y acotó: “démosle entonces, espacio de realización a los buenos liderazgos y evitemos las trampas partidistas que conducen a la frustración social y a la soledad electoral”.

En su último mensaje a la clase política de su partido, el mandatario aseguró que la política no debe ser una lid electorera de amarres y guerras sucias, ni un mero certamen de simpatías y protagonismos ociosos y costosos; sí algo debe llamarnos, precisó, es la fecundidad de la política como un espacio productivo de realización de la pluralidad.

Abundó que si no hay causa, programa, objetivo, ideario verdadero, razón sistemática y comprometida de la búsqueda del poder, tampoco habrá electores, fuerza representativa, confianza popular... otra esperanza. El voto duro puede dar triunfos precisó, pero en un vaivén puede anular también su legitimidad como mandato.

La crítica del mandatario al priismo incluso alcanzó también a los partidos de oposición. Dijo que en esta hora definitoria y de

remembranzas, debemos coincidir en que si no avanzamos por el camino del concilio y el acuerdo, la libertad que todos hemos ganado, porque nos la hemos merecido, corre el peligro de tornarse fragilidad, riesgo institucional, inercia regresiva y, a la postre, negación de la misma libertad y de sus alternativas de progreso dentro del estado de derecho.

En este llamado a los actores políticos del estado, subrayó que es una obligación irrenunciable fortalecer el estado de derecho, con lo que justificó la recién lograda reforma del Poder Judicial estatal, y la reforma electoral del estado con la que se modificó y mejoró la institución correspondiente, luego de un intenso debate en el Congreso del Estado, en donde también se aprobaron cambios relativos al proceso electoral.

Al reconocer que nuestra circunstancia actual es de voces disímiles y sonoras, de discordancias y disidencias a menudo rijosas, de consensos inasibles o difíciles; en el marco de una normalidad compleja y azarosa, y de una realidad de alta problemática estructural y contingente, el titular del Ejecutivo avizoró la necesidad de conformar una nueva clase política: “nuestro destino demanda voluntades creativas, optimismos y entusiastas utopías; demanda fe, confianza, y aliento crítico”.

Las lecturas políticas fueron diversas y aún están en el debate político. Los registros periodísticos transitan entre que Joaquín Hendricks orientó a la autocrítica en su partido, a la intención de encabezar una nueva clase política que fortalezca la democracia, hasta la preparación

del gobernante para entregar el poder a la oposición en la sucesión gubernamental en el 2005.

Sobre la eventual alternancia del poder en el 2005, a pregunta expresa del diario *Voz del Caribe*, el gobernador de Quintana Roo respondió:

“Yo estoy trabajando lo que me corresponde a mi hacer para no entregar la gubernatura a otra organización política. Es trabajando, convenciendo, resolviendo; dando respuestas a la ciudadanía; cumpliendo promesas de campaña. De esa manera creo que puedo hacer el mejor trabajo a favor de mi partido, más que como lamentablemente lo ha hecho el propio Presidente de la República exhortar a la ciudadanía de que no vote por determinado partido político, eso es un error a todas luces”.

El gobernante subrayó que siempre le dolerá que su partido pierda posiciones; “a mí me dolió perder Cancún, pero a mí me deja una gran satisfacción el que la oposición entienda que en mí encontrará siempre respeto”.

Otras opiniones han agregado al análisis o la discusión política, que la elaboración del *Plan Estratégico de Desarrollo Integral del Estado de Quintana Roo 2000-2025*, que presentó Joaquín Hendricks en el año 2002, justificando que el desarrollo del estado debe atenderse con una visión integral; busca hacer trascender a su mandato en la vida política y económica de Quintana Roo.

7.1 Participación ciudadana

Al hablar de federalismo mexicano coincidimos con el investigador Martín Soto, quien establece que éste se encuentra limitado por el papel protagónico del presidencialismo; las relaciones políticas son asimétricas y las relaciones administrativas favorecen al poder central en detrimento de los estados y los municipios.

En un *Cuaderno de Divulgación de la Cultura Política Democrática*, editado por el Frente Democrático de Agrupaciones Sociales y Políticas APN; se abunda que el federalismo es una protesta contra el exceso de la centralización improductiva, decadente e histórica. Los rendimientos decrecientes de la centralización frenan los propósitos a favor del federalismo.

En estos tiempos, puntualiza, la sociedad mexicana es otra. Y se refiere a su perfil más actual: “está más politizada, informada, y es mayormente emprendedora”. Habla de una nueva influencia de la sociedad, la que asegura adormeció el centralismo, pero que ahora parece despertar con auge e iniciativa para fungir como protagonista de la vida social y política.

A diferencia de las décadas de los sesenta y setenta, resalta la presencia activa e interlocutiva de la sociedad ante hechos y situaciones que anteriormente pasaban inadvertidos, y en estos tiempos son la arena en la que se dirimen conflictos entre diversas maneras de entender la gestión pública.

Las marchas, las protestas, los plantones, las movilizaciones, los mítines, las manifestaciones, los bloqueos de vialidades y carreteras,

la ocupación de edificios públicos, son testimonio de que la energía ciudadana no seguirá admitiendo el paternalismo político, las decisiones verticales, los arreglos de cúpula y las cuotas clientelares del poder.

Los movimientos en pro de la movilidad horizontal cobran fuerza e ímpetu. La reacción ciudadana en contra del gran gobierno es continua. Por eso, el federalismo se manifiesta como alternativa de cambio progresivo y gradual para que la sociedad mexicana se reacomode sin violentar principios institucionales.

Sobre el particular, en el ensayo de Vicente Arredondo Ramírez, del libro intitulado *Ciudadanía en Movimiento y editado por la Universidad Iberoamericana*, en el que se repasa ¿de dónde viene y a dónde va la sociedad?; el autor concibe la participación ciudadana hoy día como la resignificación del concepto de obligación social.

Dice a la letra que no parece razonable seguir construyendo sociedades que estén sustentadas sólo en la acción gubernamental y en el papel del mercado. Ninguno de estos dos actores actúa realmente con la visión del interés social, ya que uno tiende a mantenerse en el poder a cualquier precio, y el otro se guía por los beneficios económicos.

La historia señala que el poder se ejerce y se reproduce en esas dos dimensiones de la vida social. Sin embargo, toda sociedad necesita de gobierno y necesita de mercado, entonces ¿qué salida queda? La alternativa es concebir una sociedad que gire alrededor de la corresponsabilidad ciudadana, independientemente de la función o

actividad específica que realice cada uno de los miembros de la comunidad.

Para poder construir modelos alternativos de organización social, es necesario crear diversos tipos de precondiciones. Una de ellas es la de convertir a las grandes masas pasivas de ciudadanos en actores sociales activos. En los últimos decenios se ha despertado el interés y la preocupación por hacer efectivos los derechos humanos, al grado de que al momento se habla ya de tres “generaciones” del concepto mismo, lo cual está referido a ir más allá de los derechos personales y entrar a la defensa de los derechos colectivos.

En efecto, la Declaración Universal, proclamada a fines de los años cuarenta, estimuló la conciencia mundial sobre la necesidad de reconocer y respetar el valor de cada persona, sin distinción de ninguna naturaleza. Este avance social, irreversible y trascendente, sin embargo, es una aproximación incompleta del concepto de ser y vivir como ciudadano, ya que, aunque implícita, la dimensión de las obligaciones personales que exige la vida en comunidad aún no se promueve con la misma intensidad. Esto es natural, ya que es más fácil exigir un derecho, que cumplir una obligación.

Un profundo cambio de cultura ciudadana en el nivel mundial habrá de llegar cuando se produzca una “revolución social” construida más sobre obligaciones, que sobre los derechos ciudadanos. Un diálogo entre la dimensión de los derechos y la dimensión de los deberes seguramente ofrecería una visión distinta de la naturaleza del pacto social, y del papel que le corresponde a cada miembro de la comunidad.

Siempre ha existido y seguirá existiendo la tensión entre las necesidades individuales, grupales y colectivas. Los intentos para resolver esta tensión están ejemplificados a lo largo de la historia en las diversas corrientes filosóficas, formas de gobierno, corrientes económicas, normas jurídicas constitucionales, interpretaciones religiosas, y modelos pedagógicos.

No hay realmente una última palabra al respecto, ya que las sociedades están en continuo movimiento, y sus prioridades y énfasis se modifican; sin embargo, es irrenunciable que en cada generación se busquen las mejores formas de resolver esta tensión.

Por añadidura, una de las mudanzas que más afecta al orden político de las sociedades avanzadas es la redefinición de la relación entre la esfera del Estado y la esfera de la sociedad civil. En este sentido, en el texto intitulado *Gobernabilidad de la editorial Siglo XXI*, Xavier Arbós y Salvador Giner aseguran que del equilibrio entre ambas depende en buena medida el buen gobierno democrático de cada país. A diferencia de los límites claramente definidos de su entidad –opuesta–, el Estado, las fronteras de la sociedad civil permanecen siempre confusos.

Para el Estado, la demarcación lo es todo; para la sociedad civil lo es la ambigüedad. (La ambigüedad que procede de una cierta especie de libertad.) No obstante, a pesar de los ulteriores problemas que suscita la identificación de la sociedad civil con el terreno de la libertad individualista y competitiva, no podemos prescindir fácilmente de la sociedad civil como concepto. En el contexto del orden liberal al que pertenece, no puede dejarse de lado sin que este orden se

desvanezca también de nuestra mente. Pertenece a su misma esencia.

Puede definirse la sociedad civil como una esfera, creada históricamente, de derechos individuales y asociaciones voluntarias, en la que la concurrencia políticamente pacífica de unos con otros en la persecución de sus respectivos asuntos, intereses e intenciones privadas está garantizada por una institución pública, llamada Estado.

Cualquier sociedad civil madura presenta por lo menos cinco dimensiones importantes: individualismo, privacidad, mercado, pluralismo y clase. Cada una de ellas presenta un problema existencial para la sociedad civil, es decir, cada dimensión engendra, por su parte, unas corrientes que la erosionan, y por tanto, debilitan la propia sociedad civil.

Al abordar el porvenir de la sociedad civil, los autores indican que la relativa relegación de la esfera de la sociedad civil al terreno cultural e ideológico, como al de la ciudadanía, privatizada y fragmentada, significaría a largo plazo su desaparición final. Carente de la protección proporcionada tanto por el Estado tradicional, limitado, como por sus soportes institucionales en asociaciones libres y competitivas, no podrá subsistir.

Una larga agonía, quizá sin dolor, le esperaría. Sería un movimiento imperceptible hacia un mundo carente de sus características, si bien no desprovisto por completo de instituciones privadas. Si esto sucediera, estas instituciones habrían perdido su papel de protagonistas de la vida social. Sea cual sea la autonomía que

posean, ésta se dará bajo la tutela y la regulación de grandes corporaciones públicas o pseudo-privadas.

En el propio Estado desaparecerá si, finalmente, expira la sociedad civil. Esto se sigue, lógicamente, de la verdadera naturaleza de la antigua división entre ambas esferas complementarias. Una era función de la otra y avalaban mutuamente sus respectivos intereses. Esto no significa que el aparato de la administración pública se extinga. Lo que está destinado a sucumbir es el Estado –soberano– actual, sobre todo el nacional.

Con la exposición anterior se demuestra que la sociedad civil en su forma tradicional podría, en la actualidad, comenzar a desintegrarse y que, si bien a un ritmo mucho más lento, eso mismo puede sucederle al Estado. Se afirma que la sociedad civil se ha redefinido hoy como una esfera legal, cultural e ideológica, a pesar de que aún pueden prosperar una serie cada vez menor de instituciones relativamente autónomas.

También se ha mostrado cómo, por el momento, la distinción tradicional entre Estado y sociedad civil sigue siendo básica, aunque de una manera distinta, para el mantenimiento del orden político de las democracias liberales clasistas. Con todo, tarde o temprano la excesiva corporatización de la sociedad civil sólo puede significar su propia y tranquila desaparición.

Con relación a la Participación y Gobernabilidad, Xavier Arbós y Salvador Giner indican que la participación política tiene su manifestación más clara y repetida en las elecciones. A través del voto, todos los ciudadanos adultos pueden participar en la designación

directa o indirecta de los gobernantes, mediante el ejercicio de un derecho que parece obvio en una democracia contemporánea.

Al reconocer que las instituciones tradicionales y los propios partidos políticos, ya no son las únicas instancias de gestión de la ciudadanía, se advierte que no todas las demandas encuentran los canales de participación para influir en la respuesta que esperan los grupos que las formulan. Hay que recordar que la participación –institucionalizada o no– tiene como objetivo influir en una decisión y, en principio parece que hay muchos centros de decisión fuera del alcance de los ciudadanos. Las empresas transnacionales son el ejemplo más conocido.

Pero por lo que se refiere a las decisiones que toman los gobiernos, la relativa falta de influencia de los ciudadanos en la actual democracia representativa se ve compensada por la fuerza de ciertos movimientos sociales, como los ecologistas y feministas, y la de las organizaciones corporativas que constituyen, de hecho, importantes instrumentos de participación. ¿Pueden considerarse meramente complementarios los partidos y los grupos tradicionales de participación como, por ejemplo, la prensa? ¿O bien son nuevas fuerzas organizadas que entran en conflicto con las fuerzas existentes?

Podría decirse que cada demanda dirigida a los gobernantes comporta un reconocimiento de la función que cumplen, aunque sea crítica respecto a sus orientaciones o ponga en dificultades su capacidad de actuar eficazmente. En otras palabras, el incremento de la participación, en ciertos casos, ofrece a las instituciones gubernamentales la oportunidad –quizás no deseada– de ensanchar la

propia legitimidad. Dentro de la democracia gozan de la legitimidad necesaria proveniente de su carácter representativo y de su actuación respetuosa respecto del impero de la ley.

Con algunos sectores, que lleven la participación crítica hasta el extremo de cuestiones de principio –como los grupos nacionalistas independentistas, que no reconocen la legitimidad originaria de la representatividad política– el enfrentamiento es inevitable. Pero con los grupos que participan para obtener decisiones concretas, y no para cambiar el centro del que emanan, no se pone en juego lo que podríamos llamar el mínimo constitucional de legitimidad, sino el grado de satisfacción que cada sector o grupo considera suficiente en función de la respuesta que reciben sus demandas.

La pretensión de restringir la participación a fin de facilitar la gobernabilidad limitando las demandas parece ocultar el fantasma del despotismo ilustrado (en alusión a la filosofía de Platón), por no evocar otros más próximos y desagradables. En cualquier caso, resulta una tentación demasiado fácil, pero incompatible con una sociedad democrática regida por gobernantes representativos y lo suficientemente libre para que sus miembros expresen sus pretensiones legítimas y consigan una mínima respuesta por parte de los gobernantes.

Luego de este repaso conceptual, académico y hasta ideológico con relación a la ciudadanía, sociedad civil, participación ciudadana y la gobernabilidad; ubicados en Quintana Roo es menester presentar las posiciones al respecto de dos de los principales actores, uno por la parte gubernamental y otro por la parte de la sociedad civil. En la

inteligencia de que este capítulo pretende aportar los elementos que determinan que se están generando las condiciones para que en Quintana Roo gobierne la oposición, ante el desgaste del PRI; ante ello los gobiernos en turno han procurado que el poder mediático en Quintana Roo esté al servicio gubernamental.

En el marco del Primer Foro Internacional de Participación Social celebrado en el mes de septiembre del año 2002, el entonces Secretario de Gobierno, Víctor Alcérreca Sánchez, expuso que la cultura de la Participación Social es más antigua que el origen y evolución del propio Estado. Hoy día el Estado no se concibe sin la participación de la sociedad y la organización social y viceversa. Empero, el principal reto a través de las diversas épocas, es y ha sido la continua actualización y búsqueda del perfeccionamiento de la relación de este binomio, vital para el desarrollo de la humanidad.

Al descubrir el hombre los alcances de la organización como la fórmula más adecuada para capitalizar la fuerza real de un grupo o comunidad determinada, convirtió a ésta en instrumento formal de la sociedad civil para resolver sus problemas básicos como alimentación, salud, educación, seguridad y justicia; los logros fueron sustantivos.

Desde las primigenias organizaciones en el antiguo oriente, en Grecia y Roma pasando por la constitución de los estados-nación del siglo XVI, hasta el Estado actual que se debate con los contradictorios movimientos políticos y económicos del mundo, la meta ha sido la misma: “Conformar una auténtica Organización Civil”, que equilibre y reoriente las metas del Estado y las acciones de su Gobierno en busca

del bien común, y que ponderaré una sana Participación Social, alejada de intereses particulares del orden que esto sea.

En esta nueva cultura democrática que vivimos en nuestro país (Quintana Roo no es la excepción), puntualizó, no tienen cabida en el ejercicio del poder los gobiernos autoritarios y excluyentes, sin visión ni creatividad para atender las necesidades e inquietudes de la Participación Social en cualquiera de sus modalidades; al tiempo que tampoco ayuda a la correcta orientación de los asuntos públicos la proliferación de organizaciones o asociaciones civiles, sobre todo si son susceptibles a intereses particulares y más fieles a la obtención de prebendas, que a un real compromiso social.

Al margen del ámbito de acción de las Organizaciones de la Sociedad Civil (municipal, estatal, nacional o internacional), éstas han debilitado la capacidad de respuesta del Estado al convertirse en un elemento de presión política que genera un gasto excesivo a propósito de su funcionamiento, en virtud de que siempre convocan el apoyo oficial; un reducido número de ellas tiene hoy día un real compromiso social, y menos una independencia económica, por el apoyo de financiamientos externos, los que generalmente conllevan intereses políticos ajenos a la sociedad y al gobierno correspondiente.

En entidades como Quintana Roo, con un atípico perfil sociodemográfico, en el que confluyen diversas idiosincrasias, y por lo tanto diferentes intereses de vida, entre otras razones debido a la vocación turística del Estado y a su ubicación geopolítica con respecto al Caribe y a las fronteras con Belice y Guatemala; la multiplicación de Organizaciones Sociales con finalidades propias y generalmente

divergentes a los intereses del Estado, ha incluso retrasado la aplicación de políticas públicas para atender con oportunidad a los grupos más vulnerables, y hasta han frenado el desarrollo económico. La facultad de asociarse u organizarse es un derecho constitucional. Sin embargo, nadie es o debe ser un interlocutor exclusivo del Estado y de un Gobierno. Prueba de ello, es la devaluación que han sufrido los partidos políticos, al perder credibilidad y certidumbre ciudadana, como canales naturales de las demandas sociales. Si bien la Participación Social ha querido despojarse de la tutela de instituciones con determinadas cargas ideológicas y líneas políticas para no ser controlada, también debe cuidarse de no desvirtuar las nuevas expresiones sociales.

En el panel La Sociedad Civil Organizada, su Participación y Relación con el Estado, el funcionario aseguró que la proliferación de Organizaciones de la Sociedad Civil no sólo se explica en la falta de atención o en la aplicación de equivocadas políticas públicas de los gobiernos en turno, es signo de que en el transitar democrático de las sociedades se trata de una nueva expresión política que debate ideas, que denuncia, que propone; pero también presiona, chantajea, obtiene sus mejores dividendos, y por si fuera poco, pelea sus espacios de poder o en su caso se suma a posiciones ya establecidas que en la mayoría de las ocasiones están lejanas de contribuir a un mejor desarrollo social y humano.

En este escenario, no es exagerado hablar de la eventual obstaculización de la Gestión Pública, del estancamiento de la Administración Pública, y en grado superlativo hasta de

ingobernabilidad. Es menester reconocer y valorar la Participación Social porque es la razón de ser de un Estado y de su Gobierno, pero es momento de regular su vida institucional, de diseñar nuevas figuras jurídicas que garanticen su funcionamiento, su desarrollo y la transparencia de su actuación. Sólo de esta manera se garantiza la existencia de auténticas organizaciones y de una Participación Social que pueda ser representativa de las necesidades prioritarias de la población.

Sin embargo, quizá el problema mayor de la participación de la sociedad civil de estos tiempos, es la pretensión de que a través de ésta puede controlarse o suplirse la toma de decisiones de los gobiernos buscando convertirse en voz y representación de la sociedad; en este sentido, no debe quedar duda de que los únicos y auténticos representantes sobre todo en el ejercicio libre de la democracia electoral que se da en México son los gobiernos, y que la tarea pendiente por realizar es cómo garantizar que éstos actúen en forma democrática, para lo que siempre será necesario tener el termómetro y la evaluación de los intereses de la sociedad para la toma de decisiones.

Todos sabemos que el incremento demográfico que viven los pueblos del mundo trae aparejado un crecimiento exponencial de conflictos sociales, cada vez con menos recursos para resolverlos, lo que se convierte en una seria amenaza para el Estado, incluso en términos de paz pública. Por añadidura, sobreviene una natural multiplicación de Organizaciones Sociales que en la búsqueda de satisfacer sus necesidades, o en el peor de los casos, abanderar otras causas

políticas, en los hechos debilitan la capacidad de respuesta del Estado y concretamente de un Gobierno.

En su ponencia, Alcérreca Sánchez precisó que la regulación en todos sentidos de la participación activa de las Organizaciones de la Sociedad Civil, más allá de la facultad constitucional de la libre asociación, de la necesidad social de ser parte integra e integral de la ciudadanía, y de la propia voluntad política de los gobiernos; debe ser un acto trascendental del Estado y de su vida democrática, donde sólo se pondere la Participación Social en busca del bien común, sin cargas ideológicas, sin tintes políticos, mucho menos intereses de carácter económico.

Decía el libre pensador de América, José Martí: “El gobierno no es más que el equilibrio de los elementos naturales del País. Conocer el País, y gobernarlo conforme al conocimiento es el único modo de librarlo de tiranías”.

Por su parte, el dirigente de la Cámara Nacional de la Industria y la Transformación (CANACINTRA), delegación Cancún, Raúl Colín Magaña opinó que no cabe duda que la participación comprometida de la sociedad en la resolución de los problemas de la comunidad, es la única manera de lograr vencer las barreras que nos pone la propia autoridad.

Abundó que debemos saber que unidos podemos lograr que las autoridades realmente asuman compromisos y trabajen para nosotros, ya que requerimos respuestas y resultados. “Las autoridades dan resultados cuando la sociedad se une y reclama al unísono sobre la

impartición de justicia, sin la presión de los medios y de la sociedad, sin duda tendríamos mayor impunidad”.

En su comentario editorial publicado en domingo 8 de febrero del 2004 en el periódico *Novedades de Quintana Roo*, destacó que no debemos bajar la guardia, aún existen múltiples situaciones fuera de la Ley, que nuestras autoridades no han atacado, ya que ante la cercanía de los tiempos electorales serán muy cuidadosos de no tocar intereses que les resten votos o popularidad.

Este tipo de situaciones deberá ser atacado también a través de la presión social, para que los gobernantes comprendan que se deben a nosotros, que ellos trabajan para ofrecernos un bienestar y que sus sueldos y privilegios se pagan con nuestros impuestos. Ojalá, que en un momento de lucidez, nuestros gobernantes que juegan un doble papel (gobernantes y candidatos) dejen por un momento de pensar en sus futuros votos y en las alianzas y se dediquen a trabajar, pues dejar impunes a quienes transgreden la ley, es sin la menor duda un mensaje a que la gente continúe con violaciones constantes al marco jurídico. Quienes violan el estado de derecho deben ser castigados, no permitamos excepciones.

Las voces de los ciudadanos unidos serán escuchadas en la medida que nos organicemos, que conozcamos nuestros derechos y obligaciones, que vivamos realmente con una cultura de legalidad, cuando pensemos que las acciones valientes que hoy tomemos, serán apreciadas por nuestras futuras generaciones. “Digamos NO, a la impunidad, a la falta de compromiso de las autoridades, a quienes se

cuidan de aplicar la ley por no perder votos, a quienes no trabajan por el bien común”.

En este contexto, a manera de ilustrar que la acción gubernamental a través de la administración pública y la participación social son complementarias en busca del bienestar y calidad de vida de un Estado, se integra a este trabajo una breve reseña sobre el libro *Gestión Pública y Governance* del investigador José Juan Sánchez González, editado por el Instituto de Administración Pública del Estado de México, A. C., y presentado en Quintana Roo el 9 de agosto del 2002.

Gestión Pública y Governance es una rigurosa investigación sobre las principales corrientes de la administración pública. Con las herramientas que nos da la academia y la metodología de la investigación nos lleva de la mano por los antecedentes, la reflexión, el análisis y la definición, hasta convencernos de que nuestra sociedad, ahora más que nunca, necesita tener credibilidad y certidumbre en la función pública, y para ello no es suficiente con la reconstrucción de la capacidad administrativa mejor conocida como Gestión Pública, es menester adicionar un componente valioso que se identifica con la naturaleza del interés público y político.

El Doctor José Juan Sánchez González, hace su mejor contribución a la administración pública en México, al “descongelar” la Gestión Pública como una disciplina técnica para equilibrar las finanzas públicas o en su caso sanearlas; se refiere a que a la gerencia pública hay que añadir cómo generar confianza, credibilidad y sentido

humano, a través de la Governance, una nueva tendencia que reactiva y reconstruye los atributos esenciales de la administración pública.

Esta aportación le devuelve a la administración pública su espíritu social, le recupera al ciudadano su carácter nacional, elector y contribuyente, de tal manera que se propone una forma de gobernar más cooperativa sobre la actuación de los poderes públicos, a cambio de una vertiente gerencial que no sólo es un modelo jerárquico del ejercicio del poder sino que tipifica al ciudadano como simple usuario, cliente y consumidor del servicio público.

Es claro que esta investigación teórico-práctica también establece que la nueva Gestión Pública, para tener una Governance requiere de generar consensos, acuerdos y negociaciones con otros entes que están lejos del alcance gubernamental. La administración pública requiere refrescarse, alimentar su sentido social, y para ello tiene que romper el paradigma del uso desmedido de la gerencia pública, esa corriente tecnócrata que alejó o privó a la actividad gubernamental de la esencia de la lucha de clases, de la exigencia social, de la libre y democrática participación política, de la atención de la necesidad de grandes núcleos de población con precarias condiciones de vida.

7.2 Partidos políticos

“Una concepción amplia de partido nos dice que éste es cualquier grupo de personas unidas por un mismo interés, y en tal sentido el origen de los partidos se remonta a los comienzos de la sociedad políticamente organizada”. “Los partidos políticos son el resultado de

la quiebra de la sociedad tradicional o feudal y su paso a la sociedad industrial”. (Cárdenas ,11).

Para David Hume: “Los partidos o las facciones subvierten el gobierno, hacen imponentes las leyes y suscitan la más fiera animosidad entre los hombres de una misma nación, que por el contrario debieran prestarse asistencia y protección mutuas”.

Bolingbroke: Los partidos reflejan una diferencia de principios y proyectos más allá de una facción, los intereses personales de sus miembros.

Edmund Burke: Define el partido como un conjunto de hombres unidos para promover mediante su labor conjunta, el interés nacional sobre la base de algún principio particular acerca del cual todos están de acuerdo.

Bolingbroke y Burke: “Distinguen el partido de la facción al considerarlo como una organización con fines superiores a los puros intereses mezquinos por obtener puestos y emolumentos”.

Sirvan estas citas para comprobar que los partidos políticos en el mundo están en crisis. Se han alejado de sus dos funciones trascendentales: con respecto a la sociedad ya no articulan sus demandas; con respecto al poder dejaron de proponer programas y políticas con base en la realidad para formar el gobierno.

En relación con México, el analista Giovanni Sartori menciona a Brandenburg en cuya obra *“The Parking of Modern México”* establece que “los mexicanos evitan la dictadura personal al retirar a sus dictadores cada seis años”. Lo asemeja con el dictador constitucional romano y dice que éste duraba casi seis meses y no designaba –como

de facto hace el Presidente de México- a su propio sucesor. Y redondea diciendo que “los mexicanos no evitan en realidad la dictadura personal. Sino el gobierno arbitrario y vitalicio por un solo hombre”. En cambio, hace casi dos décadas, el escritor peruano Mario Vargas Llosa, generó un debate político nacional al afirmar que “México, es la dictadura perfecta”.

Sartori profundizó en el tema y cuestionó el Sistema de Partidos en nuestro país: “México no es ni siquiera un falso sistema de partido predominante, sino un caso claro de partido hegemónico que permite partidos de segunda clase mientras, y en la medida en que, sigan siendo lo que son. Sin embargo, si el caso mexicano se evalúa por qué es en sí mismo, merece por lo menos dos elogios: uno, por su capacidad inventiva, y el otro, por la forma tan hábil y feliz con que lleva a cabo un experimento difícil”.

Sin duda, hoy día, son otros tiempos con relación a la observancia de Sartori. Varios de sus cuestionamientos empiezan a encontrar respuesta, por lo menos está ya en entre dicho que en México tengamos un partido hegemónico y por añadidura, partidos de segunda. Incluso los partidos de oposición, ahora se debaten entre dejar de legitimar y competir con el gobierno y el PRI; la alternancia en el poder ya es un hecho en la Presidencia de la República, en varios estados y municipios importantes.

En el caso mexicano, el origen de los partidos después del PRI y el PAN, resultaron ser justificación plena del ejercicio “democrático”. En nuestro país, la transición política de un partido de Estado a un partido en el gobierno, ha originado una lucha social de credibilidad y control

político de las fuerzas políticas. Una lucha donde valen más las personas y los intereses de grupo, que la fortaleza de partidos y su solidez ideológica. Una lucha por acabar las decisiones cupulares sobre la de las colectividades y del libre tránsito de candidatos sin filiación política, mejor conocidos como externos y donde la mercadotecnia convence más, que los proyectos de desarrollo.

Un escenario donde no basta para ganar una elección, haber gobernado correctamente, ejemplos: en España, el Partido Socialista Obrero Español; en Costa Rica, el Partido Colorado; en Polonia, el Partido de los Trabajadores; teniendo como actores a los políticos Felipe González, Oscar Arias y Lech Walesa, respectivamente.

No se puede descuidar en el análisis, la indiscutible influencia en la decisión del electorado, del comportamiento de los medios de comunicación en manos de empresarios y políticos con intereses propios o partidistas, ajenos al interés común.

Comprobado está también, que la lucha de las fuerzas y corrientes internas, y su falta de capacidad para ponerse de acuerdo, fueron acabando con el PRI. Se llegó, incluso, a los disparos, frente a los consensos (caso Luis Donaldo Colosio); en síntesis, las cúpulas dejaron de ponerse de acuerdo, y de ahí la descomposición.

Al hablar de la decadencia de los partidos políticos, el analista Roger Aguilar Salazar, señala que cuando el PRI era sólo una dependencia gubernamental de presidentes y gobernadores que les servía a éstos para elevar a cargos de supuesta elección popular a sus fieles e incondicionales, muchos ciudadanos veían en los partidos de oposición la alternativa para implantar y desarrollar la democracia

política y no fueron pocos, incluso, los que vieron en ellos los instrumentos para la conquista de un sistema económico y social más justo.

Ahora que la decadencia del PRI lo tiene al borde de una fractura que amenaza su propia existencia, los otrora opositores que comparten espacios del poder público están dando también señales de declinación por copiar los rasgos de agencia electoral que fueron característicos de aquél y que son parte de las causas que lo mantienen en la aguda crisis.

Los partidos más fuertes han perdido buena parte de los referentes político-ideológicos que distinguían a unos de otros a partir de que actúan casi sólo como vías de acceso a los cargos públicos han abdicado de tareas sustanciales y propias como promover la participación de miembros y simpatizantes en la discusión, revisión y elaboración constante de propuestas tanto políticas como programáticas, así como su educación y desarrollo cultural y político.

El abandono de esas y otras tareas estratégicas, sin cuyo cumplimiento no es posible que los colectivos partidistas genuinamente de instrumentos de la parte social cuyos intereses e ideales dicen encarnar, los ha transformado de instancias hipotéticamente democráticas que recogen y procesan esos intereses y aspiraciones en simples correas de transmisión vertical de consignas y decisiones de quienes, desde y con todo el poder público, subordinan a los dirigentes partidistas usándolos como sus servidores.

En su opinión publicada en el *Diario de Yucatán* el 8 de diciembre del año 2003, Aguilar Salazar abunda que: “Así, el régimen autoritario

recientemente fallecido resucita en cada uno de los partidos que ahora se disputan el poder público: no son los militantes ni mucho menos la sociedad los que controlan el poder de los gobernantes sino éstos los que rinden a sus intereses y proyectos, personales y de sus círculos más cercanos, las lealtades de legisladores, miembros y simpatizantes. Y si la disputa del poder es la razón de ser de los partidos, es inevitable entonces el surgimiento de grupos internos de interés que polarizan las lealtades y son causa de los conflictos internos y las exclusiones que hoy afectan a los principales partidos políticos de nuestro estado y del país”.

El politólogo y ex canciller mexicano Jorge Castañeda, se pregunta cómo hacer que funcionen los viejos partidos en relación a la nueva democracia. En principio, asegura que la crisis del PRI puede abrir la puerta a una reflexión más profunda sobre el régimen de partidos que tenemos en México. Más allá de que, en los próximos días, se lleguen a solucionar las actuales divisiones y de que ello contribuya tanto a la aprobación de algunas reformas mínimas en materia fiscal y eléctrica como a la cicatrización de las heridas, la presente coyuntura nos lleva a realizar un examen sobre la adecuación de los partidos a la nueva democracia.

Indica que es cierto lo dicho por la gente: no hay democracia representativa sin partidos políticos. Pero ello no significa que cualquier partido, por el mero hecho de existir, aporte algo necesariamente positivo a la democracia. Depende de sus características particulares.

Explica que los tres grandes partidos mexicanos, cada uno a su manera, provienen del *ancien régime*: el PRI, justamente, porque fue fundado por ese antiguo régimen; el PAN, si bien fue creado cuando ya se había consolidado el anterior sistema, porque rápidamente se transformó en una parte consustancial del mismo; y, el PRD, siendo el más joven de los partidos mexicanos, porque, en cierto sentido, es a la vez el más viejo, el que sigue reclamándose de la tradición de la revolución mexicana y el que más pertenece a los primeros años del régimen anterior. Sin contar ahora con los tres partidos de reciente creación en 2014: Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA), Partido Humanista y Partido Encuentro Social.

Es decir, estos partidos crecieron en un país distinto al que existe hoy día, un país estatista, proteccionista, de economía cerrada, cuya identidad se forjaba mayormente en la contradicción frente a los Estados Unidos. En el México de aquella época, un solo partido detentaba el poder; el otro, el PAN, fue un partido contestatario y testimonial durante décadas enteras y sólo en 1994 comenzó a contender realmente; el PRD, por su parte, era un desprendimiento del PRI cuyos dirigentes, al participar en las elecciones de 1988, más que pensar en ganar, intentaban influir sobre la evolución de los acontecimientos.

En la opinión publicada en el *Diario de Yucatán* el 4 de diciembre del 2003, destaca que la primera expresión de la inadecuación de los partidos a la nueva realidad estriba en su división interna. Todos ellos se encuentran profundamente fragmentados y dicha segmentación

hace que resulte prácticamente imposible el planteamiento de nuevas iniciativas.

Un ejemplo es el acercamiento de Cuauhtémoc Cárdenas y Manuel Bartlett en torno al tema de la reforma eléctrica. Ambos se oponían a eso que llaman la privatización y que el gobierno, con razón, considera simplemente una forma de permitir la inversión privada en la generación de electricidad. El hecho de que Cárdenas y Bartlett hayan sido amigos, hace más de 40 años, y posteriormente adversarios, en 1988, cuando el entonces secretario de Gobernación manejó la llamada caída del sistema, no es tan importante, al parecer, como la necesidad de reencontrarse hoy unidos por un tema que, en principio, los hermana mucho más que otros asuntos.

De ahí, con toda lógica, se desprende la siguiente interrogante: ¿no sería preferible para el país que se realinearan los partidos políticos que tenemos con base en los acuerdos –y desacuerdos- que imperan dentro de ellos, en lugar de seguir manteniendo de manera formal, forzada y en gran medida ficticia agrupaciones partidistas que no coinciden en sus posturas esenciales? Simplemente, no se entiende por qué, en un partido como el PRD, permanecen revolucionarios y reformistas; en el PAN, católicos fundamentalistas y social-cristianos frustrados; y, en el PRI, liberales modernizadores y talibanes imbuidos del nacionalismo energético.

¿Cómo hacer funcionar instituciones de la autocracia del siglo XX en la democracia del siglo XXI? ¿Cómo dar viabilidad, en el régimen democrático de ahora, a instituciones que fueron diseñadas y operadas para el régimen autoritario de antes? Lo mismo se puede

decir de los partidos: ¿Cómo hacer funcionar partidos del antiguo régimen en el nuevo régimen?

Otro factor importante en la crisis y decadencia que viven los partidos políticos es precisamente la desconfianza ciudadana hacia ellos en ese sentido, dos encuestas sobre ciudadanía y cultura democrática realizadas por el Instituto Federal Electoral (IFE) –ahora Instituto Nacional Electoral (INE) y la Secretaría de Gobernación (SEGOB) revelan que “quienes más despiertan desconfianza entre la ciudadanía son la Cámara de Diputados y Senadores, los partidos políticos, detrás de la policía y los secretarios de Estado”. Sin embargo, dentro de los parámetros y mediciones de Gobernación no se toma en cuenta a la Presidencia de la República.

La información de Angelle Hernández Chaires de *El Financiero* publicada el 15 de agosto del 2002, indica que lo que interesa es conocer cómo están las prácticas y la cultura política entre los ciudadanos.

La encuesta hecha con base en 121 preguntas formuladas a cuatro mil 183 personas en 600 localidades del país arroja resultados como que el 65 por ciento de los ciudadanos no pudo citar algún ejemplo en el que la política contribuyó a mejorar sus condiciones de vida. De los entrevistados, un 5 por ciento dijo que le toca ayudar al gobierno, 10 por ciento haciéndose responsable y 8 por ciento aportando ideas y opiniones.

De acuerdo con los sondeos del IFE, la distancia de la sociedad frente a la política se refleja en que un 70 por ciento de los ciudadanos no tuvo la experiencia de hablar de política en su hogar. Así mismo, el 60

por ciento de los mexicanos conoce poco o nada sus derechos constitucionales. En la sociedad, el 74 por ciento de las personas se informan a través de la televisión y sólo dos de cada diez lo hacen por medio de los periódicos.

En otro orden, a los partidos políticos, atañe incentivar la participación de la ciudadanía en procesos electorales, pensar que le corresponde a las instituciones electorales es una idea errónea, comentó el académico y analista político, Jorge Javier Romero en su intervención como conferenciante en el *Coloquio Abstencionismo: Retos y Perspectivas de los Partidos Políticos* que organizó el Instituto Estatal Electoral de Quintana Roo con la participación del Tribunal Electoral del Estado, la Junta Local Ejecutiva del Instituto Federal Electoral de Quintana Roo y los partidos políticos.

Expuso que para abatir el abstencionismo hay que empezar por abordar los temas nodales de la democracia y con ello identificar los elementos que permitan entender el contexto nacional del abstencionismo electoral.

Puntualizó que es imprescindible identificar y analizar el cuerpo electoral con el que contamos, propuso que la democracia debe ir más allá de ser un asunto ético y moral, por lo que debe tener la virtud de generar condiciones y reglas distributivas. Las reglas distributivas son un elemento que debe ser incluido en el cuerpo electoral mexicano, toda vez que esto generaría una actitud de mayor pertenencia y participación en los asuntos nacionales como de la comunidad donde el ciudadano o ciudadana ejerza su voto, añadió.

Observó que es incorrecto tratar de abordar las imperfecciones del ahora sistema electoral analizando solamente al presidencialismo priista cuando deberíamos de criticar al presidencialismo constitucional.

El *Diario Por Esto de Quintana Roo* por conducto de su reportero Vardi Correa también deja constancia en la publicación del 25 de noviembre del año 2003, que el ponente propuso dos elementos fundamentales que generarían condiciones de mayor participación electoral: la certidumbre y participar racionalmente en ella.

La participación atañe a los partidos políticos, pensar que le corresponde a las instituciones electorales es una idea errónea, pues son los partidos políticos quienes aparecen como entes desprestigiados incapaces de llegar a los acuerdos y alejados de la sociedad. Tenemos unos partidos políticos sin ideas y sin la capacidad real de generar propuestas a los problemas nacionales. No hay carrera política en consecuencia, no hay condiciones para que el nivel profesional de la política se eleve, indicó.

En materia electoral, a partir de 1982 Quintana Roo ha pasado de ser un Estado de alta participación para ubicarse entre aquellos donde el abstencionismo va en aumento y en 2003 el nivel alcanzado ya fue preocupante, manifestó el investigador de la Universidad de Quintana Roo (UQROO), Carlos Macías Richard, al dictar una conferencia magistral dentro del *Coloquio "Abstencionismo: Retos y Perspectivas de los Partidos Políticos"*, organizado por el Instituto Estatal Electoral de Quintana Roo (IEEQRO).

El doctor en historia advirtió que es muy preocupante la situación de Benito Juárez, donde el abstencionismo registrado en esa elección federal pasada fue superior al 70 por ciento, por lo que amerita una atención especial para conocer los factores de los bajos niveles de participación cívica, que contravienen la regla general que caracteriza a las zonas urbanas del país, donde la mayor parte de la ciudadanía vota.

En la conferencia magistral “*Quintana Roo: Quinto lugar nacional en abstencionismo*”, el investigador advirtió que, si bien la aparición de crecientes porcentajes de abstencionismo teóricamente pueden reflejar la modernización de una sociedad, ya que su consignación se debería a un conteo confiable de los votos y una reducción de la manipulación de los resultados electorales; lo cierto es que el nivel de abstencionismo observado en la entidad en la elección del 2003 alcanzó niveles que ya son preocupantes.

Detalló que Quintana Roo se ubicó entre los cinco estados con mayor índice de abstencionismo en la elección federal pasada, pues el porcentaje de ciudadanos de la lista nominal que no votó fue de 66.4 por ciento, en tanto que la media nacional fue de 58.2 por ciento.

Por municipios, Benito Juárez fue el de mayor abstencionismo, con 74.07 por ciento de apatía, seguido de cerca por Solidaridad, donde 74.04 por ciento de la ciudadanía no votó, y también destacó el caso de Othón P. Blanco, donde el abstencionismo fue de 61.6 por ciento. En Cozumel, el abstencionismo fue de 58.51 por ciento; en Isla Mujeres, de 56.41 por ciento; en Felipe carrillo Puerto fue de 50.36 por ciento; en Lázaro Cárdenas de 45.94 por ciento y en José María

Morelos de 44.13 por ciento; por lo que destaca la alta participación electoral de los distritos rurales.

Macías Richard afirmó que hasta 2002 el abstencionismo en Quintana Roo había presentado niveles “manejables”, tomando en consideración que se trata de una entidad de alta migración y con votantes de alta volatilidad en la zona norte; pero en las elecciones federales del 2003 los niveles se dispararon.

La información publicada por Francisco Hernández en el *Diario Por Esto de Quintana Roo*, del 25 de noviembre del año 2003, advierte que en el caso de Benito Juárez, existe una tendencia creciente de abstencionismo, pues en la elección del ayuntamiento de 1999 fue de 49.53 por ciento y en la de 2002, cuando el PRI perdió el gobierno municipal, el 67.42 por ciento de la ciudadanía no votó.

Con este escenario, los partidos políticos aunque lejanos a resolver sus propias crisis políticas, por las razones antes expuestas entorno a su credibilidad ante la ciudadanía, sus problemas de estructura orgánica y de financiamiento, se debaten en la búsqueda de alianzas político-electorales que les permitan ganar el proceso electoral local a celebrarse el primer domingo del mes de febrero del 2005, en el que se renovarán la gubernatura, el congreso local (25 diputaciones), y 8 presidencias municipales.

Sobre el particular, el columnista José Hugo Trejo del *Diario Por Esto de Quintana Roo*, asegura que con los aspirantes a la gubernatura del 2005 desatados en sus adelantadas campañas proselitistas, los principales partidos políticos que operan en Quintana Roo atraviesan por serias crisis internas y adolecen de liderazgos locales que los

cohesionen y les den certidumbre para que por sí mismos puedan enfrentar con éxito la sucesión gubernamental que viene.

A la abierta pugna que prevalece en la dirigencia formal del PRI, así como el activismo que vienen desarrollando los diferentes aspirantes a la candidatura para gobernador del 2005, hay que agregar la carencia de un liderazgo estatal que aglutine a los priistas y meta orden en un partido que pudiera estar viviendo sus últimos meses con la fuerza política hegemónica en la entidad.

Algo similar ocurre con el panismo y el perredismo, que no sólo no cuentan con un líder que les dé cohesión en su organización interna, sino que a estas alturas no tiene una figura propia para participar en la lucha formal por la gubernatura que viene.

Al rendir su *5° Informe de Gobierno* el mandatario Joaquín Hendricks Díaz, aseguró que pronto habremos de dar el ejemplo en Quintana Roo. “El año en curso es de definiciones políticas, de campañas y de activismo intenso y fragoroso. Es deseable que los partidos presenten buenas candidaturas y que éstas dignifiquen la política. Busquemos intensamente recuperar la emoción ciudadana, la confianza de la sociedad en nuestra democracia”.

El 26 de marzo del 2004, puntualizó que: “Soy un gobernador emanado del PRI, formado en sus filas. Como tal, veo con agrado que la debacle anunciada no se cumplió, que mi partido ha ganado nuevamente, que sigue ganando, que recupera la confianza del pueblo mexicano, y que es todavía una opción política probada. Como militante me atengo a las reglas de mi partido y respetaré sus decisiones internas en la contienda política que se aproxima. Sin

embargo, tampoco permitiré que alguien se autonombre iluminado para interpretar la voluntad popular. Vamos a dejar que la democracia haga su trabajo y que lo haga bien”.

Tras escuchar duras críticas de la oposición a su gobierno, el mandatario aseguró que su convicción priista no interfiere con su encargo constitucional, que gobierna para todos los quintanarroenses por igual, independientemente de las ideas políticas que aliente cada uno. Y enfatizó que cree profundamente que la pluralidad solamente enriquece nuestra vida política y que la diversidad es el crisol donde se moldea el quintanarroense de hoy.

7.3 Democracia electoral

La democracia en México tiene dos sentidos, el primero es de carácter teórico y el segundo es de índole práctico. Este último está integrado por los avances históricos en la formación de un sistema electoral apoyado en el sufragio universal, a pesar de contar con una herencia liberal que se remonta a la elección de diputados que elaboraron la Constitución de Cádiz, de corte netamente liberal y de la notable persistencia de una fuerte corriente liberal en el siglo XIX, el “sufragio universal” fue considerado hasta la Constitución de 1917, pero aplicado en forma restrictiva a los hombres, no fue sino hasta de la década de los cincuenta que este derecho político fue extendido a las mujeres. La participación de la población adulta en los procesos electorales es muy reciente en la historia de nuestro país a pesar de

que se contaba con reglas y procedimientos que daban la idea de una sociedad democrática.

En la etapa posterior a la Revolución Mexicana se formó una diversidad de organismos políticos para dar curso a las demandas de los diferentes grupos en los ámbitos nacional y regional, situación que duraría hasta el final de la década de los veinte con la formación del Partido Nacional Revolucionario y la promulgación de una legislación que limitaba y regulaba la formación de institutos políticos en el país, las diferencias debieron ser resueltas al interior del partido oficial desde ese momento.

El analista político Humberto Vega Villicaña abunda que la existencia de un modelo electoral de tipo formal hacia la necesaria creación de nuevos organismos políticos que permitieran simular el funcionamiento de una democracia, así como los puestos de los diferentes niveles del poder público se decidían en las oficinas de la burocracia política y no en la arena electoral.

De forma gradual fueron autorizados nuevos institutos políticos con claros vínculos en las elites del poder, aunque en su origen trataron de expresar las visiones de algunos grupos de la sociedad. De hecho el sistema de partidos fue una creación desde el poder, sin representar los diferentes organismos políticos la expresión de las corrientes más importantes del cuerpo social, éstas tuvieron como campo de acción los mecanismos de negociación interna en el partido de gobierno.

Los espacios económicos y sociales alcanzados por la clase media en México no eran compatibles con la estructura del poder, el crecimiento económico que siguió al fin de la segunda guerra mundial, la creciente

urbanización y el avance del sistema educativo, habían preparado un nuevo entorno social que reclamaba el cambio de las reglas del juego político; los sucesos de 1968 sólo mostraban los límites del sistema para mantener la legitimidad social de su gobierno, en la cúspide del avance económico y transformación del país, se dio el reclamo político más importante de la nueva estructura social del país, la democracia fingida no podía ir más allá de sus límites históricos.

Los mecanismos de control político y la notable adaptación de los gobiernos posteriores al conflicto social de 1968, hizo que el proceso de avance democrático fuese lento, duraría treinta años para conformar un nuevo espectro de acción para la democracia en México. Durante esa fase no había motivaciones externas, la década de los setenta estuvo dominada por los constantes gobiernos militares en el espacio político latinoamericano, que podían cumplir con las más simples reglas de la democracia formal, los países de América Latina vivieron una era de cancelación de sus derechos políticos, en ese escenario latinoamericano el modelo político de México era visto como un ejemplo de estabilidad y continuidad, no era por tanto prioritario intentar una reforma política de largo alcance, que podría hacer entrar al país en una fase de inestabilidad, toda vez, que América Latina estaba dominada por gobiernos militares.

Para México los procesos internos y externos habían madurado lo suficiente como para abordar el cambio democrático por una vía tersa, ante la espectacular caída del dinamismo de la economía mexicana el gobierno pudo resistir los conflictos sociales, en un escenario de baja del nivel de vida, el desempleo se incrementó en el sector de los

trabajadores permanentes, cuando la población económica se estimaba en cuarenta millones (a fines del año 2002), disminución de la cobertura de la educación superior y las graves deficiencias en el desarrollo de infraestructura. El sistema contó con mecanismos suficientes para atenuar los efectos, pero se erosionó su credibilidad política.

El ensayo publicado en el *Cuaderno de Divulgación de la Cultura Política Democrática del Frente Democrático de Agrupaciones Sociales y Políticas A.P.N. (FREDEM)*, en la edición No. 4 del mes de noviembre del 2002 establece que las condiciones para la transición hacia formas más acabadas de democracia estaban dadas, aunque ante la situación del deterioro económico en el pasado reciente, la democracia tiene un compromiso real, reactivar el crecimiento económico y mejorar el nivel de vida de los cien millones de mexicanos.

Sobre este tema el articulista Jorge Zepeda Patterson señala que en nuestro incipiente recorrido por los caminos de la democracia, los mexicanos tenemos un largo trecho pendiente para resolver un problema que sociedades políticas más maduras han sido incapaces de superar: el financiamiento de las campañas políticas. En el fondo, es un problema de la condición humana. Muy pocas personas ofrecen una donación económica con fines políticos a cambio de nada. El que financia a un candidato espera algo a cambio. Parece lógico y racional, pero eso es la esencia misma de la perversión democrática. O como afirma un conocido: “Uno se interesa en la política para sacar dinero, no para meterlo”.

En su colaboración publicada en el *Diario de Yucatán* el 29 de mayo del 2003, subraya que en este momento hay varios miles de candidatos en campaña a lo largo de nuestro país, cuya obsesión no consiste en definir una plataforma atractiva para el elector, sino en encontrar la manera de convencer a personas adineradas e instituciones que meter dinero en su campaña representará una buena inversión.

Concluye que describir una cura infalible del cáncer y lograr un financiamiento de campañas que no prostituya la democracia son dos asignaturas pendientes para la humanidad sin solución a la vista.

En Quintana Roo, la legislación y estructuración del sistema y órganos electorales ha sido intensa entre otras razones y principalmente por su gran dinámica demográfica, originada por la vocación turística del estado. Su apertura y garantía a la participación plural, también es signo importante de que como sociedad nos preparamos para una eventual alternancia en el poder. Para ilustrar la descripción anterior se integra un extracto de la investigación *“El Derecho Electoral en Quintana Roo: Problemas del Presente; Dilemas del futuro”*. Autores: Lic. Carlos Román Soberanis Ferrao y Lic. Ligia Ma. Teyer Escalote.- Edición: Tribunal Electoral de Quintana Roo, 2002.

Los poderes públicos.

El 4 de noviembre de 1975, la I Legislatura del Estado Libre y Soberano de Quintana Roo expidió la primera Ley Electoral del Estado; decreto que fue publicado, el día 15 del propio mes y año, en

el Periódico Oficial del Gobierno de la entidad y que abrogó las Bases Transitorias electorales aprobadas por la Legislatura Constituyente para la elección del primer gobierno.

Ese ordenamiento, dispuso que el Poder Legislativo se depositara en una Legislatura que debía ser renovada cada tres años, integrada por siete diputados de mayoría, electos en cada uno de los distritos electorales en que se dividía la entidad, y por el número de diputados de partido que cumplieran con los requisitos establecidos en la Ley de la materia.

De la misma manera, estableció que el ejercicio del Poder Ejecutivo se depositaba en un solo individuo a quien denominó gobernador del estado, electo popularmente por los ciudadanos “quintanarroenses” cada seis años; en tanto que los Ayuntamientos se integraban con un presidente, un síndico y cinco regidores que se renovaban cada tres años.

El 8 de noviembre de 1977, la I Legislatura decretó reformas y adiciones a diversos artículos de la Constitución Política del Estado, con el propósito de incrementar a ocho el número de diputados de mayoría relativa y a siete el número de regidores en los Ayuntamientos de Othón P. Blanco y de Benito Juárez. Los cinco municipios restantes mantuvieron la misma conformación.

Un año más tarde, bajo los influjos de la reforma política que en el ámbito nacional impulsó el gobierno del presidente José López Portillo y Pacheco, el 25 de Julio de 1978, la II Legislatura reformó, nuevamente, la Constitución local con el objeto de sustituir el sistema de diputados de partido por el de representación proporcional.

Dentro de este contexto, la enmienda constitucional dispuso que la Legislatura estuviera integrada con ocho diputados de mayoría y hasta con tres diputados de representación proporcional (Artículo 52).

Por mandato de esta reforma, se incrementó a ocho el número de regidores en los Municipios de Benito Juárez y Othón P. Blanco, además, para este último se hizo extensivo de manera específica el sistema de representación proporcional y de forma genérica, para todos aquellos municipios que conforme al último censo de población el número de sus habitantes fuera mayor a 100 mil (Artículos 52, 145 y 148).

Es oportuno destacar que dichas modificaciones únicamente se mantuvieron en el plano constitucional sin que el ordenamiento de la materia hubiera incorporado a su contenido las reformas de mérito.

Hecha esta precisión, vale señalar, que para dar paso a ese conjunto de reformas constitucionales dentro del ordenamiento regulador de la materia comicial, el 22 de noviembre de 1979, la II Legislatura decretó una nueva Ley Electoral.

El rasgo distintivo de esta Ley, fue precisamente, reemplazar el sistema de elección de diputados de partido por el de representación proporcional, y, como ya lo comentamos, hacer extensivo dicho principio para el Ayuntamiento de Othón P. Blanco y para todos aquellos que cumplieran con la condicionante poblacional antes indicada (Artículos 4 y 8). No obstante, en atención al número de habitantes, solamente, el primero de los Ayuntamientos citados con antelación, se ajustó al sistema mixto de elección.

Dentro del ámbito legislativo, este ordenamiento retomó el contenido del artículo 52 Constitucional, modificado el 25 de julio de 1978, para plasmar el artículo 4 de la propia Ley, el Congreso del Estado estaría integrado por ocho diputados electos por el principio de mayoría relativa y hasta por tres diputados de representación proporcional (Artículo 4).

Al poco tiempo de que entraron en vigor estas disposiciones, el nueve de diciembre de 1980, la II Legislatura decretó de manera simultánea reformas a diversos artículos de la Constitución Política Local y de la Legislación Electoral, que tuvieron como propósito fundamental, el de crear un distrito electoral uninominal adicional a los ya existentes, a efecto de que el Poder Legislativo estuviera conformado con nueve diputados electos por el principio de mayoría relativa (Artículo 52).

Durante el ejercicio Constitucional de la III Legislatura, el 18 de agosto de 1983 fue decretada la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales del Estado de Quintana Roo, que entre sus aportaciones fundamentales, destaca la de haber incrementado a once el número de diputados electos por el principio de mayoría relativa y haber hecho extensivo el sistema mixto de elección para todos los Ayuntamientos del Estado (Artículo 4 y 8).

En este sentido, el texto original de ese ordenamiento estableció que los Ayuntamientos de Othón P. Blanco y de Benito Juárez, estarían integrados hasta por tres regidores electos por el principio de la representación proporcional; empero, a diferencia de su antecesor redujo a siete el número de regidores electos por el principio de mayoría relativa (Artículo 8).

No obstante, a tres meses de haber entrado en vigor esta Ley, el 17 de noviembre de 1983, sufrió una nueva modificación para ampliar la representación popular en los Cabildos del Estado.

Conforme a esas innovaciones, los Ayuntamientos de Othón P. Blanco y de Benito Juárez quedaron constituidos por un presidente, un síndico, nueve regidores de mayoría relativa y hasta con tres regidores electos por el principio de representación proporcional; en el resto de los Cabildos se amplió a seis el número de regidores electos por la vía de la mayoría y hasta dos regidores por el sistema de representación proporcional (Artículo 8).

El 8 de noviembre de 1989, la V Legislatura modificó por segunda ocasión el texto original de la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales del Estado de Quintana Roo, con la finalidad de que el Congreso local estuviera conformado por trece diputados de mayoría y hasta por cinco de representación proporcional (Artículo 4).

A manera de referencia, el 23 de septiembre de 1992, es decir, ya en la recta final del sexenio del Dr. Miguel Borge Martín, gobernador del Estado en aquel tiempo, el texto original de la Ley en mención sufrió una tercera modificación, que aunque hizo aportes muy significativos dentro de la materia electoral, no varió la estructura legislativa.

Por lo que, la VI y la VII Legislaturas, estuvieron integradas por dieciocho diputados por ambos principios, ya que durante el ejercicio constitucional de ésta última se aprobó un nuevo ordenamiento electoral que modificó radicalmente la conformación del Congreso local.

Con la aprobación de Ley Electoral de 1975, se abrió un nuevo período histórico en la organización de las elecciones en Quintana Roo, que se caracterizó con el surgimiento de organismos responsabilizados de la preparación y vigilancia de los comicios, con un amplio catálogo de atribuciones y funciones a los que denominó Comisión Estatal Electoral, Comités Distritales y Municipales Electorales y mesas directivas de casilla.

Con la Ley Electoral de 1979, La Comisión Estatal Electoral adquirió autonomía, personalidad jurídica propia y una nueva conformación en virtud de que el número de representantes del Poder Legislativo y de los Ayuntamientos se incrementó a dos (Artículos 56 y 57). Una de sus principales innovaciones, fue la desaparición del Registro Estatal de Electores, reconociendo los trabajos desarrollados por las oficinas delegacionales del registro nacional.

Con la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales del Estado de Quintana Roo, decretada en 1983, hubo modificaciones substanciales, entre los organismos responsables de preparar los comicios. Al respecto, vale señalar, que los Comités Municipales Electorales fueron fusionados con los Comités Distritales.

La iniciativa de Ley turnada a la III Legislatura por el Lic. Pedro Joaquín Coldwell, gobernador de Quintana Roo en aquel tiempo, propuso que como resultado de dicha fusión se diera nacimiento a los Comités Distritales Municipales Electorales; sin embargo, el Pleno Legislativo sustituyó esta denominación por la de Comités Electorales, únicamente.

Aunque hubo dos reformas posteriores (17 de noviembre de 1983 y 8 de noviembre de 1989) al texto original de la Ley de Organizaciones y Procesos Electorales, del análisis realizado no se observa variación sustancial alguna en cuanto a los organismos encargados de preparar los comicios.

Sin embargo, la tercera reforma, que tuvo verificativo en el año de 1992, no sólo marcó el antecedente de nuestra legislación comicial vigente, sino, la conformación de un nuevo sistema electoral, en el que, el órgano rector de los comicios abrió sus puertas a la participación ciudadana; así, los quintanarroenses a partir de esa reforma empezarían a tomar el control de los procesos para la renovación de sus representantes populares.

La Comisión Estatal Electoral adquirió una configuración altamente compleja a la que concurrieron los partidos políticos de acuerdo a la proporción de sus fuerzas en el proceso comicial y en donde el secretario de gobierno, aun cuando se mantuvo como presidente de dicho órgano, podía delegar, si así lo estimaba, su representatividad electoral en otra persona.

En este contexto, la Comisión Estatal Electoral, quedó integrada con un presidente quien era el secretario de gobierno o la persona que éste designara; un secretario, cuyo nombramiento recaía en un notario público; cuatro comisionados ciudadanos designados por la legislatura a propuesta del gobernador; cuatro comisionados del Poder Legislativo, de los cuales, dos representaban a la mayoría y los otros dos, a la primera y a la segunda minoría y, con los comisionados de

los partidos políticos nacionales con registro en el Estado de acuerdo a los porcentajes de votación.

La reforma política de 1995.

En enero de 1995, el entonces gobernador del Estado de Quintana Roo, Mario Ernesto Villanueva Madrid, con el concurso de los partidos nacionales con registro en la entidad, convocó a una amplia consulta popular a fin de que la ciudadanía participara con sus propuestas en la elaboración de una nueva legislación electoral.

Vencido el plazo el 24 de julio de 1995 y con los resultados obtenidos mediante la concertación de diversas fuerzas políticas en una mesa de negociaciones, comenzaron los trabajos para la integración del paquete electoral, que concluyó como puntos básicos: revisar y reformar la Constitución Política del Estado para elaborar un nuevo ordenamiento comicial.

Al haber concluido a inicios del mes de septiembre de 1995, con los trabajos anteriores, surgió en los impulsores de la reforma una disyuntiva: en virtud de que el proceso electoral estaba en puerta, y que el proyecto original del Código Electoral estableció en sus apartados correspondientes que, del 17 al 19 del mismo mes y año, los partidos políticos debían presentar ante la Legislatura del Estado las propuestas de los ciudadanos que habrían de integrar el Consejo Estatal (este organismo sustituyó a la Comisión Estatal Electoral) y el Tribunal Electoral, resultaba fundamental que, a más tardar el 15 de septiembre, el Congreso local aprobara el nuevo ordenamiento.

Para no alterar los plazos legales y en razón de que el código Electoral estaba vinculado con algunas disposiciones de carácter constitucional, que debían de modificarse primero, quienes integraban la VII Legislatura en aquel entonces, acordaron establecer una agenda para desahogar durante un período extraordinario de sesiones, el paquete de iniciativas ya referidas, comenzando el trámite legislativo con las reformas a la Constitución Política del Estado.

Vale señalar, que las reformas constitucionales impulsaron un avance sustancial en la integración del Poder Legislativo: el número de diputaciones por el principio de mayoría relativa aumentó de 13 a 15 y, los escaños de representación proporcional pasaron de 5 a 10.

Al mismo tiempo, se varió la integración de los propios Ayuntamientos, disponiendo, como hasta ahora, que el de Othón P. Blanco y el de Benito Juárez, estarían conformados con un presidente, un síndico, nueve regidores electos según el principio de mayoría relativa y seis regidores de representación proporcional.

En tanto que los Ayuntamientos de Felipe Carrillo Puerto, José María Morelos, Cozumel, Lázaro Cárdenas, Solidaridad e Isla Mujeres, con un presidente, un síndico, seis regidores electos por la vía de la mayoría y tres regidores de representación proporcional.

Sin desestimar las modificaciones anteriores, el paso más significativo de la reforma constitucional, fue la desaparición del principio de auto calificación; es decir, a partir de esa modificación, las Legislaturas y los Ayuntamientos ya no tendrían la encomienda constitucional de calificar y validar los procesos electorales en los que habían resultado electos.

Conforme a esta innovación, la VII Legislatura y los Ayuntamientos que se instalaron en el año de 1993, pasaron a formar parte de la historia política de Quintana Roo como los últimos órganos de representación popular, en los que sus miembros, calificaron sus propios cambios.

Decretadas las reformas constitucionales el 15 de septiembre de 1995, quedó expedito el procedimiento para discutir el proyecto del nuevo ordenamiento. Así y durante un intenso debate, el día 18 del mismo mes y año, la VII Legislatura aprobó por unanimidad el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales del Estado de Quintana Roo.

La evolución electoral en síntesis.

El 20 de septiembre de 1995, se publicó en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado, el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales del Estado de Quintana Roo. Los temas que cobraron mayor discusión dentro de este ordenamiento, fueron esencialmente: la distritación electoral; el financiamiento a los partidos políticos; los órganos encargados de preparar la elección; la estructura y el funcionamiento del órgano responsable de impartir justicia electoral y las reglas adoptadas para la integración de la Legislatura local.

Sin embargo, en agosto de 1996, el Congreso de la Unión aprobó un conjunto de reformas a diversos artículos de la Constitución General de la República, que marcaron una clara tendencia federal de los procesos electorales locales.

Para dar curso a las innovaciones que en el ámbito federal se habían adoptado en materia comicial, el artículo segundo transitorio del decreto de reformas a la Constitución Federal, dispuso que en un plazo determinado, los Estados del país tuvieran que ajustar sus respectivos ordenamientos constitucionales y electorales a los principios contenidos dentro del artículo 116 de la Carta Magna.

En cumplimiento a este mandato, el 22 de febrero de 1997, la VII Legislatura reformó diversos artículos de la Constitución Política de Quintana Roo, a efecto de incorporar al Tribunal Electoral, al Poder Judicial del Estado; considerar a los funcionarios que integran los órganos electorales como sujetos de juicio político y, garantizar que, las autoridades electorales, gocen de autonomía en su funcionamiento e independencia en sus decisiones; los partidos políticos reciban en forma equitativa el financiamiento público estatal para el sostenimiento de sus actividades ordinarias y que durante los procesos comiciales cuenten con un financiamiento adicional para el desarrollo de sus actividades proselitistas.

Al calor de esas enmiendas, el 3 de marzo de 1997, el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales fue reformado, para otorgar carta de naturalización a las modificaciones que se habían adoptado en el ámbito constitucional.

No obstante, el momento crucial de la reforma electoral en Quintana Roo, se fortaleció un año más tarde, en antesala a las elecciones locales a celebrarse en 1999, para renovar la Gubernatura, el Congreso y los ocho Ayuntamientos del Estado.

En esta virtud, luego de una amplia consulta pública que se realizó para dar paso a una nueva reforma, el 25 de junio de 1998, la Diputación Permanente de la VIII Legislatura convocó a un período extraordinario de sesiones, que partió de una profunda revisión a la legislación electoral, empero que básicamente, centró su atención en los siguientes aspectos: el financiamiento a los partidos; las reglas para la integración de la legislatura; la justicia electoral y la creación de los partidos políticos estatales.

Es de advertir, que conforme al contenido del artículo 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el plazo para la promulgación y publicación de las nuevas reformas tuvo como fecha límite el 12 de julio de 1998.

Así pues, el 10 de julio de 1998 fueron publicadas en el *Periódico Oficial* del Gobierno del Estado, las reformas al Código de Instituciones y Procedimientos Electorales del Estado de Quintana Roo. Luego de un intenso debate y negociaciones entre las fracciones de los partidos políticos en el Congreso del Estado, se aprobó la nueva Ley Electoral de Quintana Roo que entró en vigor el viernes 19 de marzo del 2004.

Una reforma substancial en la que destacan la creación del Instituto Estatal Electoral; los topes de gastos de campaña para cada partido o coalición; el periodo de precampañas antes del registro oficial de los aspirantes; todo lo relativo a la figura de coalición; la nueva distritación en la entidad que se realizaría posterior a las elecciones de febrero del 2005, en las que se renovarían el ejecutivo estatal, 25 diputaciones

locales y 8 presidencias municipales. Así mismo, el Poder Legislativo aprobó un nuevo calendario electoral para el Estado.

Sobre el particular, a propósito del 5° Informe de Gobierno, el 26 de marzo del 2004, el gobernador Joaquín Hendricks Díaz, emitió el siguiente mensaje:

“México está cambiando. La sociedad reclama mayores espacios de participación y una efectiva democracia política. Perfeccionar nuestro sistema electoral debe ser tarea cotidiana en los tres niveles de gobierno”.

Por este motivo, tomamos la decisión de impulsar una reforma electoral que consolide los avances en la construcción de un sistema político más democrático. Se partió de la idea de establecer reglas claras que dieran mayor certeza a los comicios y que respondieran a las demandas de una democracia política más eficaz y transparente.

Como ustedes saben, la iniciativa de reformas a la ley electoral del estado fue motivo de un intenso proceso de discusión por parte de los partidos y los grupos sociales interesados en la vida política del estado. Afortunadamente el debate se llevó a cabo en un clima de corresponsabilidad y respeto, lográndose una suma de voluntades suficiente para que, manteniéndose las posiciones partidistas, se lograran consensos y se aprobaron las nuevas normas que garantizan la gobernabilidad en el estado.

Confiamos que la aplicación de las nuevas normas se hará de manera estricta e imparcial. El Instituto Estatal Electoral es nuestro garante firme de la legalidad de los procesos, de la certidumbre que requiere nuestra vida política. Los consejeros que lo integran fueron

designados tras un minucioso escrutinio de la legislatura y sus calificaciones fueron aprobatorias. La calidad moral y profesional de los miembros de ese organismo dará, indudablemente, viabilidad y certidumbre a las elecciones locales del próximo año.

Contamos con una nueva ley electoral para Quintana Roo, que evita el dispendio propio de las largas campañas políticas. Facilita una competencia electoral justa y debe inhibir la aparición de actos corruptos provocados por alianzas contrarias al interés público. Esta ley recoge el sentir popular y lo convierte en norma. Su fin último es la dignificación de la actividad política.

El ciudadano común ya está harto del derroche, de la excesiva propaganda que ensucia las ciudades, de la falta de seriedad y de propuesta de los actores políticos. Nos felicitamos que el gobierno federal y los partidos representados en el Congreso de la Unión, coincidan en esencia con los principios que hoy en Quintana Roo son ley.

La adecuada instrumentación de las nuevas normas electorales será garantía de una conducción racional del proceso político que se avecina del cual, reitero, seré absolutamente respetuoso. Pero con la misma convicción, exigiré el necesario respeto a las normas de convivencia que rigen nuestra vida política, pues sólo así estaremos seguros que no se afecten las condiciones que requiere nuestro desarrollo.

Con las nuevas reglas para la participación política y fortaleciendo nuestra política de tolerancia e inclusión, abierta a la participación social, democrática por convicción y con una alta responsabilidad

histórica, protegeremos al estado de los conflictos que enrarecen la vida política nacional y que son motivo de preocupación de todos los sectores económicos y sociales del país, incluso, de gobiernos y de inversionistas extranjeros. El estado requiere tranquilidad y paz para mantener su desarrollo, y en esta tarea no daremos ni un paso atrás.

Una vez más reitero mi absoluto respeto y neutralidad frente a los procesos electorales, esperando que los actores de esta contienda política dignifiquen la lucha y eleven el debate. Aspiro a conocer propuestas serias, análisis objetivos y justos de la situación de nuestro estado, de sus avances y sus rezagos. Aspiro a que haya una contienda política con pleno sentido de la dignidad y respeto que nos merecemos todos los quintanarroenses.

La consigna para todos es: DIGNIFIQUEMOS LA POLÍTICA, acuñó el ahora ex gobernador de Quintana Roo, que tras 10 años de su mandato, si bien tiene en su haber la última reforma política integral, también propició fragmentar el desarrollo de la clase política local y la infiltración del poder económico y político en la estructura mediática de la entidad, lo que sus sucesores Félix González Canto y Roberto Borge Angulo han consolidado.

7.4 Influencia mediática

Es mayúscula la discusión sobre si el periodismo y en general el mundo de la comunicación aún transitan por los caminos tradicionales de la ética, y por si fuera poco, hay que añadir la situación que guarda la actividad en materia legal, su función social y su credibilidad.

De lo que no hay duda, es que en este debate sin reglas claras (quizá sólo las que rigen los diversos intereses políticos y económicos), el periodismo y la comunicación integran una masa amorfa denominada ahora influencia mediática, en la que participan activamente corrientes ciudadanas, partidos políticos, gobiernos, y diversas organizaciones e instituciones de diferente filiación.

A decir de Jesús Silva Herzog Márquez, en un artículo publicado por el Diario de Yucatán (6 de febrero del 2003), e intitulado: “El decálogo del periodista” (no es más que un llamado a difundir información responsable con base en el conocido decálogo de Adam Michnik); hoy día “bien se sabe que los medios no son ventanas que reflejen cristalinamente lo que sucede”.

Asegura el articulista que si se tratará de una ventana, tendría un vidrio que magnifica, pondera, oculta, colorea la realidad que enmarca. También sería una ventana que se muestra así misma tanto como muestra al mundo. En los últimos tiempos, de hecho, buena parte de la atención de los medios han sido los mismos medios. No es extraño que así haya sucedido. El surgimiento de un ecosistema político diferente realza esa discusión. Y más recientemente han habido eventos que enfocan la atención pública: La Ley de Transparencia de la Información Pública, lo sucedido al *canal 40*, el escándalo de la cobertura de *TV Azteca*, cambios en importantes diarios, y visibles pleitos entre periodistas.

Añade que hay quien sostiene que el punto de partida para examinar la condición del periodismo mexicano es la denuncia de las amenazas que lo intimidan. “No desconozco la sobre vivencia de elementos

perversos. Sospecho que se ubican crecientemente en las plazas de la política local y en la fuerza controlada del crimen. Es claro también que el tejido legal que enmarca la actividad periodística es arcaico y abre demasiados espacios para la discreción. Pero mi impresión es que el ángulo desde cual debe pensarse esta labor es el de la responsabilidad. La antigua censura o la vieja complicidad entre el periodismo y el poder diluían ese compromiso. Eso ha sostenido Kapuscinski en alguna parte. La censura era un sofá en el que los periodistas podían descansar. No había de que preocuparse: el autor verdadero de lo que ellos firmaban estaba en otra parte”.

En este contexto, adquiere relevancia el decálogo de Adam Michnik, un duro opositor a la dictadura polaca y un duro crítico de las tentaciones de venganzas de la nueva democracia en su país. Sus ensayos están compilados en dos volúmenes con los títulos “Cartas desde la prisión” y “Cartas desde la libertad”.

A propósito de proteger la dignidad de la profesión periodística a partir del cuidado de sus deberes, Michnik destaca de su decálogo el primer mandamiento: “adorarás a un solo Dios. Pero el Dios del periodismo tiene dos nombres: libertad y verdad. El periodista no puede venerar otras deidades. Si nos inclinamos ante otro Dios: “el estado, el pueblo, la familia, la seguridad pública”, a costa de la libertad y de la verdad, seremos castigados. El castigo será la pérdida de la credibilidad sin la cual es imposible ejercer nuestra profesión”.

El segundo mandamiento es “no jurarás en vano”. El periodismo supone un respeto escrupuloso por las palabras. “Cuando se abusa de las palabras sagradas, éstas pierden su valor y se convierten en

términos vacíos y triviales”. Tercer mandamiento: “descansarás el sábado”. Si el trabajo periodístico es una carrera contra el tiempo, si es necesario correr siempre para tener la primicia del hecho, hay que descansar para reflexionar.

“Honrarás a tus padres, amarás a tu prójimo como a ti mismo, no matarás”. Esos son los siguientes mandamientos periodísticos que implican el respeto a los otros y el cuidado de la propia dignidad. En primer término, el honor a los padres implica el cuidado de la herencia recibida. El periodista no trabaja en una tierra virgen. Hay que ser crítico, severo, si es debido, pero siempre con respeto y, sobre todo, con conocimiento de las cosas. Amar a los otros como a ti mismo es una exigencia de auto respeto. Debes amarte, respetar tu dignidad como periodista. Cultivarla. Eso implica plantearse preguntas difíciles, responderlas con honestidad. Significa ver en uno mismo a un sujeto y no a un objeto.

Michnik sostiene que el periodista no debe matar (con la palabra puede hacerlo). Eso quiere decir que haz de combatir con tu pluma, pero que deberás hacerlo con honestidad y sin odio, no patees a quien ya está tirado en el suelo. No asestes ni un sólo golpe por encima de lo imprescindible. Y no te engañes pensando que tienes la receta de la justicia. Tampoco sueñes que eres el “brazo de Dios” cuando asestes golpes mortales a tus adversarios. “Los golpes letales suelen ser golpes bajos”.

La última publicación que se hizo de este decálogo fue en la *revista etcétera* en 1999. Se destacó que el periodista también ha de abstenerse de cometer adulterio, es decir, prostituir su profesión para

conseguir poder, dinero o tranquilidad. Tiene prohibido robar, porque nada hay tan vergonzoso como el plagio (robar las ideas ajenas) o tan ofensivo como la difamación (robarle a otro el buen nombre) o tan nocivo como la mentira (robarle a todos la verdad). Tampoco le es permitido falso testimonio contra su prójimo.

Se asegura que no todas las verdades han de ser dichas diariamente ni de manera inmediata. Hay verdades que conciernen a los secretos profundos de la conciencia, verdades íntimas que no tiene derecho de conocer el lector. No deberá tampoco desear a la mujer de su prójimo. La envidia, sostiene el polaco, conduce a la cobardía, a la pleitesía frente a los poderosos, a supeditarse a las multitudes.

El undécimo mandamiento no proviene de la moral religiosa sino de los consejos de taberna: “no hagas mezclas”. Si es nocivo combinar alcoholes, también es peligroso mezclar el periodismo con otras tareas. “el periodismo no es política ni tampoco actividad pastoral. No es una tienda de flores y tampoco una conferencia universitaria. La confusión de los ámbitos conduce a la corrupción del periodismo”.

En su decálogo, Michnik, agudiza la pluma: “si los políticos, los empresarios y los curas se corrompen cuando olvidan su cometido, también hay periodistas corruptos que “se dedican a hacer propaganda en vez de informar; a hacer publicidad de algo en vez de describir las cosas con honestidad; que participan en campañas alborotadoras en vez de fomentar las polémicas sensatas”.

El periodista y académico de la Universidad Autónoma de Veracruz, Luis Velázquez asegura que para convertirse en líder de una comunidad, ganar la credibilidad de los lectores, incrementar la confianza de

los ciudadanos, gozar del respeto de los grupos sociales, el periódico necesita tener en los empleados de redacción y publicidad a sus más extraordinarios aliados.

Para ello, lo recomendable es asumir un código deontológico que reoriente la conducta profesional con el afán de promover el profesionalismo, la integridad y la independencia del medio.

A continuación se exponen unos apuntes que idealmente deberían integrarse en un código de ética periodística.

1. El periodista debe cumplir con su deber de informar, basado en la verdad.
2. El buen periodista informa sin halagar y critica sin ofender.
3. La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos habla de la libertad de expresión y del profundo e inalterable respeto a la vida privada. Por tanto, la vida privada es intocable. Importa la vida pública del funcionario cuyo trabajo incide en la sociedad.
4. El periodista debe profesar respeto a la dignidad humana, así se trate de un cacique o un criminal.
5. El reportero es un informador de hechos, no un juez de los hechos y/o de las personas. Así, y aun estando en desacuerdo con el entrevistado o con el protagonista de los hechos, debe informar con objetividad a los lectores, sin tomar partido alguno. En la página editorial, el periódico y los columnistas expresarán su punto de vista, analizarán las ventajas y desventajas, conveniencias e inconveniencias del hecho informativo, admitiendo siempre el derecho de

réplica de los lectores. Pero se insiste: el reportero está obligado a informar de los hechos tal y como ocurrieron.

6. Un periódico y un periodista deben anteponer su condición humana en cualquier escrito. El medio de comunicación es un espejo de la sociedad y debe hacer suyas las esperanzas y desesperanzas, alegrías y tristezas, éxitos y fracasos, alientos y desalientos de la comunidad. De igual modo, debe respetar al policía que cumple con su trabajo, al agente de tránsito que se pasa horas bajo el sol, al predicador que anda de casa en casa difundiendo su verdad religiosa, y hasta al presunto violador sujeto a juicio. Finalmente, el periodista es un ser humano que escribe para seres humanos, no para máquinas o robots.
7. Más que ningún otro profesional, el periodista está obligado a ser justo, dominando las tentaciones de la subjetividad que en el trabajo periodístico son muchas y constantes.
8. El respeto a los lectores, a las fuentes informativas, a los protagonistas de la noticia, debe manifestarse hasta en la manera de referirse a ellos. Si una persona tiene sobrenombre o apodo y el reportero lo incluye en su nota informativa, corre el riesgo de lastimar la dignidad del otro. El viejo principio periodístico indica que de una fuente debe publicarse el nombre completo y el cargo, si lo tiene.
9. Un reportero jamás debe publicar o afirmar en sus notas lo que sea incapaz de sostener frente al entrevistado.
10. El sacerdote busca la tranquilidad de los fieles, el político el ejercicio del poder y el periodista la verdad. Cualquier desvío es prostitución moral.

11. En un trabajo informativo deben publicarse las distintas versiones de un hecho, para que el lector esté documentado y pueda equilibrar su opinión.
12. El periodista debe escribir con las neuronas y nunca con las hormonas, con la mente y jamás con el hígado.
13. Ser crítico, pero no ciego o pasional. Los lectores confían en un periódico objetivo y veraz.
14. Cuando se escribe... se escribe para todos.
15. Las preferencias ideológicas deben ocupar otro espacio en la vida de cada reportero. Si un periodista pertenece a un partido político, terminará haciendo un periodismo sectario, al servicio del partido y no al servicio de los lectores.
16. La credibilidad y la reputación de un medio de comunicación depende de la veracidad con que se informe o analice el hecho noticioso.
17. La función de un periodista es informar y orientar; pero de igual modo, convencer de que está publicando la verdad.
18. Sin contenido ético en las informaciones, el periodista está perdido. Los hechos –y las pruebas de los mismos– son el único aval del reportero.
19. La autoridad moral de un periódico y de un periodista es un frágil castillo de arena. Transcurren años para construir el edificio y el primer viento –la primera mentira publicada, el primer desliz informativo– destruye hasta los cimientos.
20. Jamás podrá abusarse del derecho a la libertad de expresión o del derecho a la información.

21. Las páginas de un periódico nunca deben ponerse al servicio de intereses ajenos a los lectores que, por otro lado, “es una práctica del abuso que crece a la sombra de la libertad”, según afirma el director del diario español *El País*.
22. La información es un derecho de los ciudadanos y no un derecho de los periodistas. El periodista es un puente de enlace entre los hechos y los lectores.
23. Se ha dicho que la prensa es un poder. Falso. Constituye un instrumento de información y difusión del conocimiento, pero también es un límite, un freno, una barricada, un obstáculo al abuso del poder.
24. Los reporteros suelen afirmar que los políticos se marean y pierden el equilibrio moral en el ejercicio del poder omnímodo. Pero, en ocasiones, los periodistas –que carecen de poder político– se marean más. Si el reportero se vuelve protagónico de un hecho, centro del escenario, epicentro de la información, pierde la objetividad de los hechos. Los lectores deben desconfiar del periodista que se presenta como el dueño absoluto de la verdad.
25. La tolerancia, la duda continua, la curiosidad y la tenacidad regidas por la búsqueda de la verdad, son irrenunciables en el oficio de informar.
26. La responsabilidad ética de un reportero depende de un buen salario. De lo contrario, estará sometido a tentaciones monetarias. El director o propietario de un medio nunca podrá exigir autoridad moral al reportero, columnista, fotógrafo, caricaturista o publicista, si paga sueldos indecorosos.

La imagen moral y ética de un periódico la proyectan, en primera instancia, los reporteros, fotógrafos y publicistas, pues en cualquier caso ellos asumen conductas subjetivas y privadas en su vida profesional.

Es honesto y responsable... quien desea. De igual manera es corrupto quien así lo decide y pese a que tenga a la mano decenas de códigos éticos y mandamientos religiosos en la vida familiar.

A este marco moral y ético, además del legal y político, hay que agregar al ejercicio periodístico su propia protección, su derecho al secreto profesional. El investigador del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, Ernesto Villanueva opina que el derecho al secreto profesional del periodista es la prerrogativa del periodista a no revelar sus fuentes de información frente a terceros ni autoridades judiciales ni administrativas, siempre y cuando la información esté debidamente contrastada y/o documentada y sea de interés público.

¿Por qué legislar sobre ello? ¿No se otorgan patentes de impunidad a los periodistas? Sobre el particular, el primer y reiterado prejuicio consiste en afirmar que el derecho al secreto profesional del periodista es una patente de impunidad, de ahí que allá que introducir salvaguardas jurídicas para evitar su uso incorrecto. Es, por supuesto, una apreciación equivocada por dos razones: a) el periodista es un beneficiario instrumental del derecho, pero no es la razón y medida del bien jurídico que protege ese derecho.

En otras palabras: ¿Qué protege el derecho al secreto profesional del periodista? ¿Al periodista? ¿A la fuente de información? Protege en realidad el derecho a saber del público en primer término y en segundo a la fuente de información con sus matices. El periodista

hace las veces de mensajero de esa información, de tal suerte que se ve protegido por la única circunstancia, sin la cual no podría satisfacer un derecho superior: el derecho a que la sociedad esté informada para una mejor toma de decisiones.

El segundo problema es: ¿Por qué no revela el periodismo su fuente de información? ¿Qué oculta? ¿No es cierto que los códigos de ética establezcan que la credibilidad se logra identificando las fuentes? En términos generales el periodista debe dar cuentas de sus fuentes de información. El derecho al secreto profesional del periodista es una prerrogativa de excepción que ejerce para dar sentido al derecho de las personas a la información.

Oculta no la información, sino la fuente en el claro entendido que la información es de interés público; es decir tiene una relevancia social. De ahí que prácticamente todos los códigos de ética reconocen el secreto profesional como una institución que debe proteger el periodista.

De igual forma, es importante recalcar que el periodista no se puede convertir en auxiliar del agente del ministerio público ni sus investigaciones deben ser supletorias de las facultades de investigación de la autoridad pública: su función es informar al público, no ser informante de los órganos de procuración de administración de justicia, simple y sencillamente porque si lo hiciera, en ese momento desnaturaliza su función social y privaría de información que la sociedad tiene derecho a conocer.

Por otra parte, la credibilidad periodística pasó de ser un efecto natural del ejercicio profesional a un reto actual del periodista. “Se confía

menos en los periodistas”, confirma el experto Lewis Wolfson en la edición del *Diario de Yucatán* publicada el 10 de abril del 2004. Subraya la ironía: “El periodismo actual es mejor, porque se conocen más cosas y es más variado, pero quizá antes se sabía mejor qué cosas se podían hacer y qué cosas no; ahora hay quienes no respetan las exigencias como deberían”.

El que eso ocurra en otros ámbitos no debe servir de justificación, según el especialista: “Es cierto que el caso del periodismo no es único y que vivimos en una sociedad en la que la ética es un problema en todas las profesiones. Pero yo tengo la impresión de que los periodistas deberían respetar unos estándares más elevados, porque son ellos quienes tienen que contar qué ocurre en otras profesiones, en el gobierno, en las empresas. Tienen que mantener su propia credibilidad para poder ser creíbles al hablar de todos los demás”.

Otra posibilidad, añade el articulista Jorge Eugenio Ortiz Gallegos, es que “la actitud sobre los medios se limite a reflejar la desconfianza que, en general, se siente hacia todas las instituciones”. Un estudio distinto apunta a la percepción de que “los medios pierden en precisión y los periodistas sensacionalizan las noticias para vender periódicos y progresar en sus carreras profesionales”.

Explica en la edición del 12 de marzo del 2003 en el *Diario Por Esto* de Quintana Roo que, huyendo de respuestas excesivamente simples, los autores del estudio entienden que las tendencias registradas ayuden a que aumente la desconfianza de la gente en los medios, con lo que se crea un círculo vicioso: “Caen las audiencias; eso lleva a recortes en las redacciones y a otras medidas, y refuerza las sospecha que los

medios están más motivados por razones económicas que por el servicio público”.

¿Cuánto puede resistir el periodismo si se acentúa la desconfianza? Según el estudio, “para invertir el declive de audiencia hará falta un cambio básico en la prensa, que haga las noticias más relevantes y más personalizadas, y que demuestre a los ciudadanos que los medios están más preocupados por el bien público de lo que creen los estadounidenses”.

Esta situación investigada y documentada en Estados Unidos, no es ajena a nuestro país, y quizá con mayor significancia por la fuerza monopólica de los medios audiovisuales y algunas cadenas de periódicos.

Los grandes grupos de EE.UU están vinculados entre ellos y además dependen, por ejemplo, de Murdoch (The Walt Streetn Jounaly Fox News). General Electric fue la propietaria de NBC hasta mediados de 2013. Steve Burke, vicepresidente ejecutivo de comcast (en 2013 unida a NBC) es directivo de JP Morgan Chase y General Motors (Hugues Electronic) tiene una importante influencia en Direct TV, cuyo socio mayoritario es News Corp. (Murdoch). En Time-Warner está la TBS que es propiedad de Ted Turner, dueño de la CNN. Disney y McDonald tienen acuerdos de promoción mutua. El Grupo Tribune es propiedad de Sam Zell (sector inmobiliario). En 2009, Carlos Slim (Telmex, etc.) aumentó del 7% al 17% su presencia en el grupo editorial de The New York Times (máximo accionista). Ahora en 2013 es del 7 por ciento. Miami Herald, por ejemplo, es propiedad de McClapchy Corp., que posee unas 30 cabeceras en el país. Su sede

está California y sus accionistas son BNP Paribas (Banca, Francia), Bank of America, JP Morgan y diversos fondos de inversión. The New York Times anunció este mes de agosto la venta The Boston Globe y otras propiedades a John W. Henry, propietario del equipo de béisbol Red Sox de Boston y del Liverpool FC. También en agosto Jeffrey Preston Bezos –fundador de Amazon- compra The Washington Post a la familia Graham, propietaria durante 80 años. La televisión más importante de habla hispana en EE.UU es Univisión que el millonario Señor Saban compró a Cisneros (Venezuela) y Azcárraga dueño de Televisa, en México). La otra gran cadena en español, Telemundo, es de NBC, la lista es interminable.

-¿Y en la Unión Europea?

-En Inglaterra, The Independent (y otros) es propiedad del magnate ruso Alexander Lébedev, que posee en Rusia negocios agroindustriales (el mayor productor de papas del país), aeronáuticos (Aerofloft) y financieros, Lébedev fue agente de la KGB soviética. Los hermanos gemelos David y Frederick Barclay, propietarios de hoteles (el Ritz de Londres, por ejemplo) y de otras empresas, son los dueños del Daily Telegraph y su grupo. De Alemania es uno de los seis mayores conglomerados del mundo, Bertelsmann, que llegó a cooperar con los nazis y en la actualidad posee la mayor editorial del mundo –Random House- en unión con el grupo Pearson (Inglaterra, dueño de The Financial Times, por cierto). En Francia, la televisión privada más importante, TF1, es propiedad de Bouygues (construcción). El diario “de izquierda” Libération, es de Edouard de Rothschild (Banca). El otro periódico de izquierdas –Le Monde

Diplomatique- pertenece al grupo Le Monde que, a su vez, tiene como accionistas al trío de empresarios Pigasse (Banca), Bergé (industrial) y Niel (telefonía), y a Prisa (España) dominado por el capital estadounidense (Liberty) y por la banca (HSBC, BBVA, La Caixa, Santander...). El grupo fundado por Jean Luc Lagardère (industria pesada y de armamento) ha vendido casi toda su división a Hearst (EE.UU). Dassault (armamento) es propietario de Le Fígaro. En Italia, Fiat Chrysler, Pirelli, Mediobanca, etc., son accionistas de Rizzoli/corriente dellasera (RCS), propietario de El Mundo (España). Es una tendencia mundial que empresas ajenas al periodismo sean propietarias de comunicación.²⁰⁵

La concentración de las concesiones de radio y televisión en México es una de las más elevadas en el mundo: En la radio comercial el 76% del sector se encuentra en manos de 14 familias. Sólo 4 grandes cadenas operan la mitad de las emisoras, esto es un 47.5%. Y en la televisión la concentración es aún mayor. El grupo *Televisa* opera 306 estaciones, 50% del total, mientras que *Televisión Azteca* opera 180 estaciones, 30% del total. Es impensable hablar de economía de mercado en este régimen que predica el cambio.

La actual Ley Federal de Radio y Televisión fue promulgada en 1960 y se le adicionó un primer Reglamento expedido en 1973. La explotación oligopólica de estos medios electrónicos es resultado de un histórico modelo comercial que la Secretaría de Gobernación y el Senado parecen respaldar impidiendo la emisión de una nueva Ley: reducir de

²⁰⁵ www.personal.us.es/ramonreig

12.5% a sólo 1.5%, es decir de 180 minutos diarios a sólo 18 minutos en televisión y de 35 minutos en radio, los tiempos que obligatoriamente debían cederse para la publicidad del gobierno mexicano y las instituciones afines.

El México del XXI es ya distinto del que existió hace 40 años con la primera Ley de Radio y Televisión. Hoy operan en aspiración democrática 14 partidos políticos nacionales y 80 agrupaciones políticas, se tienen registradas más de 5 mil organizaciones civiles en todo el país, un 12% de los mexicanos ya no profesa la religión católica, más de la mitad de la población se encuentra en condiciones de pobreza, 3 de cada 4 mexicanos viven en zonas urbanas, el 30% de la población son jóvenes entre 15 y 22 años y son 18 millones los indígenas, cuya mitad son hablantes de lenguas aborígenes.

En tales condiciones el 80% no sólo de la información, sino de la educación popular se origina en los medios electrónicos. La nueva legislación de Radio y TV debe orientarse al respeto de los derechos de mujeres, niños y ancianos, de los pueblos indios, de los discapacitados, de las religiones minoritarias, de los sujetos con orientación sexual distinta, de las familias sin techo, de los enfermos de VIH Sida, de los emigrantes.

En otro orden, un año después, el periodista y académico José Carreño Carlón afirmó: “Se suplantan funciones que son del Estado”.- Los medios de comunicación se han constituido en un “nuevo campo de batalla” entre los grandes intereses y poderes, en un “poder supremo” que ha suplantado funciones que corresponden al Estado.

Los medios han impuesto otros modos de relación entre actores políticos y sociales, que se someten ante ellos poniendo en sus manos ataques y defensa con bombas informativas, dijo el director de la División de Estudios Profesionales de la Universidad Iberoamericana. “Estamos frente a una nueva expresión del papel de los medios como los nuevos campos de batalla -como los llamó Pierre Bourdieu- entre los grandes intereses y los grandes poderes”, indicó”.

Pero estos nuevos campos de batalla –agregó- “obviamente no son neutrales: están siendo administrados por los grandes medios, que han logrado una gran autonomía respecto de los poderes políticos”.

Carreño, uno de los más reconocidos expertos en comunicación política en México, apunta que “esta autonomía del poder de los medios no se refiere –o no sólo- a la independencia de los medios respecto del gobierno y los partidos para cumplir mejor la función de vigilancia de los poderes estatales en nombre de la sociedad, como planteó la teoría clásica”.

“Estamos ante un nuevo fenómeno, por el cual los grandes medios tienden a convertirse – en México lo lograron en estos últimos años- en un poder por encima tanto de los poderes del Estado y sus normas constitucionales y legales como de la sociedad”, establece.

En entrevista con la *Agencia Informativa APRO*, el Ex Director de Comunicación Social de la Presidencia de la República, José Carreño Carlón, opina sobre los poderes mediáticos:

-Ante esos riesgos, ¿qué se puede prever?

-Más que prever el siguiente episodio con la nueva video grabación o la nueva interferencia telefónica, el futuro se vuelve impredecible en

una situación de poderes políticos fragmentados frente a poderes mediáticos cohesionados en un sólido esquema monopólico. ¿Qué sigue ahora que el poder privado de los medios ha suplantado también la función fundamental del Estado de administrar los conflictos entre los actores sociales, incluso entre los poderes políticos previstos en la Constitución y, en general, entre los particulares? Que esta función eminentemente estatal será ejercida cada vez más conforme a los planes de negocios de las grandes empresas mediáticas, apuntalados hoy por la centralidad política de sus altos directivos.

En la edición del *Diario de Yucatán* del 8 de marzo del 2004, en donde se reproduce esta entrevista, el también ex subdirector de *La Jornada* precisa: “Sin demérito del valor noticioso de los conflictos entre poderosos, famosos o notables, que justificaría la atención de estos asuntos en los medios, lo relevante es que éstos suelen administrar su visibilidad de acuerdo con una serie de factores adicionales al del valor de las noticias. Es un nuevo poder supremo al que los exponentes de los poderes constituidos le rinden tributo, entre otras cosas, elevando ante él sus causas y las causas contra los demás”.

Por otra parte, el articulista Javier Corral Jurado afirma que los cambios en curso relacionados con la sociedad de la Información no tratan simplemente de tecnologías y de sofisticados mecanismos de los mercados financieros, sino también deben tender a privilegiar los derechos humanos y asuntos fundamentales de la vida cotidiana y de los procesos de trabajo. Más allá de la sola preocupación por la infraestructura y la dimensión económica de la Sociedad de la Información, que son importantes, se trata de darle al uso de estos

elementos un sentido de integralidad que ponga al ser humano en el centro del desarrollo para una vida digna en el conjunto de nuestras sociedades.

En el *Diario de Yucatán* en el mes de mayo del 2003, asegura que es necesario poner las tecnologías de la información y la comunicación al servicio del desarrollo, la erradicación de la pobreza, la gobernabilidad democrática y la preservación del entorno común y el ambiente.

Por otro lado, la Ley de Transparencia y Acceso a la Información en México ha generado una enorme expectativa ciudadana en sus primeros días de vigencia. En los 20 días hábiles posteriores a su puesta en marcha, se recibieron alrededor de seis mil pedidos de informes, principalmente de dependencias como la PGR, y las secretarías de Economía y Hacienda.

La titular de la Unidad de Vinculación para la Transparencia de la Secretaría de la Función Pública (SFP), Aliza Chelminsky, reconoció sin embargo que gran parte de esa información requerida ha sido sobre datos no muy relevantes, pero consideró que con el tiempo la gente intentará saber más sobre la forma en que cumplen con sus tareas los funcionarios federales.

Sin embargo, la funcionaria indicó al *Diario La Voz del Caribe* en su edición del 18 de julio del 2003 que las seis mil consultas hechas en sólo 20 días hábiles en México dan cuenta del interés ciudadano, y en ese sentido existe un dato comparativo con Canadá, en donde la entrada en vigor de una ley similar generó cinco mil consultas en un año.

Con estas diversas expresiones entorno a la influencia mediática y al poder en términos más absolutos en nuestro país, la región geográfica en donde se ubica Quintana Roo no es la excepción; y por añadidura, también es asunto de preocupación para los diversos sectores sociales.

A pesar que en el centro del país existe apertura de los medios de comunicación, actualmente en el sur y sureste sigue prevaleciendo el cacicazgo de la información, debido a que algunos empresarios no han entendido que el buen periodismo también es un buen negocio, indicó Alejandro Hernández, fundador y primer director de la escuela de periodismo Carlos Septién García.

En Cancún, en entrevista, tras su participación en el seminario de la Coparmex con la ponencia “Los medios de comunicación y sus influencias político-social”, el docente refirió que mientras la información no se vea como un patrimonio de todos y se siga considerando como una mercancía, el proceso de apertura será lento. Sostuvo a Jazmín Ramos del *Diario Novedades de Quintana Roo*, para la edición del 16 de marzo del 2003, que lamentablemente todavía existen casos de restricción y sumisión de la prensa, lo que obstaculiza el desarrollo social, toda vez que al no existir una libre información, esto impide que la toma de decisiones sea acertada en cualquiera de los ámbitos productivos.

Empero a pesar de ese cacicazgo que aún existe en los estados del sur y sureste, hay avances significativos, debido a que el proceso de la apertura informativa está en movimiento, lo cual en un futuro permitirá

que los medios de comunicación rompan definitivamente con el financiamiento del Estado.

Por ello dijo que es muy importante analizar cuál es la relación de los medios y su influencia político-social, pero más aún ver los cambios que se han dado a partir de la alternancia en el poder y cuáles fueron las condiciones en las que se desarrollaron los medios, durante el régimen priista.

Ubicados en Quintana Roo, en el estado existen 32 medios de comunicación: 7 televisoras, 6 periódicos (1 regional), y 19 radiodifusoras (1 en red estatal, propiedad del político perredista, Gastón Alegre López).

Por las características geográficas y socio-económicas del estado, el medio más directo (de mayor cobertura y penetración) es la radio.

Los medios electrónicos de la entidad (26) generan diario 44 noticieros locales, -14 de televisión y 30 de radio-, y transmiten al día a través de enlaces vía satélite 5 noticieros nacionales.

El 60% de los medios de comunicación (entre éstos están los de mayor cobertura y penetración) se ubican en la ciudad de Cancún, donde también, se tiene el 60% de los noticieros y programas de radio y televisión.

Además de lo referido, en Cancún, la actividad periodística es más crítica, pues los comunicadores de esta zona tienen más nivel académico, oficio profesional, mejores ingresos económicos, más recursos técnicos para desempeñar su trabajo e intereses políticos y económicos más fuertes.

Ahí se encuentra el mayor número de corresponsales de medios nacionales e internacionales (agencias de información). También las oficinas sedes de los principales partidos de oposición.

La manipulación informativa en Quintana Roo

Para responder a la pregunta sobre la calidad de información que reciben los habitantes y visitantes de Quintana Roo, es necesario hacer un recuento de las relaciones entre las instancias gubernamentales y empresariales de las telecomunicaciones para analizar la interacción entre los medios de comunicación con sus gobiernos locales y su impacto social en ocasión a la libertad de expresión en el contexto del Estado de Derecho que ha privado en esa entidad.

La evolución en los contenidos transmitidos en los medios de comunicación locales desde la creación del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) que inició con mucho brío y abrió gran expectativa entre la comunidad, se estancó tras delegar su control a un comité integrado por ciudadanos comunes de las dinastías locales sin conocimientos del tema, sin un marco conceptual adecuado ni un sistema procesal establecido para realizar un adecuado trabajo.

Tras iniciar el ambicioso proyecto en el sexenio gubernamental de Pedro Joaquín Coldwell, al cambio de gobierno, el SQCS fue menospreciado por su sucesor como gobernador Miguel Borge Martín,

quien restringió la partida presupuestal destinada al rubro de gasto corriente.

Sin recursos suficientes para su mantenimiento y actualización, poco a poco las limitaciones tanto de la radio como la televisión oficial se convirtieron en un costoso y burocrático aparato de comunicación, con un ejército de 500 empleados sin especialización, y alejados de los principios del Decreto de creación.

La estructura y equipo tecnológico que por razones del medio ambiente, la permanente humedad que se registra en la zona, elevan el costo de su cuidado en una ciudad como Chetumal rodeada de acuíferos, una extensa bahía y un amplio sistema lagunar, demanda un presupuesto adicional que los gobiernos han limitado justificando una sistemática crisis financiera.

Los gobiernos que han privilegiado los espacios de transmisión audiovisual para la difusión de la obra, actividades oficiales, y la comunicación política, también relegan la importancia de la función social que los medios de comunicación masiva tienen con la comunidad; han preferido controlar los espacios de desarrollo como vacantes laborales destinados a satisfacer la demanda de un puñado de familias y compromisos políticos, lejano a la profesionalización del trabajo de comunicación social y periodismo requerida para permitir el acceso del conocimiento necesario (sobre todo en materia de protección civil) a todas las clases sociales y sectores.

Contenidos

No se advierte en sus contenidos una diferencia concreta entre los medios públicos de comunicación colectiva con los privados. Su interactividad es una práctica continua de intercambio compensatorio que se refleja en el costo de los convenios de publicidad que establecen los empresarios concedidos por los gobiernos.

En ambos casos, tanto los medios públicos como los privados han dejado de cumplir su labor fundamental para convertir sus contenidos en los diferentes segmentos a espacios de difusión circunscrita a los intereses de los grupos que detentan el poder público.

Lejos de contribuir a eliminar los obstáculos que dividen a la comunidad local en 3 zonas (sur, centro y norte), los intereses empresariales y del gobierno imponen criterios con información soslayada que socava la posibilidad de una comunidad informada.

La manipulación frena el desarrollo

Sin embargo, ante la realidad los diarios de circulación local o regional convencionales y los medios audiovisuales coexisten con las redes sociales de internet en vías de comunicación muy activas y cuyo impacto lejos de contribuir a mejorar la calidad de datos, la vorágine ha generado mayor dificultad al usuario común para distinguir información falseada de la real.

El uso de los contenidos informativos que se postean en los portales, páginas y blogs personales, oficiales y empresariales en el

ciberespacio se incrementa ante las limitaciones de la economía; la demanda de los sectores sociales que encuentran en el uso de internet una vía alterna a su necesidad de contar con referencias informativas precisas para su toma de decisiones es cada vez más voraz.

Lo anterior, que debiera ser considerado por los gobiernos como un punto de debate para mejorar sus estándares de aceptación, se rechaza y, en este sentido, su negativa a la posibilidad de abrirse a la crítica es un factor determinante que aleja a los ciudadanos de sus gobiernos.

Los ciudadanos que contribuyen y esperan una retribución coherente a su esfuerzo han solicitado por todas las vías al gobierno que deje de violentar el estado de Derecho a la Información y a la Libertad de Expresión, lo cual permitiría un flujo informativo profesional que enriquecería el debate de ideas y propuestas de solución a los agobiantes problemas han encontrado una puerta sellada en sus gobiernos.

La negativa oficial

De ésta forma, en Quintana Roo los gobiernos han manipulado la información, opinión y contenidos sistemáticamente en una flagrante violación de las garantías individuales como es el Derecho a la Información y a la Libertad de Expresión, con lo cual en general se pone en riesgo la seguridad de los ciudadanos comunes, de las organizaciones civiles y de los grupos opositores.

Desde el Gobierno del Doctor. Miguel Borge Martín (1987-1993), el divisionismo de los habitantes de la zona norte (donde se concentran las actividades económicas más importantes de la entidad) y la del sur (donde se asientan los poderes y concitan al movimiento nativista), es la constante que azuza las pugnas ancestrales de los grupos más recalcitrantes por el poder.

Durante el régimen del Ingeniero Mario Villanueva Madrid (1993-1999), se hizo famosa la frase usada contra sus opositores “encierro, destierro o entierro” para prefigurar la recia personalidad del mandatario. Si bien es cierto que en su mandato supo ganarse el aprecio de cierto sector de la prensa nacional, también lo es su impermeabilidad a la autocrítica y su facilidad para violentar el derecho a la información y a la libertad de expresión a nivel local.

El ex gobernante, que purgó una pena en una cárcel mexicana por lavado de dinero y quien fuera extraditado a Estados Unidos para recluirlo en una cárcel de máxima seguridad en Nueva York, está a punto de cumplir su condena.

La influencia social de este mandatario es tal vez la más determinante que ha tenido algún gobernador en Quintana Roo en las últimas décadas. Su regreso abre una expectativa de fortalecimiento a uno de los grupos políticos nativistas con mayor influencia en los últimos tiempos.

Salvo el gobierno del abogado y militar en retiro, Joaquín Hendricks Díaz (1999-2005), que en su régimen se abrió a la crítica pero sin autocrítica, ningún otro mandatario estatal ha considerado la opción como principio de respeto. Así, el rechazo que genera la manipulación

informativa tanto como el dispendio y el desorden gubernamental que impide un ejercicio transparente del manejo presupuestal, tiene un alto costo endosado a la deuda pública del gobierno quintanarroense.

Sin logros visibles, la llegada de Félix González Canto como gobernador fue determinante en el deterioro institucional al hacer un manejo discrecional de los recursos públicos sin un mínimo rigor de transparencias. Las finanzas de su gobierno se fueron a pique pero fueron rescatadas gracias a la invención del Instituto para el Financiamiento de la Deuda Pública, que reprogramaba los intereses para tener acceso a un monto mayor de recursos con lo cual, dejó un legado de excesiva deuda pública que es el impedimento del desarrollo social y el crecimiento de la economía local.

Su sucesor, Roberto Borge Angulo, no ha dado muestras de capacidad para frenar el deterioro, ni capacidad de pago a los proveedores del gobierno. Con un gobierno sumido en la oscuridad de la impartición de justicia y una creciente inseguridad producto del desempleo y la falta de alternativas, ante las crecientes demandas sociales que exigen respuesta en un proceso electoral federal amenazado por la violencia, una probable alternancia en el poder se vislumbra en el gobierno.

La exigencia de trabajar con mayor rigor para mejorar la transparencia en el manejo de los recursos públicos no está considerada como una posibilidad por los gobiernos que todos los días informan de inversiones presupuestales millonarias por parte de los tres niveles de gobierno (federal, estatal y municipal), para obras que no se construyen o se construyen sin el rigor exigido en la normatividad.

No existe una fiscalización suficientemente minuciosa en el gobierno como para generar la confianza necesaria del contribuyente hacia sus autoridades. Los medios de comunicación, locales y regionales abonan al desperfecto sin el menor reparo, significando para el erario público más de 60 millones de pesos mensuales en convenios políticos y de publicidad, al margen de negocios de otros giros y sociedades con los grupos del poder político y económico.

La profundidad de la corrupción y la impunidad han generado que se pierda el sentido ético de la división de poderes y el respeto a la autonomía institucional entre niveles de gobierno y los 3 poderes. El deterioro causado se ve reflejado en el aumento de pasivos sociales que arrastra el gobierno.

Quintana Roo, es una entidad de gran atractivo turístico, es a la vez una zona fronteriza cuya dinámica y porosidad por las vías terrestre, marítima y aérea permite el tráfico irregular de todo lo que se termina por solapar en una zona de alta fragilidad. La falta de una rigurosa vigilancia por su extensión territorial también ha sido motivo permanente de polémica.

Aunque la sociedad demanda a sus gobiernos elevar la calidad informativa que emana de los medios privados y los públicos, diversificar sus contenidos y abrir sus espacios a la comunidad; el rígido control ejercido sobre los medios de comunicación, motivó el deterioro y transformó su vocación de servicio para convertir al periodismo y la comunicación en un híbrido artificioso, oficial y oficioso.

Ante las dificultades que presenta el espectro de la calidad informativa en Quintana Roo, el rechazo social se hace presente en las protestas de los diferentes sectores sociales por el incremento de la inseguridad, los límites de la delincuencia, la falta de alternativas y los abusos de una autoridad deficiente que a la vista de todos comete excesos inadmisibles en una comunidad indignada que se siente vulnerable, desprotegida de sus autoridades.

A manera de ilustrar lo anterior, miembros del Colegio de Comunicación y Periodismo de Quintana Roo analizaron desde el punto de vista ético a los principales medios escritos y audiovisuales del Estado.

Periódico *Por Esto! Quintana Roo*

Es importante analizar cómo influyen los numerosos conceptos morales y valores en el ejercicio periodístico, en este caso, del rotativo *Por Esto! Quintana Roo* que tiene como lema “Periodismo veraz para un estado joven”.

Ciertamente es un medio de comunicación sensacionalista, en su presentación tamaño tabloide, sin embargo no por ello falta a la verdad, sino que la veracidad es su principal componente.

En relación al “embute”, “chayo” o “sobre”, una forma de corrupción periodística que consiste en una prebenda entregada en efectivo o en especie a un periodista o medio de comunicación para evitar críticas o conseguir elogios, como se define en el glosario del Colegio de Comunicación y Periodismo de Quintana Roo; el diario no ve bien esta

práctica desde el punto de vista ético y moral, porque propicia la autocensura, el manejo de información favorable o desfavorable a alguien o alguna institución.

Cuando se descubre o comprueba esta práctica en alguien, que de antemano promete la línea editorial, se sanciona al reportero sin correrlo, a menos que sea muy grave la situación.

Algunos ciudadanos que se sienten lesionados en sus intereses por ciertas notas han acudido al rotativo a exigir el despido de algún reportero al que acusa de corrupto, y en estos casos se les pide que presenten pruebas para proceder en su contra, y la mayoría de los veces el acusador no ha podido demostrar su dicho.

Con respecto a la inexactitud, esto es verdades a medias, información con falta de sustento y fundamento, y por lo regular lo comete el periodista falta de conocimiento del tema o la normatividad.

Generalmente se busca no caer en la inexactitud, sino ser preciso en la acusación o señalamiento público cuando se trata de un conflicto, porque existe un largo historial de demandas penales con las fuentes aludidas, que por cierto todos los juicios se han ganado.

En el manejo de la información podrían existir datos inexactos o conceptos que no se explican claramente, y podrían provenir de propia fuente o del hecho, o en su caso porque el reportero tiene escasa preparación académica.

En los títulos, sumarios y “balazos” de igual manera se presentan inexactitudes, voluntarias o con intencionales para matizar o ridiculizar a la persona o el suceso noticioso, y esporádicamente se dan errores por la presión del tiempo a la hora del cierre de la edición.

También se dan casos de imprecisión por parte de periodistas que dominan parcialmente las técnicas del periodismo, pero estudiaron una profesión ajena al ramo e incursiona en este trabajo por necesidad o gusto, pero finalmente no dejan de imprimir el sello de la carrera que estudiaron.

En Por Esto! los reporteros, editores y correctores tienen diferentes grados de estudios y conocimientos, incluso diferentes culturas y costumbres, pero lo que se busca siempre es la veracidad.

La veracidad siempre será el principal valor de este periódico, y por eso ha ganado aceptación en el estado, a tal grado que se ha forjado a lo largo de los años el dicho de “si lo dijo el Por Esto! es verdad”, claro, con su toque de sensacionalismo, aunque ciertamente sí se han publicado falsedades, como en cualquier otro medio de comunicación, pero no es la norma.

La veracidad se entiende como el manejo de la información lo más apegado posible a la realidad de los hechos, de las cosas y de los conceptos teóricos de las ciencias de la comunicación.

Pero siempre existirá el dilema de qué es lo cierto y qué no es lo cierto, qué es verdad y qué no es verdad, o la verdad de cada quien, visto desde cada diferente punto de vista.

Esto es natural, porque afirman los teóricos que no existe la verdad absoluta, que siempre habrá diversas aristas porque todo depende de la posición en la que se ve la verdad, desde los intereses económicos, políticos, sociales o religiosos, de la formación ideológica, de tal manera que esto es subjetivo.

Sin embargo, la posición del periodista siempre deberá ser la búsqueda de la verdad, lo más apegada posible a la verdad posible, no el faltar a la verdad ni obscurecer más el hecho noticioso, que a veces es confuso de origen.

En este periódico también se busca no manipular la información, aunque sí tiene su enfoque noticioso, hacia qué se busca destacar, pero no la manipulación de la verdad. La manipulación mental es una práctica destinada a influir en la voluntad o libre albedrío de la persona o del grupo, y siempre estará presente a la hora de darle el enfoque a la información, que es similar a la fotografía a la hora del encuadre, siempre se decide qué se busca resaltar en primer plano o en el fondo, o minimizar algo.

En este medio de comunicación rara vez a un reportero se le pide enfocar la noticia de tal o cual forma, por lo regular al periodista experimentado se le da la libertad de ejercer la profesión con las técnicas del periodismo, pero si plano está perdido en la nota, entonces se le orienta.

En este punto vale la pena preguntarse ¿quién manipula más, el reportero que hace las preguntas, el editor o el redactor, o la persona que responde las preguntas? Ciertamente siempre habrá una dosis de manipulación, por la naturaleza humana, por la formación cultural, religiosa, e incluso académica.

Ahora veamos la ocultación de información, la omisión. Es el manejo parcial de la información, ya sea de parte del reportero o de la fuente. Por ejemplo en el caso de la deuda pública de Quintana Roo se

intentó ocultar u omitir que el estado está quebrado y que se solicitará más endeudamiento.

Actualmente ningún funcionario de gobierno maneja la palabra estado quebrado ni la necesidad de más endeudamiento, solamente algunos políticos opositores y periodistas críticos lo han citado en sus escritos o declaraciones, pero no se han destacado en las portadas de los medios de comunicación, salvo algunas excepciones.

En este tema el periódico tampoco se ha manejado de manera destacada el término quebrado y ni el endeudamiento que viene, aunque sí se ha mencionado en el cuerpo de las notas, pero no se podrá ocultar ni omitir durante mucho tiempo temas tan importantes y trascendentales para la vida política, económica y social del estado.

Una muestra del quebranto económico se refleja en el recorte del ocho por ciento de los 16 mil burócratas en el estado, y tiene que ver con la exigencia de las calificadoras para que los bancos puedan autorizar más crédito, señalan los analistas y expertos. En los caso de los columnistas, según algunos teóricos de las ciencias de la comunicación, deben tener la capacidad de vislumbrar el problema que viene, como en el caso de un huracán los meteorólogos hacen sus pronósticos, pues en lo político, económico y social se puede hacer lo mismo con analizar la variables existentes en este momento.

En cuanto a la credibilidad, esta tiene que ver con construir un ejercicio periodístico lo más ético posible. No escribir mentiras deliberadas, con dolo, o medias verdades en aras de ganar algún dinero en la circulación, porque tarde o temprano el lector analítico, e incluso el lector común, se dará cuenta.

Lo peor que puede suceder a un medio de comunicación es que el lector deje de creer en la información que ofrece, y esto sí, resulta en la pérdida de clientes y de dinero en la venta de publicidad y ejemplares. Por eso, *Por Esto! Quintana Roo* cuida siempre la credibilidad, con el toque permanente del sensacionalismo, pero siempre con veracidad y esto es lo que ha gustado a la mayoría del público, e incomodado a los menos.

Con respecto a lo subjetivo, esto no es una verdad absoluta, es una suposición empírica, por ejemplo las posturas emitidas en las columnas de opinión contienen demasiada subjetividad, porque es la naturaleza del género periodístico, es la verdad o punta de vista de quien escribe. Y es subjetivo porque no cuenta con un marco teórico, es una opinión, que puede tener amplio aceptación o no, pero no es una verdad concreta sino en muchos casos es ideológico; en esto no todos coinciden, siempre será tema de debate y de discusión.

En el periódico desde luego que hay subjetividad, porque existen columnas de opinión de algunos colaboradores, no es el principal producto del periódico, pero las hay para satisfacer las exigencias de todos los lectores.

En las pocas columnas de opinión que existen en este rotativo, la responsabilidad es de quien las escribe, y desde luego, por falta de dominio de las técnicas del periodismo en algunas notas informativas se puede notar la presencia de opiniones, puntos de vista o calificativos impropios de quien escribe, pero no se da manera constante, y quien tenga esta tendencia se le llama la atención.

La desinformación es otro mal que afecta el ejercicio profesional, y desde luego al lector, que tiene el derecho a estar bien informado. Esto tiene que ver con acallar la verdad de manera insistente mediante el uso de numerosos procedimientos retóricos.

La desinformación es la acción y el efecto de inducir el desconocimiento o la ignorancia por medio de evitar la circulación del conocimiento de datos, de hechos, de argumentos, noticias o información verídica.

Por ejemplo, en este periódico que nos ocupa, una vez se registró desinformación en una nota principal sobre una narcomenudista de Cancún que se fue a ocultar a Yucatán.

Por Esto! publicó en primera plana que dicha persona, una mujer, fue asesinada hace varios meses. Con dicha información la delincuente salió de su escondite y fue detenida por elementos de la Procuraduría General de la República (PGR), pero no hay un reporte oficial si fue intencional o fortuito, pero de que fue desinformación en su momento, sí lo fue.

Con respecto a la ética, esta es una rama de la filosofía, tiene carácter normativo, estudia las conductas humanas en cuanto a si son buenas y en cuanto a ordenarlas hacia un fin bueno, aceptable en la sociedad o cultura occidental, porque en otras culturas de oriente o Asia difiere.

Pero en todo momento la ética debe aplicarse en términos de congruencia. En este caso en el periódico hay ética, hay congruencia, son sus variables desde luego, sin embargo existe un código ético no escrito, que bien debería escribirse y establecer como directriz o lineamiento.

En lo que toca al sensacionalismo, éste es un término periodístico que se utilizada para nombrar el manejo de la información con tendencia a causar sensación, motivar la emoción, la impresión y los sentimientos; es propio de la prensa, radio y televisión amarillista con temas del corazón o rosa, de poca trascendencia seria pero que llama la atención de los lectores, tales como la vida privada de personas famosas, accidentes morbosos, sexo, golpizas, polémicas, escándalos, el ridículo, etcétera.

En *Por Esto!* se practica de manera amplia, es su principal estilo, un tabloide sensacionalista. Esto se ve en los títulos de portada, contraportada e interior, y también en las fotografías.

Por ejemplo, en el caso de la amenaza de huracán, que es común en Quintana Roo, suele titularse: “Viene”, más la gráfica satelital del avance del fenómeno. Esto genera numerosas y variadas emociones en los lectores.

Este es el corte que maneja el periódico *Por Esto! de Quintana Roo*, con títulos que llaman la atención del público, mediante destacar la polémica, el escándalo y el ridículo.

Notemos también que la tendenciosidad está presente en el periodismo. Se presenta o manifiesta de manera parcial o total, obedeciendo a ciertas tendencias e ideas, y en ésta se encuentra implícita la manipulación.

En el periódico ciertamente existen algunas notas tendenciosas, manejadas por desconocimiento del reportero o a veces provienen de la misma fuente, pero siempre se cuida que no sea una mentira o falsedad.

Hay temas y personajes que se publican con un enfoque tendencioso, por ejemplo la corrupción en el Instituto Nacional de Migración (INM), las triquiñuelas de trámites agrarios de Alfonso el “Mosco” Pereyra, la Mafia Agraria de Arturo Millet, el señalamiento delictivo del neobanquero salinista Roberto Hernández, la inocencia del ex gobernador Mario Villanueva Madrid, víctima de la venganza política del entonces presidente Ernesto Zedillo Ponce de León, entre otros.

Pero lo notorio en todo esto es que en todos estos casos ya mencionados, nadie lo ha desmentido de manera formal ni ha entablado demanda penal, salvo el caso de Roberto Hernández que sí demandó, y que finalmente el periódico le ganó todos los juicios.

Con relación al rumor, éste es una técnica para construir o destruir algo. De igual manera se publican rumores en el periódico, y por lo regular son informaciones que no tienen fuente definida, y eso suele ocurrir con los arraigos de personas vinculadas con el narcotráfico porque la autoridad competente mantiene una postura de cerrazón.

Y son comentarios o noticias no verificadas que corren entre la gente, generan ruido confuso, a veces de manera deliberada filtrada por alguna autoridad o político. Este tipo de informaciones suele publicarse en el periódico con la advertencia de que no se pudo confirmar, se antecede con la frase “al parecer”, o se aclara que se trata de una versión de alguien que pidió que no reveló su nombre, etcétera.

Mientras tanto la calumnia se define como un delito consistente en hacer una atribución falsa a una persona y que de esta manera se lesione su honor o reputación. La difamación consiste en la difusión de

una noticia o información verdadera o falsa de manera que ésta resulte perjudicial para el honor o la buena reputación de una persona. En ambos casos el periódico procura manejar la información solamente cuando ya existe una denuncia de una de las partes en conflicto, para evitar que el reportero sea citado como testigo o acusado. Y si cuando se decide publicar sin existir alguna demanda, suele consensarse para definir si realmente vale la pena dicha noticia, pero cuando se trata de un hecho evidente, no se requiere que exista una denuncia de por medio, como por ejemplo la desaparición del crédito de 229 millones de pesos cuando Gregorio Sánchez Martínez dejó la presidencia municipal de Cancún.

Ahora, con respecto a la injuria, es una agresión verbal, insulto, agravio, ultraje, y ciertamente se ha reproducido en las líneas del periódico de manera esporádica, por lo regular cuando el entrevistado lo profiere o cuando se presenta durante un conflicto.

Y la pornografía en la información, se refiere a las publicaciones en forma de anuncios pagados por mujeres u hombres que se dedican a la prostitución, inclusive prostíbulos disfrazados de casas de masaje. Y este tipo de anuncios existen en el periódico en la sección de Clasificados.

Las autoridades no se atreven a regularlo ni a aplicar la ley existente, porque generan un conflicto, y además la cultura que existe en México es la de tolerarlo, salvo cuando ya representa un descaro muy notorio o cuando se convierte en un escándalo público. Por lo regular a la autoridad le conviene la ley mientras más lagunas registre, y además el poder político y la policía suelen manipular la situación, porque

quienes se dedican a esta actividad ilícita suelen pagar su derecho de piso.

A la autoridad no le conviene legislar sobre el tema, y prueba de ello es que hubo una iniciativa para regular la pornografía durante el sexenio panista, con su doble moral, y finalmente no lo concretaron.

Y en algunos estados cuando se regula, no se aplica, se queda como letra muerta, y todo esto tiene que ver con la ética, que también es aplicable a los medios de comunicación que permiten la pornografía.

Al respecto, en las páginas de *Por Esto!* hay anuncios de servicios sexuales, frases obscenas y sugerentes, fotografías de turistas “spring break” en bikini o desnudas en las playas de Cancún, e incluso algunos concursos de modelos que exhiben sus cuerpos y diminutas vestimentas en las pasarelas de modas, que a juzgar del periódico, es un estilo de vida que identifica a Cancún como centro de descanso y de placer.

Periódico *Diario de Yucatán*

Tomando en cuenta la historia de este medio de comunicación, podemos afirmar que desde su nacimiento viene ya con el sello de los valores y los principios que caracterizan a este medio impreso. Sus antecedentes se remontan a la “*Revista de Mérida*” que salió en 1869 y a la “*Revista de Yucatán*” que fue la publicación que sucedió a la anterior.

La *Revista de Mérida* (1864 - 1914) fue un periódico mexicano de literatura y variedades fundado en 1869, en Mérida, Yucatán, por el poeta y abogado Ramón Aldana y por su primo, el escritor Manuel

Aldana Rivas. Entre otros personajes que participaron y colaboraron como fundadores de la Revista destacaron, Crescencio Carrillo y Ancona, Francisco Sosa Escalante y Manuel Nicolás Echánove. Después de unos años y tras algunos cambios en la propiedad del órgano informativo, hacia 1882, se convirtió en el periódico diario más importante de Yucatán. En 1888, el poeta y dramaturgo Delio Moreno Cantón, apoyado por su tío el general Francisco Cantón Rosado, adquirió el periódico y Carlos R. Menéndez fue su jefe de redacción.

De esta manera, podemos observar la riqueza que sus fundadores y colaboradores le dieron al precursor del periódico, pues se encontraban en ella personas muy preparadas ya sea ligada a las artes, como poetas escritores y dramaturgos o a las prácticas en favor de una causa (abogacía). En el año de 1900, *La Revista de Mérida* se constituyó en el periódico decano de México contando con un tiraje de 4000 ejemplares certificados. En 1906 Carlos R. Menéndez, al frente de una sociedad anónima, compró el periódico a Delio Moreno quien se retiró de la dirección.

En 1909, aún bajo el régimen dictatorial de Porfirio Díaz en México y con motivo de la sucesión gubernamental en Yucatán, la *Revista de Mérida* asume la defensa de los candidatos de la oposición que eran por un lado Delio Moreno Cantón por el Centro Electoral Independiente, José María Pino Suárez, originario de Tabasco, apoyado por la corriente de Francisco I. Madero (ya en plena campaña nacional en contra de la reelección porfirista), abanderado por el Partido Nacional Anti-reeleccionista y por el otro lado, como candidato oficial del gobierno, Enrique Muñoz Arístegui. Los dos candidatos de

oposición fueron perseguidos por motivos políticos y ante órdenes de aprehensión libradas en su contra, tuvieron que huir de Yucatán, ganando las elecciones el candidato oficial. El director y dueño de la Revista de Mérida, acusado de actividades subversivas salió exiliado hacia Centroamérica para proteger su integridad física.

De esta manera observamos que este antecesor del *Diario de Yucatán* ya presenta elementos que luego serían incorporados al periódico como lo son una posición fuera de los parámetros oficiales (la posición oficial es la más cómoda) y una denodada búsqueda del ejercicio democrático del periodismo.

El 4 de junio de 1910 estalló en Valladolid (Yucatán) una rebelión en contra de la imposición de Muñoz Arístegui que es considerada por algunos historiadores como la chispa precursora de la Revolución mexicana. Menéndez y Moreno Cantón fueron acusados de haber instigado la rebelión. En 1911, al triunfo de la revolución maderista, vuelven a enfrentarse en Yucatán por la gubernatura, José María Pino Suárez y Delio Moreno Cantón, imponiéndose el primero en un discutible triunfo, a la vista del gran apoyo popular que tenía Moreno Cantón. Pino Suárez, asumió el gobierno estatal pero renunció muy pronto para acompañar al nuevo presidente mexicano, Francisco I. Madero, en el cargo de vicepresidente de la república, primero, y después en el trágico fin que ambos tuvieron como resultado de la traición de Victoriano Huerta.

En Yucatán, mientras tanto, el gobierno maderista despojó a Carlos Menéndez de su periódico, encarcelándolo al acusarlo de rebelión y sedición. Así, el periodista, dos años después de haber tenido que

exiliarse por defender al maderismo frente al dictador Díaz, fue enviado a prisión por el gobierno de Madero, con argumentos similares.

En ese año de 1911 *La Revista* fue incautada por el gobierno que la puso bajo la dirección de Luis Cuevas de Zequeira aunque dejó de aparecer poco tiempo después. En 1912 *La Revista* reapareció editada por una sociedad católica que la sostuvo hasta 1914, año en que dejó de publicarse definitivamente.

La historia del precursor del Diario, nos muestra a un medio que por sus valores y principios fue perseguido hasta ser exterminado. Dicha persecución se debió a la postura que el medio tuvo al no acoplarse a los parámetros oficiales. Lo interesante es observar que este caso dicha persecución no se dio solamente en gobiernos déspotas y dictatoriales, como el de Porfirio Díaz, sino que también provino de corrientes denominadas “democráticas” y que luchaban por otros principios y valores, como la anti-reelección y la democracia. Al final de cuentas fue el maderismo, quien cerró al medio, cosa que no se dio ni con porfirismo. Es así que nos damos cuenta de lo difícil y complicado que es ejercer el periodismo en forma ética y que represente una voz equilibrada en la defensa de valores y principios democráticos. Desde el principio la revista luchó por los valores democráticos e irónicamente fue aniquilada por un gobierno que se decía lo era. La vertiente conservadora y de tinte católico se puede explicar de los dos últimos años que este medio sobrevivió.

La Revista de Yucatán

La Revista de Yucatán (1912 - 1924) fue un periódico mexicano fundado en 1912 por Carlos R. Menéndez, en Mérida, Yucatán. El primer Consejo de Administración del periódico estuvo integrado por: Dr. Alonso Patrón Espadas, presidente; abogado Rodolfo Menéndez Mena, vicepresidente; abogado Joaquín Patrón Villamil, secretario; Arturo Ponce Cámara, propietario de la Cervecería Yucateca, vocal primero; Dr. Alberto Correa Aloy, segundo; Dr. Rafael Romero, tercero, y Carlos R. Menéndez, tesorero, gerente y director editorial.

Aquí podemos observar que a diferencia de su predecesor, este medio impreso tiene entre sus principales colaboradores a abogados. Los personajes de las artes ya no aparecen y esto probablemente haya sucedido debido a las circunstancias de persecución política a la que se vio sujeta la revista.

El historiador Rodolfo Menéndez de la Peña reseñó en su *Periodismo de Yucatán*, publicado en 1913:

"*La Revista de Yucatán* de que es Director D. Carlos R. Menéndez, diario que se inauguró con beneplácito de la sociedad yucateca y de la prensa de la República en general el 7 de abril de 1912, es uno de los enardecidos campeones de la prensa local y valiente defensor de las públicas libertades. Su material de trabajo es moderno y completo. Cuenta con dos linotipos reformados, con una grandiosa Duplex último modelo, la primera que se instaló en nuestro Estado y un sistema de estereotipia".

Otra de las características que siempre harían sobresalir a esta revista y a su descendiente sería el de un excelente equipo técnico de impresión que lo avalara.

Oposición abierta al poder público en Yucatán, el periódico fue víctima a lo largo de su existencia de diversas acciones con la intención de acallarlo. La víspera de la publicación del primer número, el gobierno de Yucatán dicta orden de aprehensión en contra de los miembros del Consejo de Administración del nuevo diario, heredero de *La Revista de Mérida* y vuelven a encarcelar a su director el mismo día en que aparece el primer número. Al director le siguieron siete procesos jurídicos que fueron neutralizados por siete amparos de la Suprema Corte de Justicia de la Nación. A pesar de los amparos el periodista no es liberado sino hasta que el propio presidente de la República, Francisco I Madero, interviene para ordenar que lo dejen en paz y le devuelvan su periódico.

Observamos la misma línea editorial que la utilizada en la *Revista de Mérida* con un ejercicio profesional y ético del periodismo y apartado de la comodidad del cobijo oficial, sea éste de un gobierno dictatorial o lo sea de un gobierno denominado “democrático”. Las consecuencias por seguir estos valores y principios se presentan desde el primer día que vio la luz la primera edición de esta revista.

Ya triunfante el ejército constitucionalista, las dificultades para el periódico y su director continúan. En el gobierno de Eleuterio Ávila, la Revista fue incautada y mantenida así, después, por el del general Toribio de los Santos. Salvador Alvarado, posteriormente, reitera la circunstancia incautatoria nombrando a Antonio Ancona Albertos,

enemigo político de Menéndez, en la dirección de *La Revista* y cambia la cabeza del diario por el de la *Voz de la Revolución* uno de cuyos directores fue el escritor Antonio Mediz Bolio. Carlos R. Menéndez y el entonces secretario del consejo Felipe Carrillo Puerto tuvieron entonces que huir, para evitar ser apresados nuevamente, en la sentina de un barco que zarpó desde el puerto de Progreso, hacía Nueva Orleans en los Estados Unidos.

En 1918 Carlos R. Menéndez comienza una nueva etapa de la *Revista de Yucatán* después de regresar de su exilio en los Estados Unidos y en Cuba. Renace el periódico peninsular y nuevamente, por el ejercicio de una crítica constante al poder público, vuelve a enfrentar problemas frente al gobierno. Su amigo Felipe Carrillo Puerto que accede al gobierno del estado de Yucatán en 1922, entra en pugna con la Revista tanto por diferencias ideológicas entre el caudillo y el periodista que se distancian, como por la actitud crítica que no cesa ni ante la amistad previa de los dos hombres. Nuevamente la *Revista de Yucatán* y su director se ven acosados y atacados desde el gobierno. Todo hace crisis cuando, tras el artero fusilamiento de Felipe Carrillo Puerto, por las sedicentes fuerzas Delahuertistas, en 1924, una turba ataca, incendia y destruye el periódico.

Una vez más en 1924 el director y propietario mediante un crédito logra nueva maquinaria e inicia una tercera etapa de la *Revista de Yucatán*. Pero esta etapa no dura mucho. A los dos meses de la reaparición pública del diario, el gobierno estatal embarga los bienes de la sociedad propietaria, con el pretexto de una deuda fiscal y vuelve a extinguirse la publicación. Fue el fin de la *Revista*.

Es importante precisar, que incluso personajes de índole socialista, como Salvador Alvarado y Felipe Carrillo Puerto, ante las circunstancias de estar ya en el poder, ejercerían una atroz persecución a un medio que se caracterizó por su libertad de expresión, los valores de la democracia y los principios que rigen a un periodismo profesional. Las verdades incomodan al poder público y al que está en él, así queda demostrado con la historia de los dos predecesores del Diario de Yucatán y ello sin importar la ideología del gobierno en turno.

En 1925, pero ya con otro nombre, el *Diario de Yucatán*, volvería el periodista Menéndez a incursionar en su actividad informativa, logrando en esta ocasión la permanencia.

Diario de Yucatán

El *Diario de Yucatán* es fundado el 31 de mayo de 1925, su lema es "Periódico de la vida peninsular", su género es el de proporcionar Información general, se produce en la ciudad de Mérida y es de ámbito peninsular, tiene una periodicidad diaria y es de publicación matutina. Su tirada es de aprox. 70,000 ejemplares, se publica a en blanco y negro y color, su empresa editora es el Grupo Megamedia, es un periódico conservador y su ideología política es considerada de centro derecha, su fundador es Carlos R. Menéndez, su director es Carlos R. Menéndez Losa. Sus secciones regulares en la edición impresa son: Internacional, Economía, Editorial, Nacional, Estados, Local, Mérida, Sucesos de Policía, Interior del Estado, Campeche y Quintana Roo,

Imagen, Cultura, Espectáculos, Religión, Sociales, Salud, Cines, Deportes y Avisos Económicos. Dentro de sus columnistas destacados están Denise Dresser, Andrés Oppenheimer, Catón, Federico Reyes Heróles, Luis Pazos, Miguel Ángel Granados Chapa, José Santiago Healy y Julio César Silva Cetina.

El *Diario de Yucatán* cuenta con una edición electrónica la cual es:

<http://yucatan.com.mx/>

Análisis deontológico

Si entendemos como lo deontológico como el tratado de deberes y principios éticos, en especial los que afectan a cada profesión: la deontología marca las obligaciones morales que cada persona tiene que cumplir en su trabajo o función. Como hemos visto, el *Diario de Yucatán* tiene en sus antecedentes de la *Revista de Mérida* y de la *Revista de Yucatán*, un determinado grupo de principios y valores que se dan desde sus inicios en la búsqueda de la verdad, en su ecuanimidad, en su postura no oficialista y opositora, en la lucha de los valores democráticos, en un periodismo profesional y en la libertad de expresión, elementos que hasta hoy perduran en el actual *Diario de Yucatán*. Hemos visto en clase que valores y principios que nos forman se dan desde nuestra infancia y nos desarrollan como entes culturales. De esa misma manera, el *Diario de Yucatán*, tuvo su trasmisión de valores y principios en las 2 revistas que lo antecedieron y que forjaron un ente cultural ya bien definido.

Credibilidad

Dentro de los valores éticos destaca en los medios el de la credibilidad: el *Diario de Yucatán* mantiene un buen nivel de éste, a pesar de los ataques que ha recibido desde el oficialismo, sea del color que fuere y desde la competencia, la cual se hizo muy cruda desde la aparición del periódico *Por Esto!*, que desde su nacimiento se dedicó a atacar la confiabilidad y credibilidad del *Diario*. Por supuesto que el *Diario de Yucatán* ha tenido sus tropiezos al respecto, pero en general mantiene una línea de crítica muy objetiva y que le ha dado un buen nivel de credibilidad no solo en su nicho de mercado sino en el ámbito periodístico en general. Así mismo, noticias bomba como el rechazo al intento de soborno del director de la lotería nacional Calderonista al propio *Diario de Yucatán* para apoyar a un candidato panista en Campeche, le han proporcionado un gran espaldarazo a la credibilidad de por sí ya obtenida. Recordemos que El Grupo Megamedia, propietario de los periódicos *Diario de Yucatán* y *La i*, denunció que recibió -y rechazó- una oferta de propaganda política en favor de los candidatos locales del PAN en Campeche, que sería pagada con recursos de la Lotería Nacional. Además, se reveló que al no ser aceptada la "ilícita propuesta", el director de la lotería nacional la amplió con un "intento de soborno": a firmar un contrato millonario de publicidad de la Lotería Nacional en ambos medios, por un término de tres años.

Censura- autocensura y crítica

Prácticamente todos los medios en México se autocensuran y también delimitan las noticias de acuerdo a su línea editorial. El *Diario de Yucatán* no es la excepción y presenta las noticias que van de acuerdo a su línea editorial, aunque si presenta muchas veces las diversas voces sobre los temas relevantes y si logra un nivel de crítica aceptable hasta para los que pudieran pensarse son sus aliados naturales por su ideología política. No es raro encontrar en el diario, críticas al PAN de Yucatán, al PAN nacional o cuando ese partido fue gobierno federal, pero por otro lado, con cierta lógica, las posturas de izquierda no son tan difundidas y sí criticadas. La crítica se desarrolla en el ámbito sobre todo anti oficialista, principalmente contra el sistema priista y también a favor de un modelo pro empresarial y de buenos valores (católico y familiar). A diferencia de su principal competencia, el *Por Esto!*, no presenta visiones del mundo protestante y si casi exclusivamente, del mundo católico.

Inexactitud y veracidad

Podemos afirmar que la postura del *Diario* al respecto es de una posición de presentar la noticia lo más veraz posible. Las editoriales y las columnas políticas muestran una gama de opiniones que buscan la veracidad de algún modo y con la libertad de que cada quién puede contar su verdad. Las notas deben estar bien sustentadas y son estrictamente revisadas en cuanto a sintaxis y semántica. También se nota la postura anti radical ya sea de izquierda o derecha y se encuentran pocas noticias inexactas como postura oficial del periódico.

Manipulación-omisión-ocultación de la información

El Diario de Yucatán tiene una postura y con ella juega en su intento de influir en la sociedad y mantener su nicho de mercado, pero eso es atribuible a todos los medios. No es práctica común y corriente la manipulación de la información en este medio impreso, ni tampoco la omisión ni la ocultación de la verdad. Aún en movimientos relevantes de índole izquierdista uno encontrara aunque sea una pequeña nota al respecto. No ha sido hasta ahora ejercicio común del periódico ocultar las noticias o manipularlas, sin embargo, si hay gente que extraña el nivel combativo que tenía el periódico antes del 2000 cuando se dio la alternancia al poder a nivel federal. La parte de la noticia de investigación se vio algo dormida durante el sexenio panista en Yucatán, pero se vio reactivada y con nuevos bríos durante el mandato de la priista Ivonne Ortega, con artículos de investigación sobre casos de corrupción que publicó el Diario y que le valieron nuevos enfrentamientos con el gobierno en turno.

Sensacionalismo-tendenciosidad-rumor

No es tampoco el sensacionalismo un punto característico del *Diario de Yucatán*. No encontramos en sus páginas esas noticias amarillistas que luego de entrar a leerlas nos desilusionan ya sea porque son tendenciosas o de plano no existen. La tendenciosidad en la noticia no va más allá de su propia línea editorial, pero repito, casi siempre son notas bien elaboradas y profesionales. No es común denominador del diario torcer la noticia. En cuanto a los rumores, tampoco encontramos esa línea en este medio impreso como un factor constante, a menos

que sea algo que haya realmente trascendido como una noticia de relevancia social, como es el reciente caso de un supuesto avistamiento ovni en un pueblo del interior del estado de Yucatán y que ha sido noticia constante en diversos medios.

Calumnia- injuria- pornografía

No encontramos tampoco esas vertientes en este medio impreso. El periódico mantiene más bien una línea objetiva de noticias de investigación que son desarrolladas por su Unidad de Investigación Periodística, denominada “Central 9”. Las notas de investigación están bien sustentadas y esto se lleva a cabo así debido a que de esta manera se pueda enfrentar y salir airoso ante demandas judiciales futuras. La experiencia del periódico al respecto, como hemos visto, ha sido vasta y extensa. La pornografía tampoco tiene cabida en este medio pues como hemos visto tiene una línea conservadora, familiar y de valores católicos que chocarían con ella.

Secreto profesional-plagio-polémica-equilibrio

En sus noticias de investigación el periódico se basa más en las notas sustentadas en documentos. Ha sido tanta la experiencia de persecución y demandas judiciales que se busca que las noticias estén bien sustentadas y no dejarla solamente a una fuente por muy bien situada que ésta se encuentre.

Es lógico pensar que aquellos personajes que no se encuentran a gusto con el gobierno en turno puedan ser rica fuente de noticias que normalmente no son del dominio público. Que yo sepa, nunca este

periódico ha revelado nombre alguno sobre sus fuentes. En cuanto al plagio no es tampoco un ejercicio común que se desarrolle en este medio y solo son repetidas las noticias que son del interés público.

El periódico pertenece a la Asociación de Editores de los Estados (AEE) y a la Sociedad Interamericana de Prensa y como hemos visto cuenta con innumerables colaboradores de renombre. Tampoco la polémica es su fuente inspiradora diaria, sí podemos encontrar noticias que generen polémica, pues la polémica vende, sin embargo el periódico más bien mantiene una postura.

En cuanto al equilibrio, me referiré al periodístico, siendo este uno de los puntos fuertes del ejercicio profesional del *Diario de Yucatán*, sin embargo en cuanto a su línea editorial como hemos visto, este medio es leal a ella, pues aunque es un medio crítico, que busca la verdad, que se ejercita con libertad de expresión y con un periodismo profesional también tiene su lado conservador, familiar, católico y de ideología de centro-derecha.

Novedades de Quintana Roo

El 22 de noviembre de 1974, con un costo de 30 centavos, con cuatro planas, y fechado en Chetumal, surge *Novedades de Quintana Roo*, apenas un mes después de que se emitiera el Decreto Presidencial que convertía a Quintana Roo en una nueva entidad (8 de octubre de 1974).

Encontrar su lema no fue difícil: “El periódico que nació y crece con el Estado”.

Novedades de Quintana Roo ha experimentado desde entonces un vertiginoso crecimiento y puede decirse que sigue fiel a su lema: hoy *Novedades de Quintana Roo* y el Estado se mantienen a la vanguardia en el desarrollo de sus objetivos.

De acuerdo a mi apreciación, el periódico *Novedades de Quintana Roo* tiene un buen manejo de su código de ética profesional, o al menos lo hace mejor que el resto de los medios de comunicación impresos del estado, ya que cuida tanto los comentarios en sus notas informativas como en su editorial, al igual que mantiene un manejo mesurado de las imágenes para ilustrar su información, principalmente en las notas policíacas.

Se inclina por el manejo de la información de corte empresarial y religioso, y según su reglamento y sus directivos, la edición impresa está dirigida a la clase social media, media alta y alta del estado de Quintana Roo.

A pesar de que trata de no especular con la información en general, de acuerdo a mi apreciación maneja con **inexactitud** la información, tal y como considero que sucede con la mayoría de los medios impresos del estado, sino es que con todos.

Tal y como hemos comentado en clase, no hay verdades absolutas y por lo tanto, considero que maneja medias verdades, al igual que la mayoría de los medios de comunicación de estado que tienen muy poca veracidad.

No de forma tan visible como el resto de los medios de comunicación impreso, pero considero que también cae en la manipulación de la información y de las mismas imágenes que ilustran las notas

informativas, o en caso de no considerarse manipulación puede decirse que es selectivo para la publicación de la información, como es el caso de la que se genera en el gobierno del estado, a la que se le da preferencia.

Por cuestiones de intereses que así convienen a la empresa, tiende a omitir información, en estos tiempos en contra del gobierno del estado, y en otros casos hace a un lado la información que no va de acuerdo con su código de ética, por muy importante que pueda considerarse, como es el caso de delitos que contemple hechos sangrientos, que también puede considerarse como una omisión.

Puede considerarse que *Novedades de Quintana Roo*, incurre en la ocultación de la información, por el hecho de no dar a conocer que es parte de la operación y administración del malogrado Parque de Tecnologías para el manejo de residuos sólidos.

Como todo medio de comunicación el manejo del Sensacionalismo es parte de su quehacer de todos los días, con la intención de atraer cada vez un mayor número de clientes y lectores.

La tendenciosidad también es parte de su quehacer diario al darle prioridad a la publicación de la información que genera el gobierno del estado.

De acuerdo a la política que pregona, el rumor es uno de los pocos elementos que trata de evitar, por la misma intención de mantener su supuesta credibilidad, al igual que la calumnia y la injuria.

En el caso del manejo de la Pornografía Infantil o algún tipo de pornografía, para el *Novedades de Quintana Roo* simplemente no existe en su reglamento de operaciones.

Sobre el Secreto profesional, este medio y la mayoría de los medios de comunicación escrito y electrónico lo tienen muy presente, con la intención simultanea de proteger a sus trabajadores.

No es sabido de algún caso de plagio, ni en el *Novedades de Quintana Roo* ni en ningún otro medio, cuantos toman algún artículo o escrito de algún otro medio nacional o internacional, hacen las citas correspondientes.

El *Novedades de Quintana Roo* tiende a buscar el equilibrio en la información que emite, pero en algunos casos por responsabilidad de los corresponsales no lo logran y otras veces por culpa del tiempo.

Este medio busca evitar la polémica, intenta ser objetivo, en el entendido que cuida su nicho de mercado que es el empresarial.

Periódico *El Quintanarroense*

El diario *El Quintanarroense* nació desde el poder hace nueve años, representa la práctica de muchos políticos en México que se vuelven empresario del ramo sin ser periodista, como el caso del dueño de esta casa editora, Miguel Ramón Martín Azueta, ex presidente municipal del municipio de Solidaridad, que al finalizar su mandato conformó su empresa.

Hay diferencia, sin embargo, del Diario Que nos Une, de su contenido editorial con los demás medios locales de reciente formación. Verbalmente expresó su presidente a todo los corresponsales, a principios del 2006, que “toda información documentada” tiene cabida

ahí, salvo en contra del gobernador en turno. No se explota el morbo con informaciones de corte policiaco.

Pero el grupo de editorialistas que comparten su punto de vista de los acontecimientos cotidianos presentan una línea editorial inexacta a la realidad, por lo tanto los periodistas caen en manipulación. Esa verdad a media tiende a favorecer siempre al partido en el poder o bien el grupo en el poder. Esto se ve bien marcado en tiempos electorales cuando se ensalza a los “tricolores” que los demás contendientes.

Decidió no tocar tema sensacionalista, por lo tanto los suicidios y ejecuciones por el crimen organizado no se ve en sus páginas con las grotescas imágenes que en otros medios locales abundan.

La poca veracidad de su contenido de *El Quintanarroense* se ve castigada por las pocas ventas de sus ejemplares en la entidad, por lo que algunos anticipan que será uno de los candidatos a desaparecer mucho más pronto ante el avance de la comunicación digital.

Los habitantes de Playa del Carmen se sienten traicionados por sus dos diarios que se edita en sus alrededores porque ninguno aborda el tema de la asfixiante deuda de Quintana Roo; esa omisión y ocultación de datos alarmantes del compromiso bancario por varias decenas de miles de millones de pesos para a finales de este sexenio borgista, implica rezago de inversión de infraestructura para esa pujante ciudad que crece a un ritmo del 15 por ciento anual, la más alta en Latinoamérica.

Aunque se identifica el diario como de enfoque político su contenido, en realidad ha caído a la calumnia, al defender solo el punto de vista del oficialismo. El asunto de la deuda, por ejemplo, representa grave

problema legal en que habría caído el sexenio anterior por realizar gastos excesivos sin que evidencie en obras sociales, lo cual se interpreta en desvíos descomunales del erario para la cuenta de los políticos.

Otra cosa favorable del diario es que tampoco aparece en su edición diaria inserciones sobre temas de “masajes” con la llamada pornografía de la información. Tal vez obedezca a su baja circulación que los empresarios del ramo prefieren elegir otros espacios.

Secreto profesional.- No revelar fuente del periodista aún en momentos de hostigamiento por parte de entidades de gobierno y de empresas.

Plagio.- Obtención de la información en medios impresos y audiovisuales sin citar fuentes. Hacer pasar suyo de material de otra persona. Está penado.

Equilibrio.- Es la sugerencia o recomendación de la Unesco de mantener el equilibrio de la información, en que se consideran espacios para las dos partes en disputas legales, por ejemplo.

Polémica.- Es la ocasión que genera un hecho noticioso controversial; en muchas ocasiones el periodista la provoca cuando obtiene datos concretos y lo exhibe, pero también se dan cuando son obtenidos mediante fuentes poco creíbles.

Periódico *Últimas Noticias*

Para llevar a cabo el análisis de ética del periódico *Últimas Noticias* debemos iniciar por definir el término ética, que es una rama de la

filosofía. El diccionario de la [Real Academia Española](#) indica que es la “Parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre”; y “Conjunto de normas morales que rigen la conducta humana”. Siendo la moral un conjunto de acciones del comportamiento humano, del respeto, pudiendo ser de bondad o malicia.

De esta forma, podemos decir que la ética y la moral estudian la conducta humana.

Breves antecedentes

El periódico [Últimas Noticias](#) nació hace nueve años, en agosto de 2004. El proyecto surgió con el fin de brindarle a Cancún una publicación que abordara información local principalmente de índole política, con notas informativas y columnas de opinión y análisis sobre el acontecer en este segmento, aunque también contiene información nacional, internacional, espectáculos y deportes.

La empresa que dio origen al proyecto, denominada Anaka, S.A. de C.V, tenía como soporte de ingresos la impresión digital de folletos, trípticos, tarjetas de presentación, volantes, flyers, etc, además de que también se dedicaba a la distribución de periódicos nacionales en la plaza.

Últimas Noticias se reparte en cafeterías, oficinas de dependencias municipales y estatales de manera gratuita y estanquillos del centro de Cancún, ya que su mercado es la clase política local y su fin no es abarcar las regiones ni la población de Cancún en general.

Secreto profesional

Este es un derecho que consiste en la facultad del periodista de abstenerse de revelar la identidad de una fuente de información ante el requerimiento de una autoridad, ya sea institucional, policial, judicial o laboral. Pero como el ejercicio periodístico es de interés social, [el secreto profesional](#) es también un derecho que involucra a toda la sociedad y la protege, pues todo ciudadano puede en algún momento ser una fuente de información.

En este sentido, el periódico *Últimas Noticias* ha cuidado siempre de no revelar sus fuentes cuando ha considerado que la información que publica pudiera afectar a quienes la proporcionan, ya sea en su fuente de trabajo o políticamente.

[Plagio](#)

En su ejercicio el periodista debe respetar y reconocer el trabajo profesional de terceros, citando las fuentes de información cuando sea necesario, como por ejemplo cuando se trata de una investigación realizada por otro autor, cuando son reportajes o notas informativas de agencias periodísticas o fotografías también de agencias o de sitios de internet.

Cuando se plagia no se respeta el derecho de autor. Si bien en *Últimas Noticias* se cuida de darle el crédito a las fuentes de información que se utiliza en secciones como nacional, internacional, deportes, no ocurre lo mismo con el material fotográfico que se toma de internet para ser usado en estas mismas secciones.

Equilibrio

El [equilibrio](#) tiene que ver con el derecho de darle voz a todas las partes involucradas en una información, no sólo a una, aunque recientemente se ha usado el término también en publicaciones que buscan un equilibrio de género, para darle voz y opinión a ambos géneros. No obstante, la información puede ser sesgada por la línea editorial del medio. En este sentido en *Últimas Noticias* las notas principales son acordes a la línea editorial, afín a los sectores políticos oficialistas. En este sentido también se estaría incurriendo en omisión, al no publicar información proveniente de fuentes que se contraponen a la línea editorial. Lamentablemente también, el ejercicio periodístico se ha limitado en gran parte a la “[declaracionitis](#)”, a lo que opina algún funcionario o político respecto a un tema, pero sin confrontar esa declaración con su contraparte.

Inexactitud

La inexactitud va de la mano con la veracidad. El periodista tiene la obligación de corroborar la información proporcionada porque de esta forma será veraz y su trabajo y el medio tendrán credibilidad ante la sociedad. Se deben ofrecer datos correctos y además de corroborar la información, redactar con exactitud y sin distorsionar lo declarado por las fuentes, citando textualmente y con precisión cuando se trata de nombres, cifras, estadísticas. En *Últimas Noticias* se publican las declaraciones o los datos proporcionados tal cual, mediante declaraciones textuales cada vez que lo amerite la información, aunque muchas veces se abuse de la “declaracionitis”, sin verificar

que lo proporcionado por la fuente sea realmente veraz o si sólo es una postura personal, sin embargo sí se cuida que se redacten correctamente nombres, cifras, datos duros.

Manipulación

En mayor o menor proporción en todo medio periodístico la información es manipulada y la realidad se presenta de acuerdo a la línea editorial, tanto en textos como en imágenes. Cada medio tiene una visión distinta de los hechos que cubre y publica. En *Últimas Noticias* este tema está condicionado a convenios o acuerdos políticos, y aunque es una ley no escrita, reporteros y editores conocen la línea y la acatan, de tal forma que la realidad que se plasma en su edición va de acuerdo a esta línea.

Aunque se cuida que los textos no tengan errores ortográficos, se nota un fenómeno muy común en los medios periodísticos locales, el hecho de que se editorialice en notas informativas, en lugar de informar de los hechos tal cual acontecen, situación que puede restar credibilidad. Sin embargo no se vulgariza la información, es decir, se cuida mucho en las notas de no utilizar palabras soeces u ofensivas y tampoco se abordan temas que involucren la vida privada de los políticos.

Credibilidad

Para que un medio informativo tenga credibilidad la información debe ser precisa, de esta forma logra una buena imagen, reputación y aceptación ante la sociedad. La falta de los elementos anteriores le resta credibilidad al periodista y al medio para el cual trabaja. Esto trae

como consecuencia que los lectores se alejen y ello puede repercutir también en ingresos por publicidad para el medio.

Aunque *Últimas Noticias* tiene a un sector de lectores cautivo en el medio político, el hecho de no cumplir con el equilibrio u omitir información le puede hacer perder credibilidad, al abusar de la editorialización de las notas informativas en la sección local, de donde se toma la información de portada.

Otro factor que puede afectar la credibilidad es la publicación de columnas de opinión de autores que no tienen el mínimo sentido de la crítica periodística, sino que hacen de la adulación fácil y la desacreditación de la oposición los elementos principales de sus textos, reflejando que de por medio existen arreglos personales entre políticos y quienes escriben.

Tendenciosidad

Si bien es cierto un periodista, al igual que cualquier otro ser humano, tiene libre albedrío y cierta simpatía hacia algún partido político, en el ejercicio de su profesión debe asumir una posición neutral al momento de plasmar los hechos noticiosos. Sin embargo la información que publican los medios, como en el caso de *Últimas Noticias*, está orientada para generar una opinión de marcada tendencia en contra de políticos y funcionarios de oposición al PRI y a los gobiernos emanados de este partido. Por lo general las declaraciones o conferencias de prensa de políticos contrarios al régimen actual no se cubren, a menos que involucren a personajes de oposición que critiquen a integrantes de la misma oposición.

En este sentido, el ejercicio periodístico se acerca más a una labor de vocero de acuerdo a los intereses políticos oficialistas, dejando a un lado el equilibrio y la pluralidad, al omitir información que involucre a todas las fuerzas políticas y de opinión.

Sin embargo, como la edición del diario es limitada y el sector al que va dirigido es a los políticos, la información que publica no llega al ciudadano común, a menos que conozca y tenga acceso a la página web o a redes sociales como Facebook, donde se comparten enlaces de las notas principales.

Pornografía

En los primeros años de *Últimas Noticias*, en lo que es actualmente la página de espectáculos se publicaban fotografías de modelos en topless, acompañadas por poemas eróticos. Esta fue una estrategia diseñada para captar la atención del público masculino, aunque después se cambió a lo que actualmente son notas de espectáculos con imágenes de personajes del mundo de la farándula, aunque hay una marcada tendencia a publicar información e imágenes casi exclusivamente del género femenino, dando prioridad y relevancia a fotografías que comuniquen erotismo.

Cancún radio

Todos los trabajadores de *Cancún Radio* sin distinción de responsabilidades ni jerarquías, cumplen con ciertos lineamientos que

se enmarcan por cada administración municipal al pertenecer directamente al ayuntamiento de Benito Juárez, teniendo como principio, la lealtad institucional a la radiodifusora y la figura que lo representa en el municipio, es decir, el Presidente Municipal en funciones.

Periodistas y personal de todos los niveles que desempeñaban su labor en *Cancún Radio* están conscientes de que son todos responsables, en mayor o menor medida, de que la información y el análisis generados en los diferentes ámbitos del quehacer social, sea presentada a la comunidad benitojuarenses con una visión íntegra de la realidad e independencia de pensamiento.

Con respecto a la Información y objetividad

Se privilegia buscar la verdad de lo que se investiga o se informa. Los hechos deben ser presentados imparcialmente, con exactitud, integridad y respeto a la audiencia

Rechazar distorsiones que escondan la importancia de los hechos.

Hacer una clara distinción entre hecho, conjetura, opinión y comentario, cuando cada uno de estos se presente.

Revelar claramente el origen de la información obtenida.

Verificar las fuentes y no depositar la confianza en una sola.

Nunca alterar citas directas, excepto para eliminar lenguaje ofensivo, proteger contra la difamación o hacer pequeños cambios para la claridad de la frase.

Tener cuidado con los reportajes sobre tratamientos médicos, drogas, evitar generar falsas esperanzas o alarma entre los escuchas.

Verificar todas las afirmaciones junto a fuentes responsables y neutras.

Evitar cualquier tipo de plagio. Si por descuido o irresponsabilidad se incurre en esta falla, se debe hacer la rectificación correspondiente en cuanto se advierta el error.

Preguntar es un derecho del entrevistador; responder, o dejar de hacerlo, del entrevistado.

En el punto sobre los Derechos de la sociedad

El medio de comunicación no deberá infringir las leyes ni propiciar la infracción de las mismas por parte de otros.

Al informar sobre detenciones policíacas o de participación de personas en actos delictivos, en los cuales su responsabilidad no haya sido comprobada por alguna autoridad judicial, el informador no tiene por qué “presuponer” la culpabilidad o inocencia de nadie y tampoco calificar con adjetivos las culpas o las personalidades de los involucrados en los delitos.

Tratar siempre a las personas involucradas en un crimen o una tragedia de una forma respetuosa y digna, mostrando siempre respeto por las víctimas.

Los reporteros deberán evitar el uso del lenguaje propio de las corporaciones policíacas en la redacción y lectura de la nota roja.

Los periodistas jamás deberán asumir el comportamiento propio de agentes policíacos ni en su vida pública ni privada.

Está prohibido en los reporteros el uso de vestimenta parecida a la de corporación alguna.

No informar a detalle sobre recetas de manufactura de droga, su distribución o consumo, excepto cuando esté justificado por la seguridad pública o sea requerido por las autoridades.

No sugerir que el uso de drogas ilegales o el mal uso de drogas legales es una manera aceptable de resolver problemas.

Todos los reporteros deberán informar a sus superiores si, derivado del manejo de información, han sido amenazados, o si tienen la sospecha de que corre peligro su integridad física o moral.

Cuando la radiodifusora maneje una información sobre narcotráfico o algún otro delito mayor, que presuponga un riesgo para la vida del reportero que hizo las indagaciones, se omitirá el crédito de la información por el conductor de noticias.

Para el Respeto a la vida privada

Todas las personas tienen el derecho a la privacidad, pero se dará seguimiento a las actividades de cualquier funcionario de gobierno o figura pública que se vea envuelto en algún escándalo, que esté bajo escrutinio de las autoridades y que su presunta responsabilidad involucre los intereses de la sociedad.

A menos que sea obligado por el curso de los acontecimientos, no deberá identificarse a la familia o amigos de gente acusada o condenada por un crimen.

La transmisión de información personal delicada, tal como detalles fiscales o tributarios, registros judiciales de familia o asuntos relacionados con la salud o bienestar pueden ser temas delicados que no deberán tratarse sin antes consultar las leyes que los cubren.

Evitar mencionar los nombres de las víctimas de un crimen, así como transmitir material que pueda contribuir con la identificación de la misma.

El periodista o reportero deberá actuar con especial cuidado cuando se toquen temas que tengan que ver con violencia intrafamiliar, crímenes sexuales y violaciones.

Se debe guardar respeto a la Integridad de menores

Debe tenerse cuidado extremo para que los menores de edad no sean instigados a dar entrevistas; queda prohibido ofrecerles incentivos o regalos para que cooperen.

No identificar a los menores de edad en la comisión de un delito ni en reportes judiciales, a menos que las propias autoridades judiciales lo hagan primero.

Ningún menor deberá ser entrevistado acerca de su bienestar, a menos que uno de los padres, guardián o tutor haya otorgado el permiso.

Los menores no deberán ser interrogados acerca de sus padres o hermanos, a menos que el padre o tutor esté presente u otorgue el permiso.

No abordar a ningún menor en los colegios o escuelas sin permiso de una autoridad escolar.

Para la Integridad periodística

Identificar fuentes siempre que sea posible. El término “fuentes confidenciales” deberá ser utilizado solamente cuando sea claro que el informador puede ser perjudicado.

Deben mantenerse todos los compromisos necesarios para proteger una fuente confidencial. Cuando la fuente insiste en el anonimato deberá buscarse otra, preferiblemente que pueda ser citable, o en su caso buscar la verificación.

Respetar y honrar la promesa de confidencialidad hecha a una fuente. Sin embargo, se debe estar consciente de las posibles consecuencias, como podría ser una orden judicial para que el periodista revele la identidad de la fuente en cuestión, lo que estará sujeto a las leyes con injerencia en el asunto.

Debe evitarse publicar historias sin ningún tipo de fundamento.

Hacer uso de la prudencia y el buen juicio al comunicarse con los participantes de sucesos violentos mientras están ocurriendo.

Utilizar herramientas tecnológicas con habilidad, evitando técnicas que distorsionen la realidad de los hechos.

Utilizar técnicas inhibitoras, incluyendo micrófonos ocultos, sólo si no hay otra manera de obtener la historia, y siempre si la técnica es explicada a la audiencia.

Utilizar grabaciones privadas, sólo con el consentimiento de la persona.

No utilizar nombres falsos cuando se represente a Cancún Radio.

No intentar conseguir información o imágenes a través del engaño.

Ofrecer con la información un puente y un modo de vinculación entre autoridades y sociedad.

Evitar como principio general pagar por entrevistas o información.

Errores y rectificaciones

Admitir y reconocer errores en forma seria y objetiva; éstos deberán ser corregidos en la primera oportunidad.

Consultar con el personal editorial y legal acerca del material potencialmente difamatorio.

Dar la oportunidad justa de responder a personas u organizaciones que hayan sido criticadas en programas o noticias en el mismo programa donde se haya generado dicha crítica.

Democracia, partidos políticos y elecciones

Promover la democracia y la pluralidad en todos sus aspectos.

Los conductores deberán siempre ajustarse a un comportamiento respetuoso hacia aquellos sectores de la sociedad que no compartan su ideario político

En el afán de promover y fomentar la democratización de la sociedad, en un ambiente de libertad, pero de respeto hacia las demás personas, autoridades e instituciones.

Quienes tengan aspiraciones electorales, formales o informales, y que deseen un espacio en los programas para promocionar ya sea su candidatura o la adhesión de simpatizantes, deberán solicitarlo con antelación ante la dirección general quien se encargará de programar dichas entrevistas de acuerdo a los espacios disponibles.

Evitar la inclinación político-partidista del reportero en la presentación de la información periodística.

Al reportero, articulista, conductor o entrevistador de la nómina de Cancún Radio que desee servir al mismo tiempo como jefe de prensa o asesor en comunicación en las campañas de cualesquier candidato, deberá retirarse de sus tareas y se le reasignarán otras responsabilidades.

Evitar expresar al aire comentarios personales sobre sus preferencias políticas o partidistas.

Cancún Radio buscará dar una cobertura plural de las notas políticas o de partidos políticos.

No se aceptarán ni transmitirán mensajes publicitarios de tipo político que agredan a terceros.

Las notas de los noticieros y en general los contenidos noticiosos no estarán a la venta, ni sujetos a contrato comercial alguno que comprometa su orientación o tratamiento de la información.

Reporteros

Es ilegal para los empleados hacer ganancias personales de información financiera recibida antes de la publicación general. Es ilegal pasar esta información a otros, sean personas, empresas o medios de comunicación.

Los periodistas no deben informar acerca de acciones, títulos o compañías en las cuales ellos, su familia o amigos, tienen un interés financiero, sin revelar este interés al jefe de su área o director general.

Una declaración de interés debe hacerse si los periodistas o reporteros negociaron o pretenden negociar, directa o indirectamente,

en acciones o títulos acerca de los cuales han informado recientemente o pretenden informar pronto.

Programación cultural y entretenimiento

En su tarea de informar para educar, *Cancún Radio* siempre está dispuesto a difundir todas las expresiones artísticas y corrientes de pensamiento cuyo objetivo sea el de reflejar la diversidad cultural del mundo y no únicamente el de captar audiencia.

Los programas que se transmitan por *Cancún Radio* deberán exaltar y promover las tradiciones regionales, así como las riquezas geográficas y los sitios de alto valor histórico y cultural de Quintana Roo, Cancún y de nuestro país, privilegiándolas por encima de las expresiones culturales y de entretenimiento de otras naciones.

Las series y programas de corte musical en los que se hace una verdadera apología de los estilos de vida violentos y de contenido erótico, deberán ser revisados y autorizados previamente por la Dirección General.

Los conductores de programas de entretenimiento deberán guardar el debido respeto a la radiodifusora, al auditorio, y a los invitados, absteniéndose utilizar palabras, gestos o ademanes obscenos.

Se revisará periódicamente el contenido, estructura y presentación de los programas, con el fin de garantizar la agilidad y actualidad necesarias que exigen los nuevos tiempos, que conlleven al verdadero interés y entretenimiento del público.

En los programas de entretenimiento, bajo ninguna circunstancia se deberá entrevistar o permitir la participación de alguien que se

encuentre bajo el influjo del alcohol o cuyo comportamiento haga presumir que usó alguna droga.

Cancún Radio se obliga a promover el arte y cultura quintanarroense con una programación que fomente las obra de valores locales en cualquiera de las disciplinas artísticas.

Aunque no se esté de acuerdo con las opiniones, los conductores de programas de debate y entrevistas sobre cualquier tema, tratarán a sus invitados con respeto, evitando cualquier enfrentamiento.

Canal 10 televisión

La empresa Promovisión del Caribe S.A. de C.V. fue fundada en el año 1980 ante la necesidad de dar a conocer las actividades de obra pública del gobierno de Pedro Joaquín Coldwell, con la apuesta del ingeniero, Eduardo Alberto Toledo Parra quien decide crearla con la visión de alcanzar lo que es hoy en día uno de los medios de comunicación por televisión más importantes de la Península.

Lo que hoy conocemos como Promovisión “La TV que va contigo” pasó por una serie de cambios, enfocados para entrar al gusto de los televidentes del Estado de Quintana Roo, la Península y gran parte de Latinoamérica.

En sus inicios llevó el nombre de “*Canal 6 de TV por Cable*”, luego cambió a “*Canal 10*” hasta adoptar la nueva denominación, impulsado gracias a los avances tecnológicos de la era digital.

Gracias el ímpetu de su propietario se logró avances importantes como cubrir todo lo largo y ancho del territorio quintanarroense,

llevando a todos los hogares con sistema de cable la programación completa.

Hoy en día llega más allá de la península de Yucatán (Campeche, Yucatán y Quintana Roo) rebasando las fronteras del país gracias al sistema satelital y el internet, lo cual brinda la posibilidad de que su marca o producto sea conocido en todo el mundo.

Luego de largos años en su primera instalación ubicada en Supermanzana 24, el pasado 27 de Junio de 2007 inauguró sus instalaciones en Av. Chichen Itzá, SM 38, MZA 100 Lote 3 altos, en Cancún Quintana Roo donde actualmente se encuentra el centro de operaciones.

Promovisión del Caribe es un canal en constante expansión con más de 33 años transmitiendo programas y noticieros producidos y transmitidos desde Quintana Roo y Yucatán por el sistema de Cable.

Para efectos del análisis ético de los medios de comunicación nos enfocaremos al noticiario Peninsular de una hora del *Canal 10* “Promovisión ¡La Tv que va contigo! y partiendo de la idea de que antes de ser un medio de comunicación que sirve como vínculo entre las organizaciones políticas, gobierno e instituciones y la sociedad civil, es una empresa meramente y como tal busca obtener beneficios económicos en la comercialización de espacios, inclusive en la transmisión de inserciones publicitarias o spots pagados.

Si bien, la deontología es un conjunto de principios éticos asumidos voluntariamente por quienes profesan el periodismo por razones de integridad, de profesionalismo y de responsabilidad social. La mayoría

de los casos en particular del canal en cuestión sus propietarios no han desarrollado el ejercicio periodístico.

El noticiario no cuenta con una línea editorial bien definida, pero eso sí, se ha convertido en el vocero oficial del gobierno a quien sirve a todas luces y tiene prohibido tocar con notas críticas con el fin de cuidar el convenio.

Entonces podemos establecer que el valor ético del noticiario depende de los reporteros que forman parte del área de noticias, quienes todos los días hacen su mejor esfuerzo para recabar la información privilegiada, pero que al mismo tiempo están a expensas de una dirección general de información que maneja intereses económicos ya sea con el gobierno de los tres niveles, instituciones políticas u organizaciones no gubernamentales.

Vale la pena señalar que el noticiario respeta la ética de cada uno de sus reporteros, pero también en ocasiones ha perdido cualquier valor ético con un cañonazo de billetes por más que la información recabada sea exclusiva.

El noticiario peninsular cumple con el vínculo con la sociedad civil, que ha visto en el canal un medio para poder expresar sus necesidades en cuanto a servicios públicos o quejas contra particulares.

El noticiario ha abierto sus espacios a las notas de sondeo que se transmiten en las emisiones diarias sobre servicios públicos como el alumbrado, calles, agua potable, entre otros servicios demandados por la población quintanarroense.

Adentrados en el tema, los reporteros del noticiario tratan de ser lo más objetivos posibles, pero también por más cuidadosos que sean

han caído en la inexactitud de datos que no ajustan totalmente a la verdad, aun cuando se cuenta con el filtro de la dirección de noticias o la jefatura de información.

Sin embargo, esta dirección todos los días lucha, empleando mecanismos de revisión de “teaser” y notas informativas para que la información que llegue a la ciudadanía sea la más exacta y veraz posible, así seguir ganando lugares en la preferencia de los televidentes de la Península de Yucatán.

Y es que estos dos ejercicios de exactitud y veracidad han contribuido para que la sociedad civil tenga mayor confianza y credibilidad en la información emitida en los noticiarios, acortando el abismo que existe sobre la opinión de la sociedad al respecto a las televisoras más populares de nuestro país.

En los años que he formado parte del canal en el área de deportes se han dado casos de manipulación de información, asimismo ha faltado la información crítica que exige el ejercicio periodístico sobre todo contra los gobiernos.

Lo que también he observado es la falta de la crítica directa contra los gobernante de la Península, quienes pasan los días exentos de cualquier señalamiento. Aunque la situación es contraria con los funcionarios de sus dependencias.

En ese sentido existe la omisión y ocultación de información ya que si de lo que se trata el periodismo es de la investigación no existe tal para ventilar todos los tejes y manejes de los gobiernos en sus Estados, considerando Yucatán y Quintana Roo.

Considero que el sensacionalismo es un mal necesario de los medios de comunicación, ya que en el caso de los noticiarios en la televisión, en la introducción presentan un teaser de notas en los que se busca captar la atención del teleauditorio.

Aunque es preciso señalar que en la nueva etapa de los noticiarios se busca evitar la vulgaridad en los teaser, empleando frases más elaboradas que enganche a los televidentes.

Asimismo dejó de trabajar la nota roja y de provocar el morbo con las notas policiacas de personas ejecutas o que cuenten con alto contenido de sangre.

La dirección se ha convertido en un filtro de la información de manera que desecha cualquier intento de hacer periodismo con rumores, aunque en tiempos electorales tiende a ser un poco más flexible con este tipo de información que se genera en su mayoría en los partidos políticos o desde el gobierno.

En los medios de comunicación no hacen falta los enemigos de los dueños, pero en éste no se les ha dado mayor importancia a las calumnias, ya que para ellos es mejor no hablar de los detractores, considerando las pérdidas que se generan por los costos de tiempo aire.

El noticiario está compuesta por varias plazas, desde la local, estatal (Solidaridad, Cozumel y Othón Pompeyo Blanco) y la regional que se transmite desde Mérida Yucatán.

Entonces, el filtro de información solo está enfocado en el área local y en ocasiones hemos tenido columnas de colaboradores que de cierta

manera lesionan con calificativos e injurias, el honor o reputación de alguna persona.

Considero que todos los medios de comunicación tradicionales, sin excluir al canal han caído en la difamación al publicar información verdadera o falsa y que de alguna u otra manera lesiona la reputación de la apersona.

Otro de los aspectos del ejercicio periodístico que se han criticado mucho en los últimos tiempos ha sido la pornografía de la información al momento de repetir y generar seguimientos a la información con todos los más mínimos detalles en imágenes.

Asimismo, en el canal no se anuncian casas de masajes, tampoco se incluyen imágenes con contenidos de sexo en los noticiarios cuidando el aspecto moral.

Al exceso de canales informativos tradicionales (tv, radio, prensa) se le han unido en estos últimos diez años, redes sociales, emails, chats, web, videos, y la infraestructura necesaria: teléfonos móviles con cámaras, ordenadores portátiles, wi-fi, 3G, que ha generado que a nadie le baste solo con la noticia.

El periodismo debe ejercerse de manera objetiva, veraz y oportuna, sin embargo, aunque no exista una verdad absoluta, todo depende de la formación profesional del periodista para cumplir con su objetivo de ser el vínculo con la sociedad civil.

7.5 Nueva clase política: clase política fragmentada

El 8 de octubre con motivo del veintinueve aniversario de la conversión del territorio en Estado Libre y Soberano, los quintanarroenses tuvimos

la oportunidad de observar a una élite política que en casi treinta años cambió radicalmente su configuración; ya que en ese breve lapso pasó de ser casi monolítica y agrupada mayoritariamente en el Partido Revolucionario Institucional a una clase gobernante agrupada en distintos institutos políticos, incluso, con motivos y perspectivas diferentes.

Este fenómeno que se podría denominar de desintegración y ajuste, si bien empieza a ser evidente durante el régimen de Miguel Borge Martín, fue sin duda más intenso durante la administración del Mario Villanueva Madrid. Y aún se expresa con nitidez en la actualidad. Es decir, más allá de las culpas y los rencores que esto ha dejado a su paso, (incluso de los motivos que en su momento esgrimieron los dirigentes, para justificar sus decisiones), la antigua élite política realizó puntualmente su proceso de auto inmolación, paso doloroso pero necesario para poder ajustarse a los requerimientos de una sociedad que también había cambiado no sólo en su estructura por edades y por clases sociales; sino también en su composición cultural y por lo tanto, en su percepción de la realidad.

El fundador del PRD en Quintana Roo, Tomas Contreras Castillo en su opinión publicada en el Diario Por Esto! de Quintana Roo (edición del miércoles 22 de octubre del 2003), establece que ahora la vieja clase política ya no se encuentra solo en el PRI, sino que ha emigrado y nutrido a las formaciones de la oposición, y a pesar de todas las incongruencias y de las locuras que vemos en el mundo de la política, poco a poco empiezan a surgir los modelos de la actuación que

sustentarán el nuevo orden que hemos dado en llamar: el régimen de partidos.

Desde luego, no vemos aún actitudes que evoquen: liderazgo firme y con visión, congruencia política, tolerancia y respeto a la legalidad, pero sin duda hacia allá vamos, queramos o no, sólo que es un proceso de maduración cuya realización requiere temple para aguantarlo. Y ésta, es la única actitud que incrementa la probabilidad de llegar a la “tierra prometida”; que en este caso es: ¡la democracia! Claro, los políticos que se desesperen y empiecen a evocar el pasado, corren el riesgo de terminar hechos “pomada” por este proceso de tránsito.

Todo esto explica el porqué de la recurrencia de conflictos en el gobierno estatal, en los gobiernos municipales y en los partidos políticos. Sin duda la clase política aún no adquiere un buen nivel de madurez en esta nueva etapa de la sociedad quintanarroense, lo que se evidencia en la actividad compulsiva, en la ausencia de visión de los actores políticos.

Tiene la razón el gobernador cuando describió en su intervención en el Congreso del Estado a una clase política irremediabilmente dividida: Percibir eso está bien, pero no es lo fundamental. Hoy las circunstancias nos obligan a pensar y decidir hacia dónde queremos llevar a la clase política y cómo, precisamente para que siga siendo clase, de otra manera los fenómenos emergentes entrarán en escena. ¿Qué tipo de liderazgo político vamos a construir para Quintana Roo? Y además, ¿Cuándo?, ¿Cómo? y ¿Con quién? No es necesario que

contestemos apresuradamente, pues sólo tenemos 500 millones de años de atraso. ¿Será?

Al hablar de una nueva clase política en el estado, las referencias no son precisamente a una nueva generación de acuerdo con cronos que incursione en política sino más bien a un híbrido amorfo entre quienes han naufragado en el mar de los intereses políticos y económicos del PRI, y se han embarcado con fuerzas opositoras que aún no consolidan su estructura orgánica en Quintana Roo, pero que se conducen con los lineamientos nacionales de su partido, constituyendo la nueva oferta política electoral. A continuación algunas opiniones y testimonios periodísticos.

Gobernadores que apuestan por el debilitamiento del PRI

Si desde que el Partido Revolucionario Institucional (PRI), perdió la Presidencia de la República ante el Partido Acción Nacional (PAN), se acusó al gobernador Joaquín Hendricks Díaz de sobrellevar de manera muy tibia su militancia priista, así como de estar exhibiendo una proclividad por entregar en el 2005 la gubernatura a quien se lo indique el gobierno foxista, su confesa participación en el encuentro que sostuvieron cinco gobernadores del tricolor con el presidente Vicente Fox Quesada, pone de nueva cuenta en duda su fidelidad al partido que lo encumbró en el gobierno de Quintana Roo.

Y es que la visita que el gobernador Hendricks Díaz y sus colegas de Campeche, Jorge Carlos Hurtado Valdez; de Durango, Ángel Sergio Guerrero Mier; de Guerrero, René Juárez Cisneros y de Puebla,

Melquíades Morales Flores, hicieron a Los Pinos para platicar con el presidente Fox, se da en un momento muy delicado para el PRI, en donde se han detectado claras evidencias de que desde la Presidencia de la República se está fomentando la confrontación interna y su debilitamiento.

De ahí que se desprenda que para esos gobernadores priistas, algunos de los cuales, como el poblano Melquíades Morales Flores y Hendricks Díaz, están próximos a concluir sus mandatos, es más importante asegurar el futuro inmediato de sus gobiernos y garantizarse protección a su salida, que lo que le ocurra al PRI en estos momentos de crisis interna, así como los efectos que ésta pudiera tener la sucesión presidencial del 2006.

Por eso es que luego de que el Presidente Fox los “convenció” de sus “buenas intenciones” para que el PRI se mantenga unido, salieron dispuestos a correr costos políticos que implicaría la aprobación del programa económico que el gobierno foxista pretende aplicar en el 2004.

El foxismo al parecer ya logró convencer a más de un gobernador priista, de que desde la Presidencia de la República se le darán garantías y respaldo para que sin rendirle cuentas a la dirigencia nacional del PRI, haga y deshaga en la “isla de poder” que le toca controlar.

Por eso la falta de cuidado exhibida por los gobernadores que se reunieron con el Presidente Fox. Porque están seguros que con las garantías que les ofreció el gobierno foxista y el debilitamiento de la

dirigencia nacional priista, ellos se fortalecen para manejar a su antojo los destinos del tricolor en las entidades que gobiernan.

Y el gobernador Hendricks Díaz parece querer correr el riesgo de esa apuesta, la del debilitamiento de la dirigencia nacional del PRI, para consolidar el control que desde ahora se avizora y tendrá en la designación del candidato a la gubernatura del tricolor.

Opinión de José Hugo Trejo. *Diario Por Esto! de Quintana Roo*. Martes 9 de diciembre de 2003.

“Chacho”, candidato del gobernador

Amarrados por sus propias desgracias, el gobernador Joaquín Hendricks Díaz y el alcalde de Benito Juárez Juan Ignacio García Zalvidea (PVEM), han dejado al descubierto su prematura alianza transexenal, que les redituará en partida doble beneficios que dejarán chiflando en la loma a más de cinco suspirantes.

Observamos con suma preocupación que en Quintana Roo la clase política ha sido sojuzgada a los designios que marcan los grupos empresariales que desde hace más de tres años se incrustaron en el poder para desde esa trinchera seguir amasando incuantificables negocios que los hacen más poderosos día a día.

De ahí que la nueva alianza Hendricks-García Zalvidea se haya tejido sobre la base de los arreglos de los grupos empresariales que trabajan bajo el amparo de estos gobernantes, quienes los conminaron a limar asperezas para garantizar certidumbre a la posible entrega de Quintana Roo a un partido político contrario al PRI.

Por lo cual, ante semejante descaro, nos atrevemos a calificar que los arreglos debajo de la mesa de Hendricks Díaz y García Zalvidea han

borrado de tajo la credibilidad de los partidos opositores al PRI y confirman que en el caso del tricolor siguen utilizando el membrete para beneficio de unos cuantos que lo abandonarán a su suerte cuando hayan perdido la joya de la corona que es la gubernatura del Estado.

Por eso, causan pena ajena quienes siguen autonombándose candidatos del gobernador, cuando la realidad es otra, ya que Hendricks Díaz desde ahora enfila sus baterías para seguir engordando la precampaña de García Zalvidea y así beneficiarse con la impunidad absoluta de llegar a entregarle el poder en el 2005.

No es justificable que el alcalde cankunense negocie impunidad con el gobernador, cuando los dos juicios políticos que se ventilan en el Congreso han sido producto de su alocada manera de gobernar.

Justo a tiempo ambos gobernantes nos han demostrado sus verdaderos intereses y eso nos da tiempo para valorar con exactitud el grave daño que le están causando a nuestra entidad. Sin embargo debemos reconocer que el oportunismo de Hendricks Díaz no es flor de un día, sino una “nueva forma de hacer política” y que sus recientes triunfos electorales confirman que se prepara para volver a ganar la gubernatura, únicamente que en este caso lo haría con un candidato de oposición a su partido.

Comentario de Renán Castro Madera. Diario Por Esto! de Quintana Roo. Miércoles 24 de septiembre del 2003.

Reforma judicial de \$220 millones y otras “pizcachas”

En política no hay casualidades. Y por si alguna duda existía sobre la negociación que se realizó en lo oscuro entre el gobernador Joaquín

Hendricks Díaz y el presidente municipal de Benito Juárez, Juan Ignacio “El Chacho” García Zalvidea, para que éste influyera en los diputados “verdealbicelestes” con el objetivo de que se sumaran a la fracción del Partido Revolucionario Institucional, PRI, en el Congreso del Estado para sacar adelante las reformas constitucionales dedicadas al Poder Judicial, la misma se dispersó con el acuerdo de la agenda legislativa que se aprobó el día de ayer.

En dicha agenda, que se desahogará en esta misma semana, “casualmente” se acordó el análisis en comisiones de los asuntos que le interesan tanto al titular del Ejecutivo Estatal, como al gobierno municipal verde-ecologista que encabeza en Benito Juárez “El Chacho” García Zalvidea: la reforma al poder judicial, para el primero, y la aprobación de la solicitud de endeudamiento por 220 millones de pesos, que requiere el segundo.

Opinión de José Hugo Trejo. *Diario Por Esto! de Quintana Roo*. Miércoles 24 de septiembre del 2003.

El prematuro camino a “la grande”

Las principales figuras de la política quintanarroense han quedado desfasadas, luego de la incursión en el escenario público del empresario Juan Ignacio García Zalvidea, hoy alcalde del municipio de Benito Juárez.

Si bien su atrabancada manera de interpretar la política le ha significado importantes dividendos, su desenfadada forma de administrar el municipio más importante del Estado le han provocado aquelarres al por mayor, por el manejo poco ortodoxo de su figura, pero efectivo para posicionarse en el ánimo del electorado.

Hoy, su prematura campaña proselitista construida desde el Palacio Municipal de Cancún, lo ha instalado en los cuernos de la luna, y dado el anticipado desgaste de las figuras de peso en los partidos políticos con representación en la entidad, ha provocado que marque la agenda política quintanarroense.

Mientras, los priistas, perredistas y panistas se desgastan en enfrentamientos internos por lograr las preferencias de sus militancias, el “Chacho” García Zalvidea camina en caballo de hacienda en pos de la ansiada silla que se pondrá en juego en el 2005.

Opinión de Renán Castro Madera. Diario Por Esto! de Quintana Roo. Noviembre del 2003•

La hegemonía del PRI en Quintana Roo, amenazada por la oposición

“Si no enmendamos el camino podemos perder la gubernatura. Lo que más me preocupa es la falta de liderazgo en mi partido. No se ve por ningún lado la estrategia”, advierte el diputado Abraham Martínez Ross.

A la par con el retroceso en elecciones locales, el PRI ha enfrentado la fuga de gran parte de sus cuadros, entre ellos el ex gobernador Jesús Martínez Ross, la ex alcaldesa de Cancún Magali Achach Solís y el ex senador Jorge Polanco Zapata, todos ellos refugiados en el Partido Convergencia.

La lista incluye al ex diputado federal y ex alcalde de Chetumal Hernán Pastrana Pastrana. Afiliado al PRD, al igual que otras figuras como el ex dirigente estatal de la CROC, Salvador Ramos Bustamante, y el empresario radiofónico que colaboró en la campaña presidencial de

Miguel de la Madrid, Gastón Alegre López. Sea quien sea el candidato del PRI, la oposición cuenta con una figura que ha derrotado al tricolor en dos contiendas. Se trata del presidente municipal de Cancún, Juan Ignacio García Zalvidea, quien proclama abiertamente que desea ser gobernador.

Emanado de los “amigos de Fox”. Con corta estancia en el PAN, Zalvidea incursionó en la actividad política a principios de 2000, cuando ganó la diputación federal, y dos años más tarde le arrebató al PRI la alcaldía de Cancún, la primera derrota municipal del tricolor.

Juan Ignacio Zalvidea ha copiado la estrategia de Vicente Fox, ya que en gran parte de los municipios han apadrinado agrupaciones denominadas “Los amigos de Chacho” y patrocina un programa radiofónico sabatino del mismo corte de “Fox Contigo”.

Comentario de Javier Chávez Ataxca, corresponsal de La Jornada. 1 de Agosto del 2003.

A la nueva clase política, el gobernador Joaquín Hendricks Díaz en sus propias palabras, la concibe pluripartidista y ya no solo priista. Empero, entre líneas la llama a madurar, a ser corresponsable con los intereses comunes a desarrollarse con ética política, a restituir la confianza ciudadana. El mismo se asume como parte de esta nueva generación.

A propósito de su 5° Informe de Gobierno, el 26 de marzo del 2004, explicó: que para nosotros, la manifestación de las ideas, la expresión más amplia y plural del pensamiento, el ejercicio crítico y la participación abierta de todas las voces de una sociedad constituyen el factor de civilidad más importante en la construcción del destino común. Sobre tales conceptos decidí fincar las decisiones de mi

gobierno. La tolerancia, en consecuencia, definiría el clima de las relaciones de mi mandato; una tolerancia sólo acotada por la legalidad, por las convicciones personales, y por los principios de la ética política y la moral pública.

Nuestra gobernabilidad está intacta y se fortalece en el debate abierto de las diferencias políticas, en el desahogo institucional de las controversias, y en la modernización progresiva del sistema electoral con que se refuerza la confianza ciudadana.

He promovido una continua adecuación del marco constitucional y legal, pero también de los órdenes administrativos e institucionales (se sometieron al análisis legislativo 76 iniciativas de Ley). Para ello los poderes Legislativo y Ejecutivo hemos realizado un trabajo conjunto, donde ha habido plena libertad para debatir y disentir. Esta y no otra, es la colaboración responsable de poderes que se realiza en esta entidad y con la que se garantiza el Estado de Derecho.

Observamos que nuestra vida pública discurre sin altercados ni conflictos alarmantes. Estamos forjando, sin traumatismos, el bagaje de las nuevas generaciones que ya navegan con esperanza el horizonte y que, seguramente, participarán con vigor en la futura vida política del Estado.

Advierto sin embargo, que en el país, así como hemos llegado a la hora del cambio, de la alternancia, la evidencia apunta a que podemos estar pervirtiendo la política y convirtiéndola en una inclemente guerra sucia por el poder, cuyo único saldo seguro sería la soledad de las urnas, la ilegitimidad de los gobiernos, el debilitamiento institucional.

Los quintanarroenses, los mexicanos todos, debemos comprender y asumir con responsabilidad nuestros encargos públicos, resarcir la ética política, restituir la confianza ciudadana que hizo posible la transición democrática.

Debemos promover, en consecuencia, los liderazgos alternativos; aquellos que sean capaces de reanimar el entusiasmo democrático de la gente. Y digo a las militantes que son ellos, quienes hacen a los partidos. Que los partidos son sus causas, sus banderas, sus principios y sus proyectos de porvenir en todas las demarcaciones políticas del país. En todas partes donde existan, deben responder por la suerte de todos los mexicanos, porque ese es el compromiso al que deben su papel y el que justifica su existencia.

Los actores políticos debemos aprender a conocer nuestro valor real, lo que merecemos, lo que es prudente pedir, lo que es honesto señalar como indebido, lo que es dable reconocer, sin concesiones y sin regateos. Que esas sean nuestras razones para exigir y proponer. No confundamos la intriga y la referencia vulgar con la crítica real. No escondamos nuestra insuficiencia intelectual y moral en la descalificación compulsiva y el ataque visceral.

Vámonos respetando unos a otros para construir el destino común sobre las bases de la concordia, el consenso y la verdad.

**PARTE VI. MEDIOS DE SERVICIO PÚBLICO. EL SISTEMA
QUINTANARROENSE DE COMUNICACIÓN SOCIAL (SQCS), UN
ESTUDIO DE CASO**

8. La razón de ser de la televisión y la radio pública es el servicio público auténtico

Es indispensable este punto de partida: los medios estatales o gubernamentales y los medios de servicio público son conceptos muy diferentes. Los primeros sirven a los intereses del Estado, encarnado por el gobierno en turno, y los segundos sirven a los ciudadanos, con el Estado como garante obligado de dicho servicio público. Esta concepción implica una visión a largo plazo que busca el beneficio, no económico como en la lógica del mercado, ni de los gobiernos como en la lógica del modelo estatal, sino de la población en su conjunto. Para Abdul Waheed Khan de la UNESCO, la misión de los medios de servicio público es parte fundamental del desarrollo sostenible, porque con ello se faculta a las personas a tomar decisiones para su propio desarrollo.

La organización de radiodifusión que pertenece al público habla a todo el mundo como ciudadano, es decir: promueve el acceso y la participación en la vida pública; desarrolla el conocimiento, amplía horizontes y permite a las personas comprenderse mejor a través de un mayor entendimiento del mundo y de los otros.

2. La televisión de servicio público debe animar, buscar y obtener una manifestación clara y no vinculante por parte de la institucionalidad política del Estado y la expresión plena y no circunstancial de tal voluntad como plataforma eficiente de apoyo, garantías de continuidad, sostenibilidad económica, independencia editorial y fortaleza para sus actuaciones financieras en los ámbitos nacionales e internacionales.

El hecho de que los medios estatales necesiten de los mecanismos propios del Estado para convertirse en medios de servicio público, podría parecer paradójico, pero el servicio público requiere de cierto soporte de conjunto, de una ecología de medios públicos, para sobrevivir. Esta ecología depende del diseño de una estructura de responsabilidad y regulación que permita a los medios de servicio público manejarse en forma satisfactoria para servir a las necesidades de la audiencia. Ello implica nuevos esquemas de financiamiento, administración, gestión, producción e intercambio.

3. La televisión de servicio público debe ganar el reconocimiento y la alta valoración de la población en virtud de la pertinencia, diversidad y alta calidad de los contenidos que produce y difunde. Ello a través de la participación ciudadana en la construcción de la agenda de programación, incluyendo los espacios noticiosos, los cuales deberán guardar equilibrio y apertura, criterios profesionales y concebir a la información como un bien público.

Ante un panorama de creciente privatización de todos los órdenes de la vida en la mayoría de los países, incluyendo el nuestro, se impone la construcción de un espacio público desde los medios que involucre a todos los ciudadanos.

Según Jesús Martín-Barbero, la televisión de servicio público debe constituirse en un lugar de encuentro, así sea cambiante y precario, para todos los públicos, que les ofrezca los siguientes servicios: a) reconocimiento y expresión de la diversidad cultural, b) representación de la pluralidad ideológico-política, c) información independiente, plural e incluyente de las diferentes situaciones regionales, y d) debido a la

fragmentación que introduce el mercado, es necesario que se dirija al conjunto de ciudadanos del país.

4.- La televisión de servicio público debe ser plural, autónoma e independiente.

Una de las diferencias centrales entre un medio estatal y uno de servicio público consiste en que los mecanismos de elección de públicos, contenidos y objetivos son, para el primero, elegidos por unos cuantos. En el caso que nos ocupa, deben gestarse de manera plural, autónoma e independiente, que responda a las auténticas necesidades de la población.

5. La televisión de servicio público debe hacer énfasis en la calidad, el uso pertinente de las nuevas tecnologías de información que siempre deben estar subordinadas a los contenidos, y el estudio sistemático sobre las necesidades y aspiraciones de sus audiencias.

El Consejo de la Comisión Europea de Televisión Independiente formuló un conjunto de requisitos para la televisión de servicio público, entre los que destacamos:

- a) Una amplia cobertura de programas que satisfagan una variedad de preferencias e intereses.
- b) Alta calidad técnica y niveles de producción, adecuado financiamiento e innovación y diferenciación, utilizando todos los modernos recursos televisivos.
- c) Tomar en cuenta elementos culturales, lingüísticos y sociales de las distintas poblaciones.
- d) Exhibir por primera vez gran cantidad de producciones originales.

e) Demostrar una verdadera voluntad para enfrentar riesgos creativos y formar telespectadores críticos.

Calidad en contenidos

6. La televisión de servicio público deberá regirse por procesos internos de gestión de calidad sin que ello interfiera en la consecución de sus objetivos y fines.

El único camino para proteger y promover el interés público radica en el mejoramiento de la calidad. Ya existen modelos de auditoría para los sistemas de gestión de la calidad de los medios de servicio público, basados en las mejores prácticas en la industria mundial de la difusión, los cuales se enfocan en siete aspectos: satisfacción de los espectadores; calidad y precisión de la información; calidad y diversidad de otros tipos de programas; innovación y creatividad; independencia y transparencia de la administración; promoción y respeto por las normas éticas, y representación de las minorías nacionales, acceso universal y relevancia social.

7. La televisión de servicio público debe estimular el desarrollo de la industria audiovisual, mediante el fomento de producciones propias, así como de mecanismos de intercambio de programas y cooperación técnica y profesional en los ámbitos local, nacional y regional.

Entre los cuatro principios que definen a los medios de servicio público: universalidad, diversidad, independencia y diferenciación, resalta el último, que revierte la marginación por el papel social estratégico de los medios de servicio público, que estriba en hacer las cosas de forma diferente; innovar, crear nuevos espacios, nuevas

producciones, marcar el rumbo en el mundo audiovisual y liderar nuevos caminos respecto a otras empresas de difusión.

8. La sociedad civil y la sociedad política deben promover un debate plural, amplio y democrático que genere, cumplidas las instancias constitucionales, un marco jurídico para el desarrollo de una radiotelevisión de servicio público, así como una política pública que guíe su desenvolvimiento y coadyuve a la consecución de sus objetivos.

Luego de un estudio sobre las disposiciones constitucionales de ocho países de América Latina, entre ellos México, el jurista Alejandro Serrano Caldera concluye que no existen normas específicas para construir un sistema diferente a los modelos estatal o mercantil. Quedan fuera por completas disposiciones que constituyan verdaderas condiciones jurídicas para que los medios de radiodifusión masiva funcionen como servicio público. Por ello, Serrano señala la necesidad de contar con leyes marco de rango constitucional sobre la radio y la televisión de servicio público.

9. La televisión de servicio público debe profundizar sus acciones para que la ética, la transparencia y la rendición de cuentas sean ejes fundamentales de su quehacer.

Una sociedad participativa e informada requiere transparencia en la constitución y funcionamiento de las instituciones mediáticas de servicio público, en el procedimiento para los nombramientos de sus directivos, y sobre el proceso de propuestas o contratación para las compañías en el campo de la difusión.

10. *La televisión de servicio público debe adaptarse a las realidades económicas, políticas y culturales, y a las necesidades de la población del país.*

Por tanto, y aunque es indispensable el análisis comparativo y el contraste con otros modelos y con las mejores prácticas de radiodifusión de servicio público en el mundo, debemos buscar nuevos esquemas y nuevas fórmulas para el trabajo de generación de contenidos y de relación con los públicos que respondan a los retos del México contemporáneo. La tarea requiere visión, valor y compromiso.

11. *La televisión de servicio público debe reforzar su vocación a favor de la democracia, de la libertad de expresión, de la diversidad cultural, de la promoción de los derechos humanos y de la integración latinoamericana.*

A lo largo de los años, expertos y participantes convocados por la UNESCO han consensuado que la televisión de servicio público deberá cumplir con siete acciones fundamentales: *a)* atención a las capas desprotegidas de la sociedad, *b)* estímulo al desarrollo de la industria audiovisual, *c)* apoyo a la educación y la formación, *d)* estímulo para la consolidación y la extensión de la democracia, *e)* canalización del sistema cultural, *f)* una programación distinta en singularidad y originalidad, y *g)* cooperación internacional e integración regional.

Este punto es de particular importancia, porque permitiría transformar y balancear los flujos actuales de información y comunicación, que

tanto inciden en procesos de formación de identidad, de designación de los otros y de representación del mundo.

Se necesita mucho más que principios abstractos para lograr la presencia activa y transformadora de medios de servicio público en México. No obstante, siempre es necesario un primer paso que nos permita recordar que el camino debe estar normado por la ética, las nociones de espacio público, de bien común y de una democracia auténtica.

En un diagnóstico en el que repasa la situación que guardan los medios del servicio público en México y en el Mundo, con sus diversas experiencias y diferentes coyunturas que responden a su marco legal, su sistema político y a su condición socio-económica; en sus modalidades de radio y televisión, el investigador Irving Berlín Villafaña²⁰⁶ conceptualiza los nuevos retos que tienen estos medios ante la modernidad consumista de la globalización. En una revisión comparativa entre las principales expresiones de medios del servicio público, recorre la distancia que debe existir entre éstos y los medios privados en materia de desempeño profesional y ética, el ejercicio de la libertad de expresión y el financiamiento, según la naturaleza de cada uno.

Reseña que hoy, el estado ha sido sustituido por el mercado como motor del desarrollo social en casi todos los países del mundo. De ser ciudadanos con legítimos derechos y obligaciones en el marco de la

206 Berlín Villafaña, Irving (1998): Radio: Los medios de servicio público, América y Europa. Apuntes para un diagnóstico. Revista Latina de Comunicación Social. Dirección en internet: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/67irv.htm>

racionalidad del derecho, hemos pasado a ser consumidores con cierta capacidad subjetiva de selección -y/o de compra- en medio de las fuerzas y ofertas del mercado. No en balde el *marketing* es un elemento utilizado, incluso, para ganar campañas políticas.

En este nuevo orden, el poder de los medios de comunicación es replanteado en los términos míticos de la libertad de expresión que se asemeja a la libertad de propiedad y de empresa, desplazando los esfuerzos antiguos de los gobiernos por controlar vehículos importantes del consenso y con el poder suficiente de trastocar o fomentar ciertos valores, como la radio, el cine y la televisión ¿Acaso, las llamadas y diversas Políticas Nacionales de Comunicación están condenadas al fracaso tras graves lecciones de corrupción o el empuje de los propietarios privados? ¿La propia regulación del mercado de medios es suficiente para garantizar la pluralidad, calidad, objetividad y cultura que deben generar los medios de comunicación? ¿Bajo qué experiencias puede refundarse el proyecto emancipador del estado en materia de radio, cine y televisión?

En América Latina, las Políticas Estatales de Comunicación datan de la década de los 70, época de especial sentido crítico del estado latinoamericano que cuestiona desde diversos sectores los modelos verticales y comerciales de comunicación, añadiéndole la variante de coadyuvante para el desarrollo nacional. En consecuencia, nacen procesos legislativos como en Venezuela que crea *Ratelve* o en México, donde se impulsa constitucionalmente el derecho a la información. La comunicación, argumentará más adelante Antonio Pasquali, es uno de los elementos del triple eje del desarrollo, junto

con la educación y la cultura. Además, es un factor importantísimo del equilibrio social, puesto que permite o inhibe la expresión de intereses e ideologías de diversos y oponentes grupos sociales, al amparo de la normatividad estatal.

Las Políticas Nacionales de Comunicación son, para decirlo en términos muy cercanos a Luis R. Beltrán, un conjunto explícito de normas que guía de manera coherente y duradera las acciones de las instituciones de comunicación de un estado, con miras a aumentar su capacidad de conducir o coadyuvar al desarrollo social, junto con las esferas de la educación y la cultura; no se pretende subvertir el orden privado; no se busca limitar las libertades sino asegurar flujos equilibrados de información; no es estatizar sino completar los sistemas de comunicación con medios públicos, al servicio de fines educativos y culturales; no es la socialización sino la democratización de los sistemas y procesos de comunicación y su uso racional. (Schenkel: 1981, 25).

El paradigma del servicio público -y de las Políticas Nacionales de Comunicación- se desarrolla a partir de un enfoque político-comunicacional que da un papel decisivo al poder del estado para equilibrar las fuerzas actuantes en el mercado de medios de comunicación, en América Latina, en el escenario de los 70; éste, dominado por organizaciones libre empresariales y miedos-adhesiones a la crítica izquierdista del poder. Cuando menos, las Políticas Nacionales de Comunicación suponen importantes críticas al sector privado (la concentración monopólica de medios, control, censura y desequilibrios informativos, dependencia programática,

enfoques extranjerizantes, desatención a la educación y al desarrollo y defensa de intereses parciales).

También, a las políticas estatales previas, que reconocen la necesidad de regular directamente la actividad desde la perspectiva del servicio público y no del "interés público" e impulsar un modelo mixto afincado en un fuerte sector privado de la comunicación y una gestión estatal lo suficientemente amplia para garantizar el ágil desenvolvimiento de la comunicación en todas las áreas deficitarias.

Los medios de servicio público "buscan que la misma libertad de expresión y de prensa que gozan los medios privados de comunicación y los grupos dominantes la gocen también todos los grupos sociales, especialmente aquellos a los cuales se dirigen los esfuerzos gubernamentales para redimirlos de su perenne atraso y pobreza" (Ob cit; 64). Estos no tienen los medios adecuados para expresarse, por lo que la libertad de prensa tiene que ser rescatada de su formalismo excluyente, para darle una dimensión verdaderamente democrática.

La función de tales medios estatales "sólo debe y puede ser complementaria o supletoria de las actividades de los medios privados y de ninguna manera deberían perseguir finalidades competitivas en el sentido económico. Este postulado no sólo coincide netamente con el concepto de su funcionalidad cultural y educativa, sino que resulta totalmente viable en cuanto a las modalidades de su funcionamiento" (Ob cit; 64). No deben transmitir anuncios comerciales, sino financiarse por anuncios de servicio público, municipales o estatales. Una Política Nacional de Comunicación inspirada en principios

democráticos debe, por lo tanto, cuidar muy bien la conveniencia de salvaguardar una clara división funcional entre los medios privados comerciales y los medios educativos y culturales del Estado.

Las dependencias entrañables y hasta perversas de los medios latinoamericanos hacia su "origen financiero y conceptual" han sido factores del quiebre del modelo en nuestros países como se ve una y otra vez, sean los casos de Venezuela, Argentina o México. En éste último, por ejemplo, se han desarrollado diversas modalidades de radiodifusión pública, tales como radios universitarias, indigenistas, regionales y la cadena del Instituto Mexicano de la Radio. Su supervivencia muestra la ideología de igual número de políticas y tendencias eventualmente mantenidas por diferentes gobiernos priistas y que representan coyunturas políticas específicas, abandonos y caminos empedrados que no tuvieron meta ni destino final.

"El proyecto de la televisión estatal, dice Antonio Zarur, como vimos se perdió en la antinomia que nunca superó y que se encuentra en el origen mismo de su ulterior desaparición: la televisión estatal debía subsistir con fondos públicos para no hacer depender su orientación de los ingresos derivados de la publicidad y todo lo que ello supone, incluida la competencia con la televisión privada, o bien desarrollar una alternativa basada en los elementos del modelo comercial, con una programación sujeta al "*rating*" y ajustada a las necesidades de los publicistas, de tal suerte que fuera autosuficiente y no dependiera así, del presupuesto federal" (Zarur; 1997).

Según la revisión de Fuenzalida (2000) la experiencia latinoamericana con las estaciones gubernamentales de propaganda se sintetiza

finalmente en un espiral descendente provocado por la discontinuidad en la dirección ejecutiva de la empresa, no-credibilidad en la información, falta de legitimidad ante la audiencia, carencia de sintonía, crisis económica, obsolescencia industrial, y corrupción en algunos casos. Es una contradicción que vuelve inviable al canal, no goza de credibilidad ni legitimidad social, ni se comporta en materia económica como una empresa realmente responsable y con viabilidad. La experiencia histórica del fracaso de casi todas las televisiones gubernamentales latinoamericanas, propagandísticas y corruptas, está llevando a algunos países retornados a la democracia a explorar nuevas conceptualizaciones de TV Pública y nuevas formas de organización, esto es, nuevos modelos más apropiados a los problemas, necesidades, y limitaciones latinoamericanas, en lugar de intentar "copiar" modelos europeos, japoneses, o norteamericanos en TV Pública.

No puede constituirse en paradigma ideal de TV pública un modelo de *Ethos* cultural europeo que exhibe el debate conceptual de minorías ilustradas ante un espectador regional pasivo, subconsumidor y pobre, y de *Ethos* narrativo así como oral, en lugar de *Ethos* racional y conceptual.

Es urgente una seria toma de conciencia acerca del fracaso de la TV Pública de propaganda en América Latina, promovida a nivel internacional por organismos regionales como la OEA, OEI, BID, CEPAL, con la presentación estimulante de nuevos modelos de organización, algunos ya en experimentación (Fuenzalida, 2002). Es bastante increíble que estos organismos regionales, que estimulan la

introducción de reformas en políticas económicas y financieras, educativas, en salud, y administración pública, hayan descuidado la necesidad de la reforma de la TV Pública, que como se ha dicho dispone de un quinto de la capacidad de emisión televisiva regional.

Los medios de comunicación desde el punto de vista sistémico, de acuerdo con la teoría del Sociólogo Niklas Luhmann, solo buscan mantenerse en el sistema como empresas o un modelo de mercado, no les interesa la información, ni la educación ni el entretenimiento. Y aquí radica el reto y el compromiso de los medios de servicio público.

8.1 Sociedad de masas

Para comprender el término “sociedad de masas” debemos partir del significado de “sociedad”. Ely Chinoy²⁰⁷ asegura que en su uso más general el término sociedad se refiere simplemente al hecho básico de la asociación humana. Mientras que Lucas Marín²⁰⁸ “caracteriza una sociedad por ser un grupo cuyos individuos están orientados primariamente al sistema, autosuficiente y que se autoperpetúa (físicamente y con normalidad por reproducción de individuos de la misma especie)”. Sin embargo, define a la sociedad como:

Siempre a un grupo de personas que reside en una localidad determinada, con formas permanentes de asociación y una historia en común. Es, por tanto, un sistema social que se reproduce así mismo y

207 ELY, Chinoy. *Introducción a la sociología*. Buenos Aires: Paidós. 1975, p. 43.

208 LUCAS MARÍN, Antonio. *Introducción a la sociología*. España: Eunsa. 1979, p. 75.

dentro de cuyos límites territoriales y culturales viven su vida la mayoría de sus miembros.²⁰⁹

El estudio del término “sociedad” y de la sociedad, evoca un sinfín de investigaciones como la de Rumney y Mainer: en su más amplio sentido de incluir toda clase y grado de relación en que ingresen los hombres, ya se trate de relaciones organizadas o no, directas o indirectas, conscientes o inconscientes, de cooperación o antagonismo. Incluye también la trama íntegra de las relaciones humanas y carece de frontera o de límites asignables, da lugar a numerosas sociedades específicas superpuestas e interconectadas, que sin embargo, no la agotan.²¹⁰

Este término es el apropiado, para nuestro análisis, ya que toca principios generales de la “sociedad de masas” como son: amorfidad, relaciones organizadas inconscientes y antagónicas, o de cooperación. Estas palabras son la base de los estudios de Sigmund Freud²¹¹ donde adopta la hipótesis de Ch. Darwin, según la cual la forma primitiva de la sociedad habría sido la horda sometida al dominio absoluto de un poderoso macho. Si retomamos esta hipótesis y modificamos la palabra «macho» por «medios de comunicación» podemos analizar que en la sociedad de masas la horda es sometida por los medios de comunicación; esta segunda hipótesis es la que analiza la Teoría de la Aguja Hipodérmica²¹².

Freud continua diciendo que “la masa quiere siempre ser dominada por un poder ilimitado. Ávida de autoridad, tiene, según las palabras

²⁰⁹ *Ibid.*, p 76.

²¹⁰ *Apud. ELY, Chinoy.* Loc. Cit.

²¹¹ **FREUD, Sigmund.** *Psicología de las masas.* España: Alianza Editorial. 2008, p 61.

²¹² Esta teoría la abordaremos en el tema de propaganda, para analizar su relación con los efectos en las audiencias.

de Le Bon, una inagotable sed de sometimiento. El padre primitivo es el ideal de la masa, y este ideal domina al individuo sustituyéndose a su ideal del yo”²¹³.

Al postulado que aporta Freud, sumaremos a Gasset quien asegura que: (...) La masa puede definirse, como el hecho psicológico, sin esperar a que aparezcan los individuos en aglomeración. (...) Masa es todo aquel que no se valora a sí mismo por razones especiales, sino que se siente « como todo el mundo» y, sin embargo, no se angustia se siente a sabor al sentirse idéntico a los demás.²¹⁴

Con base a lo anterior podemos decir que la sociedad de masas es un conjunto de personas que, al pertenecer al conglomerado, pierden identidad, están sujetas a las órdenes de un poder superior, además de que los mensajes recibidos por el poder que existe sobre ellos los hacen actuar de manera inconsciente. Sin embargo, lo anterior son estudios sociológicos y psicológicos cuyo fundamento se remite al comportamiento de la sociedad frente al poder económico y político.

Después de la aparición de los medios de comunicación, surgieron las investigaciones sobre los efectos que generan los mensajes en las audiencias, y la relación que existe entre sociedad y medios de comunicación. Mc Quail²¹⁵ asevera que “la naturaleza de los medios de comunicación y la sociedad dependen de la circunstancias y el momento y del lugar”. Cuya naturaleza y momento se dio en el siglo XX durante el periodo entre guerras (I y II Guerra Mundial) Moragas²¹⁶

213 SIGMUND, Freud. *Op. Cit.* p. 67.

214 ORTEGA Y GASSET, José. *La rebelión de las masas*. México: Austral. 1987, p. 40.

215 MCQUAIL, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós. 2000, p. 29.

216 MORAGAS SPA, Miquel. *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gil. 1984, p. 29.

puntualiza que hubo tres factores que motivaron a los investigadores, en Estados Unidos, a incursionar en esa área:

El crecimiento de los medios de comunicación; el estudio de la propaganda política, y el estudio de la utilización comercial-publicitaria de los medios de masas.

Ante las investigaciones también surgieron definiciones sobre la “comunicación de masas”²¹⁷ que “incluyen las instituciones y técnicas las cuales los grupos especializados emplean artilugios tecnológicos (prensa, radio, cine, etc.) para diseminar contenidos simbólicos de muy amplia naturaleza, heterogéneos y sumamente dispuestos” y Wright²¹⁸ refuerza esta definición con las siguientes características:

Se dirige a los auditorios relativamente grandes, heterogéneos y anónimos, Los mensajes se transmiten en forma pública para llegar de modo simultáneo a la mayor parte de los miembros del auditorio, y son de naturaleza transitoria; El comunicador suele pertenecer a una organización compleja que puede implicar con mucho gasto (u operar dentro de ella).

En consecuencia “los medios de comunicación de masas tienen una estructura de controles, en cierto modo única, una serie de normas específicas institucionalizadas que los conecta con su público y sus lectores, y un contenido característico”. Este es el fundamento básico de los estudios de “sociedad de masas” y “comunicación de masas” con el cual generaremos la vinculación que existe entre los medios de comunicación con el poder político y económico, sobre la sociedad. Esta relación se hizo de manera evidente en Alemania, cuyo éxito

217 No se sustituye el término sociedad por el de comunicación, sino que los conjunta y queda implícito la sociedad.

218 *Apud.* BLAKE, Reed., HAROLDSEN, Edwin. *Taxonomía de conceptos de la comunicación*. México: Nuevomar. 1984, p. 38.

político se logró a base del control de los medios de comunicación y la generación de mensajes propagandísticos, donde el primer objetivo se centró en dar popularidad al partido y ganar adeptos (convencer a las masas); y después modificar el pensamiento de la sociedad alemana para hacerlos partícipes en la Guerra.

8.2 Propaganda

El objetivo es dar una definición que se adecúe al tema que será abordado, Joseph Goebbels y el control de medios, donde de igual manera se darán definiciones que en su tiempo se dieron sobre la propaganda. El propósito es conocer algunos de los principios del término.

En las últimas décadas los investigadores de la comunicación han relacionado el uso de la palabra propaganda con los medios de comunicación. En efecto los medios, sea cual sea y en cualquier época, han formado parte de la difusión de ideales de quienes se encuentran vinculados con éstos. Sin embargo, una definición de los estudiosos en la materia es que: “la propaganda expresa la opinión o la acción realizadas por individuos o grupos que deliberadamente persiguen influir sobre las opiniones de otros individuos o grupos con objetivos predeterminados”²¹⁹. Una definición coetánea a ésta es la de Edward Bernays, que también hace una relación con los medios de comunicación.

²¹⁹ Definición del Institute for Propaganda Analysis en 1937

Los canales de que se sirven nuestros sofistas para transmitir sus mensajes al público a través de la propaganda incluyen todos los medios de que dispone la gente para comunicarse y transmitir ideas. No existe medio de comunicación humano que no pueda utilizarse también para una propaganda deliberada, porque la propaganda no es más que el establecimiento de relaciones recíprocas de comprensión entre un individuo y un grupo.²²⁰

Los propagandistas, publicistas, políticos, líderes revolucionarios... han utilizado la prensa (desde sus inicios) como un difusor de los ideales y de documentos que ayuden a su causa, como el caso de la Independencia de México; de la misma manera la radio fue un instrumento clave para el presidente de México Lázaro Cárdenas o para Hitler en Alemania; la televisión también forma parte importante para influir en la sociedad debido a la combinación de imagen y sonido; sin olvidarnos de internet, siendo un instrumento para Barack Obama en el 2008, medio catalogado como esencial para la campaña del Demócrata. Sin embargo, y como apunta González Sánchez de Armas:

La propaganda no es publicidad, mercadotecnia o periodismo. La diferencia entre estas técnicas es el tipo de conducta que se proponen modificar. En el caso del mercado, se pretende que el consumidor lleve a cabo un acto de consumo, mientras que en el ámbito político, se trata de que se adhiera a una ideología o creencia. La propaganda se nutre de una mayor complejidad pues su fin es modificar principios de organización social muy resistentes al cambio.

220 BERNAYS, Edward. *Propaganda*. España: Melusina. 2008, p. 185.

Otra de las discrepancias es que la publicidad comercial se dirige al individuo, mientras que el público objetivo de la propaganda es el grupo social para identificar al ciudadano con los valores del conjunto. Tampoco es periodismo, ya que la propaganda simplifica, esquematiza y uniforma los mensajes, mientras que el periodismo tiene un carácter informativo y argumentativo.²²¹

Ante estas ideas podemos asegurar que en la teoría así puede ser vista la propaganda, lejos de ser publicidad, mercadotecnia o periodismo; aunque en la práctica queden fuera del manual de aplicación los postulados de González Sánchez de Armas. Debido, y cómo analizaremos en temas posteriores, los periodistas y periódicos fueron el medio predilecto para propagar doctrinas. “La propaganda moderna es el intento consecuente y duradero de crear o dar forma a los acontecimientos con el objetivo de influir sobre las relaciones del público con una empresa, idea o grupo”.²²²

La propaganda no cuenta con una definición absoluta, la historia marca diferentes connotaciones e interpretaciones. “lo mismo que el concepto de “opinión pública”, no hay una definición única para “propaganda”, término que en la sociedad contemporánea conlleva un tinte de perversidad. Propaganda, han dicho algunos teóricos, es una *buena palabra* con muy *mala suerte*”.²²³ Entre las definiciones podemos encontrar la de Pineda Cachero²²⁴ quien asegura que es: “un fenómeno comunicativo de contenido y fines ideológicos mediante el cual un

221 GONZÁLEZ SÁNCHEZ DE ARMAS, Miguel Ángel. “Contexto, comunicación, persuasión, manipulación y propaganda en el conflicto petrolero México – Estados Unidos: el caso de la expropiación del 18 de marzo de 1938”. Director: Ramón Reig. Universidad de Sevilla, Departamento de periodismo II. 2010. p. 52.

222 BERNAYS, Edward. *Op. Cit.* p. 33.

223 GONZÁLEZ SÁNCHEZ DE ARMAS, Miguel Ángel. *Op. Cit.* p. 36.

224 *Apud.* GONZÁLEZ SÁNCHEZ DE ARMAS, Miguel Ángel. *Op.Cit.* p.68.

emisor (individual o colectivo) transmite interesada y deliberadamente un mensaje para conseguir, mantener o reforzar una posición de poder sobre el pensamiento o la conducta de un receptor (individual o colectivo) cuyos intereses no coinciden necesariamente con los del emisor”.

Entre las características de la propaganda es que “intenta imponer un punto de vista no por méritos propios, sino por otros motivos: por ejemplo, apelando a las actitudes emocionales y a los sentimientos.”²²⁵

Aunque la propaganda cuenta con una vasta gama de definiciones, podemos agregar que la propaganda fue el medio para lograr estos objetivos urgentes (durante la guerra). Mensajes de propaganda, cuidadosamente diseñados, cubrieron la nación en relatos noticiosos, fotografías, películas, discos, discursos, libros, sermones, posters, despachos del telégrafo sin hilos, rumores, publicidad en muros y folletos²²⁶, y le podemos anexar más medios como internet, teléfonos celulares, o redes sociales, redes de información... que en la actualidad son utilizados como medios para dar a conocer determinados ideales y en el que se comparte cualquier tipo de información, desde política hasta religión.

La propaganda es el instrumento del poder utilizado para transmitir información, ingerir en la opinión pública, dar a conocer postulados. Forma parte del vehículo para llegar a la presidencia, derrocar regímenes, ganar adeptos, cambiar la percepción. Vender ideas. Lo

225 BLAKE, Reed. Y HAROLDSEN, Edwin. *Taxonomía de conceptos de la comunicación*. México: Nuevomar. 1984, p. 71.

226 DE FLEUR, Melvin Lawrence. y BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorías de la comunicación de masas*. México. 2001, p 213.

que complementa el vehículo son los medios, estos que hacen asequibles el vínculo con la sociedad.

8.3 Medios de servicio público, medios gubernamentales, en México y el mundo

La historia del servicio público en radiodifusión está escrita a tiempos y contratiempos; cruzada por las tensiones ideológicas y económicas generadas en torno de la estructura y su función y también por las contradicciones inherentes a cada estado nacional.

En efecto, aunque algunos países apostaron por el desarrollo privado de las comunicaciones y otros impulsaron el modelo de servicio público con todo el apoyo del aparato estatal marcando la acumulación de experiencias y prestigio en algún lado de los dos extremos, la situación actual muestra una necesaria interpenetración de ambos. Naciones, como Estados Unidos que crecieron al amparo del mercado han visto los vacíos de éste y virado hacia la construcción de sistemas públicos financiados por el propio gobierno o fundaciones privadas.

En Europa, los países del Este y algunos estados latinoamericanos, la expansión brutal del capital financiero y de servicios ha presionado de manera contundente décadas de servicio subvencionado. Es decir, que mientras algunos recorren los caminos pedregosos de un modelo previendo sus grietas y debilidades, otros hacen lo mismo desde el otro lado de la moneda. Ese hecho es fundamental para el enriquecimiento, en general, de la comunicación social.

Los ejes del debate en ambos casos son los mismos: a) estructura y formas de financiamiento; b) fines y definición programática; c) perspectivas de desarrollo en los ambientes competitivos del multimedia.

En un principio, las emisoras del estado se organizaban en torno del gran proyecto democratizador "que confía en la educación, la difusión del arte y los saberes especializados, para lograr una evolución racional y moral " (García Canclini: 1989, 23) y bajo el financiamiento directo. Y sus objetivos, que nada tienen que ver con la rentabilidad económica ni con la generación de ganancia, son los de garantizar la educación, la pluralidad social, el sano entretenimiento y la cultura. Los matices en el concepto vienen de la reformulación americana que los impulsa en medio de una fuerte industria privada. Ahí, es necesario definirla como "complementaria" o supletoria, sin menoscabo de los espacios y derechos ganados por aquella.

Esta delimitación del perfil programático de los medios, según su naturaleza pública o privada, ha sido uno de los grandes errores del servicio público en América Latina. Ha confinado a las emisiones a las especificidades de la producción educativa o cultural que convoca por su propia naturaleza a intereses, audiencias y competencias minoritarias, descuidando aspectos también importantes de la comunicación - según reconoce la UNESCO- en el plano de la diversión y el entretenimiento en abierta contradicción con su espíritu de "medio masivo" y de optimización en el manejo de los fondos públicos.

Esta línea de "complementariedad" con los medios públicos o de dualismo funcional no es más que el candado que protege el ámbito comercial (sus intereses de baja competitividad en el mercado y la disculpa de sus obligaciones de inversión para el desarrollo) y condena a la dependencia del sector a sus fuentes de financiamiento y a un modelo limitado y marginal incapaz de cumplir con los objetivos políticos de accesibilidad y promoción social entre los grupos desposeídos. Curiosamente, en la actualidad, es uno de los puntos de debate en el neo-regulación planteado en España e Inglaterra sobre sus medios estatales, donde la industria privada tiene el rol de recién nacido en el campo. El otro es el sistema mixto de financiamiento.

La subsidiaridad del servicio se ha enfrentado a serios problemas que van desde el déficit fiscal hasta nuevas y mayores demandas sociales irresueltas, pasando por el dispendio de organismos justificados de manera ideológica y la pérdida de credibilidad informativa por acción de la censura y el control. Entonces, algunos sistemas acceden a buscar la retroalimentación económica vía fundaciones o comercialización directa de servicios publicitarios o de producción, así como a distanciarse de los gobiernos en turno mediante reformas legislativas.

Estos regímenes mixtos se enfrentan a nuevos y complejos problemas de identidad, así como a nuevas críticas por parte del sector de enfrente. Deben ajustar sus estructuras administrativas, mentales y programáticas en función del cliente publicitario, de la ampliación de su rango de receptores sin olvidar, desde luego, sus

obligaciones de fundación. Por el otro, afrontan la crítica enérgica del sector privado argumentando una competencia desleal por el mercado ya que reciben una doble vía de financiamiento -la del subsidio y la del publicitario- presionando sobre sus intereses legítimos.

Esta etapa de transición ha sido vivida con especial crudeza y resuelta de diferentes maneras en cada país. México, por ejemplo, se muestra incapaz de superar la contradicción y de cortar su vinculación estructural con el sistema político autoritario, llevando a la televisión a la bancarrota y a la confusión conceptual. Inglaterra, con medios de mayor independencia empresarial y política, desarrolla empresas colaterales que comercializan servicios como vía alterna de financiamiento para lo esencial y estratégico del servicio público ante el mercado super competido del futuro multimedia.

La propuesta de la televisión chilena quiebra muchos de los mitos sobre los que se ha construido el modelo público, ya que intenta asumir sus tensiones básicas y ser rentable social y económicamente; competente y competitiva; plural y defensora del orden moral; independiente del gobierno en turno pero autónoma en su mantenimiento diario y sujeta a las mismas reglas de la radiodifusión en el país²²⁷.

Este esquema de medio público como industria cultural se inserta en las nuevas condiciones del estado latinoamericano y en las lecciones acumuladas de años de ejercicio público. La mayor innovación y

227Fuenzalida Valerio. La política resignificada desde la televisión. Revista Interacción No. 41- sección comunicación y política.

riqueza del planteamiento está en asumir su responsabilidad en los terrenos de la calidad, pluralidad, objetividad de los contenidos puestos en antena, metido de lleno en la guerra por la audiencia, pero también en concebirse como un elemento dinámico regulador de la industria desde dentro de ella

En Chile, la TVN viene a ser junto con otras políticas estatales de comunicación y organismos, como el Consejo Nacional de Televisión, una decidida contribución para elevar los niveles de calidad en diferentes géneros y formatos, modificando las reglas y los parámetros de legitimidad de la función comunicativa. A la larga, la acción reguladora de su propuesta puede convertirse en coadyuvante de la reivindicación de la esfera pública y de la comunicación como elemento de desarrollo de todos los sectores sociales, en un contexto socioeconómico y cultural donde la ideología del mercado ha sustituido a los mecanismos de justicia social y equilibrio.

El papel de la industria y de los medios privados ante estas perspectivas ha sido el mismo de siempre. Argumentar las mismas razones expuestas en todos lados, con razones de peso económico y hasta sin ellas, defendiendo no sólo la autorregulación del sistema sino la legitimidad de representar los más altos valores sociales reconocidos por la audiencia a través de su soberanía de elección. Pareciera que ambiciona en estos tiempos la absoluta libertad frente a cualquier asomo de intervención estatal profundizando en el mito de su vinculación exclusiva, patrimonial, con la riqueza social y cultural de un país.

Esta posición de los actores comerciales, fuertes en casi todos los

continentes, ha ido ganando terreno en las diferentes naciones cuyos estados se han ido debilitando junto con los medios de servicio público independientemente del capital cultural, social y de prestigio que estos hayan podido acumular con el paso de los años, como es el caso de la BBC²²⁸, donde resiste de manera permanente los embates de los grandes consorcios transnacionales con presencia en Inglaterra. Aunque junto con los actores de servicio público aquellos constituyen un espacio autónomo de producción y reproducción cultural y financiera, es claro que sus conflictos son traducciones de enfrentamientos entre los campos de la política y la economía al lenguaje específico de las comunicaciones.

Ante las limitaciones del modelo privado y las desigualdades de las políticas estatales de comunicación, ¿un nuevo modelo de medios del servicio público?

Los sistemas de comunicación social no pueden explicarse ni construirse al margen del sistema global del que forman parte. La estructura social y económica, la naturaleza del Estado, las políticas culturales y los matices de su ejercicio en los gobiernos sucesivos, son el contexto que orienta el trabajo de los medios de comunicación; los orienta, guía, pero también los prepara para enfrentar las contradicciones de su propio campo y las de las demás instituciones de la vida social.

Hay, dicen los defensores del modelo de radiodifusión de servicio

228 Existen diversos documentos del parlamento inglés y de la propia emisora británica donde se analizan los alcances y límites del servicio público, así como sus estrategias ante el mundo competitivo de los multimedia. Algunos de los documentos consultados fueron: *The future of de BBC Report of national heritage select committee*. 9, diciembre, 1993; *The BBC, Charter Review Series Response to the green paper P. Goodwin et al BFI*, 1994

público, tiempo nublado. Contra las políticas estatales de comunicación que intentaban intervenir corrigiendo las desigualdades en materia de emisoras, de acceso a los contenidos, de pluralidad política y cultural, a través de la operación directa de canales o de leyes específicas para el ordenamiento de la actividad, se opone la lógica empresarial.

Esa que relaciona libertad empresarial con libertad de expresión; demanda la débil presencia del estado en la industria y su no-intervención en los mecanismos financieros del sistema y en las políticas de contenidos que se ofrezcan al público consumidor.

El modelo del mercado y la desregulación, sin embargo, tiene serias limitantes cuando se trata de elevar el nivel cultural de las audiencias; mejorar los contenidos que se ofrecen por los medios; aumentar su contribución a la democracia y a la identidad cultural. Pese a la férrea defensa que hacen nuestros gobiernos y sus sectores privados sobre las bondades de la propuesta, la realidad señala que ésta no ha cumplido sus promesas de diversidad, educación, calidad y cultura como lo afirman investigadores de tan diferente signo y en medio de regímenes opuestos como lo son los norteamericanos o europeos (Rowland, 1995; García Candau, 1996; Croteau et al; 1996), o como se ve en la intensa polémica periodística que se vivió en México a fines de 1996, al encarar la "guerra televisiva" entre el tradicional monopolio Mexicano Televisa y la recién privatizada cadena nacional de Televisión Azteca; guerra por demás sucia en detrimento de los contenidos de la programación nacional:

Con y contra los productos ideológicos y políticos de la revolución, el sistema mexicano de medios de comunicación navega entre las aguas de la confusión de su régimen mixto que ya no se acepta completamente como tal. Las miradas unidimensionales atentan contra la identidad de origen en el que los contrarios aparecían en el mismo espacio y con objetivos complementarios que cumplir.

Hoy, se puede ser un medio moderno siempre que se reproduzcan los valores de la cultura de masas en medio de las aceptaciones exitosas y mercantiles de los consumidores, independientemente de las responsabilidades sociales que ningún código vigente en México establece, (como no sea la tristemente citada Ley de Radio y Televisión).

En México se han dado interesantes polémicas en torno a la Ley Federal de Radio y Televisión en lo que se refiere a los regímenes de financiación de emisoras "permisionarias" no comerciales. Aunque éstas no representan competencia alguna al sector industrial, dado que representan el 5.3 % de la oferta televisiva y el 3.2% de la radiofónica, la industria se ha opuesto a la incorporación de la figura del patrocinio a su sistema de financiamiento.

En el otro lado, se puede difundir desde los rezagos de los medios públicos expresados aún a través de 26 sistemas estatales de comunicación (cadenas regionales de radio y televisión), del IMER y sus estaciones en toda la república, Radio Educación de la Secretaría de Educación Pública, las televisiones culturales de distribución restringida -Canales 11 del Instituto Politécnico Nacional y 22 del

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes- y 26 emisoras de instituciones de educación superior en todo el país.

La reforma de la TV Pública latinoamericana

Mientras en Europa la TV Pública Abierta nació asociada al Estado de Bienestar de la post Segunda Guerra Mundial y así gozó de un estatuto jurídico más autónomo con relación al gobierno, en América Latina la gran mayoría de los canales públicos han sido manejados por los gobiernos de turno y se le han asignado principalmente - de modo más brutal o más encubierto - funciones de persuasión política hacia las opciones gubernamentales, y la TV se puso al servicio político. Una revisión reciente de las estaciones públicas de TV Abierta en América Latina muestra que si bien ellas constituyen un quinto de la capacidad regional de emisión televisiva, las cifras de llegada a la audiencia en la década de los '90 las ubican en los últimos lugares con una participación entre el 3-5% – con las excepciones de TVN en Chile y algunas señales públicas de Colombia (Fuenzalida, 2000).

Los canales gubernamentales propagandísticos en competencia con otros canales televisivos y con otros medios (masivos y grupales) de comunicación -es decir, en un escenario informativo con alguna diversidad de voces- han obtenido una escasa audiencia en su programación informativa, por su carencia de credibilidad; la audiencia registrada en relación al segmento de entretenimiento resultó poco atractiva.

Elizabeth Fox (1990, 1997) ilustra cómo ante la baja credibilidad y audiencia de los canales oficialistas, varios gobiernos latinoamericanos han establecido una corrupta relación de complicidad

con algunos canales privados de TV; esta complicidad se ha recompensado con medidas discrecionales como exenciones tributarias a los equipos técnicos importados, postergación del pago de impuestos, condonación de las imposiciones en seguridad social y salud de los trabajadores.

El caso peruano de las corruptas relaciones de Montesinos con todo el sistema televisivo del país es emblemático; pero cuando esas medidas fueron insuficientes se recurrió a otras formas más rudas de presión: Baruch Ivcher, propietario del canal peruano Frecuencia Latina, fue despojado de su nacionalidad en 1997 por el gobierno de Fujimori para quitarle la dirección de su propia estación y dejarla a empresarios.

8.4 Los medios privados: un poder sin contrapeso

Hoy no se gobierna ni se ganan elecciones sin los medios. En la vida política, los medios deciden quién existe y quién no. Y si se lo proponen, pueden erigirse en el gran elector, afirma Fátima Fernández Christlieb, una de las voces más acreditadas en México en el análisis de los medios de comunicación.

La especialista examina la capacidad persuasiva, de penetración e influencia de los medios de comunicación electrónicos en distintos ámbitos de la democracia, un fenómeno de carácter mundial que a su juicio no fue contemplado por los clásicos de la política, y que ha motivado la reflexión de muchos de los grandes pensadores de

nuestro tiempo.²²⁹ “Aquí están Los Leones. Estamos frente a medios muy poderosos, eso es evidente, pero no nacieron así”.

"No es un fenómeno mexicano, es un fenómeno mundial. No se gobierna sin los medios y no se ganan elecciones sin los medios.

Parece que este asunto llegó para quedarse. Se trata de un fenómeno que si bien nos parece cotidiano, es relativamente nuevo: llama la atención que un teórico como Giovanni Sartori, politólogo ítalo-norteamericano, conocido en el ámbito académico por sus libros sobre democracia y parlamentarismo, adquiriera muchísima importancia a partir de que publica *Homo videns*. Él ya había planteado el tema en su libro “Qué cosa es la democracia”, en el que advierte aquella frase: ¡Cuidado!, aquí hay un territorio desconocido “*Hic Sunt Leones*” (Aquí están los leones).

"En Licencia para hacer televisión, el también estudioso Karl Popper plantea una serie de preguntas sobre qué hacer ante la fuerza de los medios. Propone que quien hable ante las cámaras, tenga licencia para ello y nos demuestre que sabe hacerlo. Se pueden citar diversos libros en los que otros estudiosos abordan el tema: La realidad de los medios de masas, del sociólogo alemán Niklas Luhmann, o sobre la televisión, de Pierre Bourdieu.

"El punto es que hay una alarma advirtiéndonos que desde mediados del siglo XX existe un fenómeno que no hemos desentrañado aún y, que en la práctica se ha convertido en un poder real, al cual le temen los poderes legalmente constituidos, quienes teóricamente sienten que

229 Tomado de María Elena Cantú. Medios & Poder. Grupo Editorial Norma. 2005. 250pp. INEP Internet para el profesional de la política <http://inep.org> Potenciado por Joomla! Generado: 4 February, 2008, 21:18

se necesita un contrapeso, pero no se encuentra la fórmula para crearlo."

La comunicóloga Fátima Fernández Christlieb abunda que por qué tanto miedo a los medios: "Porque la evidencia está confirmando que son capaces de llevar al poder a personajes que no tenían gran trayectoria política, que son capaces de acabar con el prestigio o la carrera política de cualquier personaje, que son los que, al final de cuentas, dan el visto bueno de muchas acciones públicas y porque hay una clara conciencia de que sin ellos ni se accede al poder, ni se mantiene en éste. Es decir, son actores políticos de facto, y en el caso mexicano, yo diría que lo son desde hace mucho tiempo."

Al hablar del caso mexicano, dice que es evidente que ha habido un cambio radical en la relación entre el Estado, el Gobierno federal y los medios. Bajo el régimen autoritario la relación era otra, ¿cómo se dio el giro?; en México, desde que empezó la radio inició el modelo de las concesiones, que era esa espada de Damocles colocada sobre la cabeza de los concesionarios. El presidente en turno decía: "Se puede ratificar o se puede cancelar la concesión, entonces tú te portas bien conmigo y yo me porto bien contigo". Pero, al mismo tiempo, los concesionarios, por si acaso, hacían un trabajo político más allá del Poder Ejecutivo.

Para ilustrar, repasa la época del general Cárdenas. "En 1936, el entonces secretario de Comunicaciones y Obras Públicas Francisco José Múgica, un hombre de izquierda, del Congreso Constituyente de 1917, conocedor del país y mirando el panorama de lo que hasta entonces se conocía como radiodifusión en el mundo, le dice al

entonces Presidente de México: General, qué tal si estatizamos la radio”.

Una vez enterado de la propuesta, aunque ya no se estatiza la radio, Emilio Azcárraga empezó a trabajar políticamente; no sólo en México sino en toda América Latina recordemos que la XEW era la voz de la América Latina desde México-, y logró integrar a un buen grupo de concesionarios amigos, que intercambiaron favores y programación, y estaban afiliados, a la *Columbia Broadcasting System (CBS)* y a la *National Broadcasting Corporation (NBC)*. Un año después de terminado el periodo cardenista, fundaron la Cámara Nacional de la Industria de Radiodifusión y luego la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT).

"Y desde entonces, cuando algún gobierno ha intentado modificar la Ley Federal de Radio y Televisión para generar algún tipo de contrapeso, los concesionarios actúan como un bloque desde la CIRT".

Para Fátima Fernández, los medios electrónicos se mantienen intactos, pero paradójicamente, son los grandes beneficiarios en materia de publicidad gubernamental, así como de la bolsa del financiamiento público para campañas.

"Si sumamos todo el dinero público que reciben los medios concesionados, es impresionante. Por un lado, a través de los partidos, y por otro lado, los más de tres mil millones de pesos que el Gobierno federal gasta en promedio anualmente para compra de publicidad. Es decir, a final de cuentas, el Estado está facilitando que no haya reglamentación ni contrapesos, y al mismo tiempo está

alimentando que no haya reglas absolutamente claras todavía en muchos ámbitos. Estamos financiando con recursos públicos a los medios privados."

La comunicóloga ejemplificó sobre el poder de los medios con el caso Berlusconi. "El italiano es un ejemplo muy claro. Es increíble ver cómo en la democracia parlamentaria italiana, un personaje mediático llegó a ser primer ministro en muy pocos años (porque Silvio Berlusconi era muy poco conocido a finales de la década de 1970, aunque ya poseía varios canales televisivos -*Canale 5, Italia Uno y Rete 4*).

Le ocurrió algo insólito a los italianos. En un país que veía caer gobiernos a cada rato, porque bastaba que un partido pequeño retirara su apoyo para que el gobierno perdiera la mayoría parlamentaria y se tuviera que elegir primer ministro nuevamente, hace mucho tiempo que esto no ocurre. Hoy el primer ministro de Italia es el magnate de los medios, y ha logrado modificar leyes construidas a lo largo de décadas. Por ejemplo, la famosa Ley Gasparri es una ley que en general favorece justamente a Berlusconi. Él conservó la red televisiva que estaba a punto de perder, apoyado por partidos pequeños y por grupos dentro de los partidos grandes que finalmente fueron abiertamente comprados. Y es increíble que eso ocurra en una de las democracias más avanzadas y en uno de los países más industrializados del mundo."

8.5 Las funciones gubernamentales que realiza el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS)

El Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) no funciona como un medio de servicio público, está limitado de origen por la inadecuada formulación de la política pública que dio origen a su Decreto de creación; pese a que su impulso si tuvo esta intención política y gubernamental en su momento. Con base en su barra programática no cumple de manera integral con los lineamientos de su concepción: su función social de educar, fomentar la cultura, preservar la identidad del quintanarroense en el marco de una fuerte dinámica poblacional, y garantizar la difusión del pensamiento y expresión plural de la sociedad; salvo los segmentos de entretenimiento e información oficial que tienen amplia cobertura.

Por iniciativa del titular del Poder Ejecutivo del estado de Quintana Roo, Pedro Joaquín Coldwell, el Poder Legislativo decretó el 29 de enero de 1985 la creación del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) como un organismo descentralizado del gobierno del Estado. Con lo que se puso a la vanguardia a la joven entidad al configurar la primera política pública de comunicación con el fin de apoyar a la democracia, consolidar la soberanía, respaldar la interacción nacional, regional y estatal, así como la promoción del desarrollo social, tal como establece el Decreto correspondiente.

Para entonces, sólo se editaba un medio privado, el periódico Novedades de Quintana Roo, que nació con el estado en 1970, de origen yucateco y de perfil empresarial, con una fuerte influencia en la

geografía estatal. Su posición monopólica y hegemónica (hay suficiente constancia en las hemerotecas), sobre el acontecer diario de Quintana Roo, su vida pública y política, constituyó la principal razón que animó al gobierno constitucional en turno a impulsar la creación del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS).

A 29 años, con una funcionalidad de medio gubernamental, el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) compite en materia periodística con fuerte presencia en la geografía estatal con los medios privados, en especial con la radio y la televisión. Tiene como principal función posicionar y difundir la agenda política gubernamental, ha comercializado sus espacios (aunque su carácter de permisionario no se lo permite) con la protesta sistemática de los empresarios de radio y televisión; lo anterior a través de su Coordinación de Radio y Televisión y en específico utilizando su principal Noticiero Enfoque Radio (también con cobertura en televisión), en sus tres emisiones diarias (6am-10am, 2pm-3pm, 7pm-8pm).

Lo anterior en el marco de la proliferación de periódicos, a la fecha son 13 los que se editan diario en la entidad; 4 televisoras de señal abierta; los sistemas de televisión por Cable y Sky; 8 radiodifusoras privadas; una intensa actividad en internet y en las redes sociales. Más Radio Ayuntamiento Benito Juárez en Cancún, otra expresión que se debate entre ser un medio de servicio público o un medio de comunicación gubernamental.

La orientación social que en su momento se dio al pretendido medio de servicio público, al principio respondió con grandes expectativas al

crecimiento y desarrollo del Estado, según consta en la videoteca del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) y en relación al Plan Estatal del Gobierno de Quintana Roo (1981-1987); empero, a lo largo de 29 años se fue desconfigurando hasta alejarse de los principios fundamentales que le dieron origen.

El manejo discrecional de los gobiernos estatales en turno ha sido la principal causa no sólo de que el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) no cumpla con su Decreto de creación, como arroja la revisión en relación a su barra programática, sino que le restó la oportunidad de consolidarse como un medio de servicio público; aunque se reconocen problemas de formulación desde la constitución de la política pública, al no preverse la dinámica conformación plural demográfica del Estado, y por añadidura, garantizar la constante supervisión y evaluación para la funcionalidad de un medio de servicio público.

En los últimos 12 años, con un órgano de gobierno (Consejo Consultivo, Junta Directiva y Dirección General) conformado por miembros del gabinete legal y ampliado del gobierno del Estado; el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) ha funcionado substancialmente como un medio de comunicación gubernamental que pondera la gobernabilidad de acuerdo a los intereses políticos del Titular del Ejecutivo, se ha consolidado en materia periodística como fuerte competencia para la radio y televisión privada, y en busca de recursos económicos ha violado la normatividad de su carácter de permisionario al comercializar sus espacios como cualquier concesionario, coincidieron 5 de sus ex

Directores Generales que se desempeñaron en 5 de los 7 gobiernos constitucionales de Quintana Roo, con base en la entrevista modelo incluida en los anexos de esta tesis.

Al funcionar como medio de comunicación gubernamental, el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) está incurriendo en omisiones y hasta violaciones al Decreto de creación, destacan:

CAPÍTULO I DE LA CREACIÓN, INTEGRACIÓN Y PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

Artículo 2.- El Sistema Quintanarroense de Comunicación Social se integra y abarca los siguientes medios: I.- Televisión; II.- Radio; III.- Prensa; IV.- Audiovisuales y conferencias V.- Cine; y VI.- Instituto de la opinión pública.

En materia de prensa y conferencias, no hay registro de funcionalidad. El Instituto de opinión pública no existe, no se creó. La actividad de este medio de comunicación gubernamental se ha concentrado en radio y televisión.

Artículo 5.- El Sistema Quintanarroense de Comunicación Social en coordinación con la Federación, las entidades del Gobierno Estatal y los Ayuntamientos, consciente de la función social que desempeña como órgano de comunicación masiva, conforme a lo establecido en la Ley Federal de Radio y Televisión, promoverá la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural, cívica y deportiva.

Es escasa la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural, cívica y deportiva; el poco material que se

promueve es el que aporta el canal once de televisión, a través de un convenio de intercambio y colaboración que tiene con el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS). Y en materia de coordinación, sólo hay antecedente con las entidades del Gobierno Estatal y más esporádico con los Ayuntamientos. Con la Federación es nula.

Artículo 6.- Considerando la condición de Quintana Roo como Estado fronterizo y conforme a la Ley Federal de Radio y Televisión, el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social, promoverá de manera preponderante la divulgación de las manifestaciones de la cultura mexicana preferentemente la cultura maya, fomentará las relaciones comerciales del país y del Estado, intensificará la propaganda turística y transmitirá información sobre acontecimientos de la vida nacional e internacional.

En relación al contenido de este artículo, sólo hay registro permanente de la difusión de propaganda turística del estado de Quintana Roo. La divulgación de las manifestaciones de la cultura mexicana y en especial de la cultura maya, se realiza de manera aislada no sistemática, y las producciones del material para radio y televisión no son actuales. Salvo la referencia informativa del acontecer diario de la vida nacional e internacional, no hay mayor trabajo en este sentido a partir de que Quintana Roo es un estado fronterizo, y más complejo aún con una gran movilidad demográfica y con migración en todas sus modalidades, lo que hace 26 años no se contempló al diseñar la política pública de creación del Sistema Quintanarroense de

Comunicación Social (SQCS), que dio origen al Decreto que fue materia de análisis en esta tesis.

CAPÍTULO II DE LOS OBJETIVOS DEL SISTEMA

Artículo 7.- El Sistema Quintanarroense de Comunicación Social tiene como objetivos inmediatos, elaborar, producir y transmitir programas que promuevan el desarrollo del Estado, difundan las acciones y obras del Gobierno, sus bellezas naturales y turísticas, así como su historia y sus manifestaciones artísticas y culturales, que estimulen la conciencia cívica fortaleciendo la identidad de los quintanarroenses, propugnando por la integración social y política de Quintana Roo.

El desarrollo del Estado no se promueve de manera integral como establece el artículo 7 del Decreto de creación. El Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) orienta sus recursos económicos, técnicos y materiales, administrativos y humanos, esencialmente a la estructura de información y programas de opinión en radio y televisión, que tienen amplia producción y cobertura en su barra programática. Todo se orienta a la difusión de las acciones y obras de gobierno desde el punto de vista político, y en especial a la temática turística como principal vocación productiva de Quintana Roo.

Artículo 9.- Las estaciones de radio y televisión dependientes del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social tienen la obligación de emitir programas que se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, sin

atacar los derechos de terceros ni provocar la comisión de algún delito o perturbar el orden y la paz públicos.

Dada la inclinación del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) como medio gubernamental, al espacio informativo y de opinión posicionando la agenda política del gobierno en turno, el artículo 9 del Decreto de creación ha sido violado con regularidad en conflictos que se han generado con diversos actores políticos, empresariales y de la sociedad civil.

CAPÍTULO IV DEL CONSEJO CONSULTIVO

Artículo 21.- Se integrará un Consejo Consultivo, como órgano asesor de la Junta Directiva y del Director General, y estará formado por un Presidente que será el Secretario de Gobierno; un Secretario que será el Secretario Particular y de Difusión Gubernamental y con Vocales que serán el Secretario de Desarrollo Económico, el Secretario de Educación y Cultura Popular; el Secretario de Salud y Bienestar Social; un Representante de cada uno de los partidos políticos nacionales registrados en la Entidad; los siete Presidentes Municipales de los Ayuntamientos del Estado; dos Representantes del Sector Obrero; dos Representantes del Sector Campesino; dos Representantes del Sector Privado, dos miembros del Sector Popular y los demás miembros que en virtud de su representatividad considere la Junta Directiva. Por cada Consejero Propietario habrá un Consejero Suplente.

Artículo 22.- Son funciones del Consejo Consultivo:

I.- Sugerir y recomendar la programación de la radio y la televisión dependiente del Sistema y los medios masivos de comunicación.

II.- Sugerir la realización de actividades y programas para el cumplimiento de los objetivos del Sistema;

III.- Presentar propuestas y recomendaciones para el mejor cumplimiento de los objetivos del Sistema; y

IV.- Los cargos del Consejo Consultivo del Sistema serán honoríficos. Las recomendaciones del Consejo Consultivo las hará del conocimiento de la Junta Directiva y del Director General para la toma de decisiones. El Consejo Consultivo se reunirá, por lo menos una vez al año a propuesta del Presidente del mismo.

El Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS), en 29 años de existencia no ha sido sometido a ninguna revisión y en su caso actualización en su marco legal, materia administrativa, ni replanteamiento de su barra programática acorde a la dinámica condición social y cultural de Quintana Roo, sobre todo atendiendo la fuerte movilidad demográfica de la entidad. Cada gobierno constitucional ha ponderado principalmente la difusión de su obra y acción de gobierno, y de sus intereses políticos, por lo que el Decreto de creación del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) ha sido letra muerta ²³⁰.

Salvo el segundo gobierno constitucional de Quintana Roo (1981-1987), de Pedro Joaquín Coldwell, creador del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS), que mantuvo un

232PACHECO CASTRO, Alberto Joaquín. Tesina del DEA. Medios de Servicio Público. El Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS), un estudio de caso. Directora: Pastora Moreno Espinosa. Facultad de Comunicación. Departamento de Periodismo II. Universidad de Sevilla. 2012.

discurso destacando esta acción como una política pública de comunicación, que coadyuvaría de manera integral en términos del Decreto: a unir y comunicar a la población de Quintana Roo en la dinámica de la vida diaria, a fortalecer su desarrollo social, e incluso en caso de una contingencia natural; los demás gobiernos le dieron una utilidad más política, a través de la información y la generación de la opinión oficial. En este contexto, en el gobierno constitucional de Miguel Borge Martín (1987-1993), se demostró que el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) es el mejor instrumento de comunicación para la coordinación ciudadana urbana y rural por parte del Sistema de Protección Civil en caso de desastre natural, ante el fuerte impacto que tuvo Quintana Roo con la llegada del Huracán Gilberto. De ahí en adelante, se ha forjado gobierno a gobierno una cultura de prevención en caso huracanes.

El gobierno constitucional de Mario Villanueva Madrid (1993-1999) se ocupó en términos del Decreto de creación del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS), de ponderar el desarrollo regional de la entidad incorporando a la zona étnica Maya.

En el gobierno constitucional de Joaquín Hendricks Díaz (1999-2005), pese a las excepciones mencionadas con sus antecesores, el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) ya funcionaba de manera abierta como un medio gubernamental; en esta administración, si bien la radio y la televisión oficial tuvo una actualización tecnológica que incluyó la cobertura total en la geografía estatal, con ésta no sólo se fortaleció la estructura informativa y la comercialización de sus espacios, sino que se consolidó la

competencia con los medios privados de comunicación que protestaron y exigieron un trato equitativo. Sin embargo, en términos del Decreto de creación: “apoyar a la democracia”, “y garantizar la difusión del pensamiento y expresión plural de la sociedad”, la administración de Joaquín Hendricks Díaz es la que más apertura ha tenido; la que se desconfiguró con su sucesor.

En el gobierno constitucional de Félix González Canto (2005-2011), se orientó al Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) tan sólo a su vocería y a tareas de imagen institucional del gobierno.

El actual gobierno constitucional de Roberto Borge Angulo (2011-2016), con tres años en funciones, mantiene la línea de su antecesor; sin la más mínima intención de rescatar los lineamientos del Decreto de Creación del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) en relación a los términos de identidad y educación.

Por el contrario, desde ahí se dirigen campañas de desprestigio y linchamiento político contra los que son considerados críticos o detractores del gobierno.

Este el comportamiento local actual, en el que el Sistema Quintanarroense de Comunicación social ha transitado entre la propuesta de un medio de servicio público, con una inadecuada formulación de la política pública, a una funcionalidad de medio de comunicación gubernamental; hasta un arma de la comunicación política sujeta a los intereses del gobierno en turno.

PARTE VII. CONCLUSIONES

Conclusiones

Consideraciones finales que se obtuvieron con la investigación.

1.-El periodismo de hoy vive una serie de transformaciones debido a las tecnologías de punta que han validado, como nunca, la actualidad informativa y, por tanto, la difusión de los hechos en tiempo real, pero también la influencia de las redes sociales está revolucionando a los medios tradicionales para modificar sus contenidos con temas más cercanos a la gente y más divertidos; empero, con menor rigor periodístico. La televisión principalmente está en un parte aguas de su historia constatando que su axioma “No audiencia, no party”, ahora se encuentra en plenitud en sus noticieros no solamente con los asuntos políticos y segmentos de sangre o desastre, sino que su devoción por el *rating* tiene como foco de atención la frivolidad en primer término y el *show* de los periodistas en la pantalla.

2.- Las audiencias están cada vez más volviéndose adictas a las redes sociales (facebook, twitter, you tube, a leer las noticias en el iPad y a revisar minuto a minuto cuanto material contienen sus teléfonos móviles); en estas circunstancias, son sus prácticas de uso, reappropriación y consumo, las que determinan el rumbo de la producción televisiva y plantearse la necesidad de adaptarse al cerebro de las nuevas generaciones de receptores, cabalmente en el terreno de una nueva cultura en la sociedad de la información. Sin embargo, los principios del periodismo son inamovibles para la televisión como lo siguen siendo para la radio, para la prensa en general, y para cualquier otro medio digital

que desee transmitir noticias por el sistema que sea y trátese de la plataforma que se trate.

3.- Uno de esos postulados básicos, sobre todo del profesional de los medios, es el rigor periodístico, lo que significa verificar los datos explorados y confrontar la diversidad de fuentes hasta que haya plena constancia de la realidad que se va a exponer. Y como la verdad –la verdad propia, es decir de quien da testimonio de ella en los medios– es muy lenta, hay que dar la cara por ella hasta que pueda ser demostrada en forma contundente. Así es como se construye la credibilidad, que es el bien preciado de quien se ostenta como representante legítimo de eso que llamamos opinión pública y que, en un sistema democrático, es fruto de la libertad de prensa y de expresión así como del pleno ejercicio del derecho a la información.

4.- Por el rigor periodístico se representa y se construye la realidad que merecen conocer las masas, y por ese rigor periodístico se combate la manipulación, la mentira y la parcialidad hacia los poderes político y económico, en un oficio sometido a determinadas presiones y cargas emocionales. El rigor periodístico distingue a un auténtico profesional de un improvisado que tiene acceso a las herramientas modernas de la información y el entretenimiento. Porque si no se procura la ética, se sabe contrastar la información y comunicar una noticia, se corre el riesgo de faltar a la objetividad, a la verdad, de transitar al amarillismo o la difamación, la distorsión de la realidad y hasta la manipulación de la opinión pública.

5.- En este contexto, el poder mediático en Quintana Roo está al servicio gubernamental, pero no sólo por una devaluación profesional, por la falta de rigor periodístico, por su falta de especialización, sino por los intereses económicos y políticos del poder gubernamental que han traspasado como la humedad la estructura de los medios de comunicación convencionales tanto privados como públicos; en el caso de la prensa con sus destellos de independencia, versus la radio y la televisión con un control absoluto por el régimen jurídico de concesión o permisionario al que están sujetos en el estado mexicano por el gobierno federal.

6.- En Quintana Roo, el periodismo sí tiene dueño, parafraseando al académico Ramón Reig, “es oficial y oficioso”, de prebendas y arreglos, de franca y deliberada corrupción con el poder político y económico. En tanto los medios de comunicación dejaron de desempeñarse “con base en una función social y un servicio público importante, de trascendencia histórica y ética, rol que debe estar presidido por la veracidad de las informaciones que transmita”, como sostiene la investigadora Pastora Moreno.

7.- Con base en el repaso teórico sobre el tema, el contexto del comportamiento de los medios de servicio público en los ámbitos nacional e internacional, el análisis del Decreto de creación y su revisión con respecto a la barra programática, el seguimiento de su desempeño en 5 gobiernos constitucionales y las entrevistas aplicadas a 5 de sus Directores Generales; la indagación da como resultado en primer término que el Sistema Quintanarroense de Comunicación

Social (SQCS) no ha funcionado como medio de servicio público ante la falta de una formulación adecuada de la Política Pública, y porque los gobiernos constitucionales no se lo han permitido. Se le ha limitado a un instrumento de comunicación política para la gobernabilidad en turno.

8.- La investigación determinó que el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS), como medio gubernamental, tampoco atiende en relación a su Decreto de creación su función social de educar, impulsar la cultura, preservar la identidad del quintanarroense en el marco de una fuerte dinámica poblacional, y garantizar la difusión del pensamiento y expresión plural de la sociedad.

9.- De acuerdo al estudio de caso, para un adecuado funcionamiento, es necesario reformular una política pública que garantice al Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) su función como un auténtico medio de servicio público dada su potencialidad en la comunicación de masas, y para ello se sugieren 4 acciones:

-Reformular la política pública que dio origen a la creación del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS), para que funcione como un auténtico medio de servicio público.

-Legislar para que un órgano de conformación ciudadana y plural, nombrado por el Congreso del Estado, se encargue de dar seguimiento y evaluar la función que debe cumplir el medio de comunicación de servicio público en la entidad.

-Realizar una consulta ciudadana para conocer qué desea ver y escuchar la ciudadanía en el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) como un medio de servicio público.

-Simplificar la estructura administrativa del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS), reorientar la distribución de su presupuesto, cambiar su programación de radio y televisión para ponderar la identidad, la educación y la cultura.

10.- Por añadidura, como un auténtico medio del servicio público, el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) en sus expresiones de Radio y Televisión, ponderando un adecuado lenguaje periodístico y de la comunicación, así como generando áreas de conocimiento y de especialización; contribuirá a fortalecer una participación ciudadana que vaya rescatando el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información en relación al poder mediático en Quintana Roo que está al servicio gubernamental.

El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus medios audiovisuales
Alberto Joaquín Pacheco castro



Fig. 9 La prensa en México en la muerte de Julio Scherer, icono del Periodismo Independiente.

PARTE VIII. BIBLIOGRAFÍA

El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus medios audiovisuales

Alberto Joaquín Pacheco castro

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

AAVV (1985): *Libro de estilo de los servicios informativos de TVE, Servicio de Publicaciones del ente público RTVE*, Madrid.

Alva de la Selva, Alma Rosa. *Las nuevas dinámicas informativas de los grandes monopolios: la era de Telesistema Mexicano*. C. Avilés Solís, E. Hernández Ortiz, & J. Horta, *Periodismo en México, recuentos e interpretaciones* (págs. 221-228). México: Porrúa. 2011.

Alvear Acevedo, Carlos. *Breve historia del periodismo*. México: Jus. 1982.

Amézquita, Irma y Julio Di-Bela, (2007). "Medios de bien común", en *Revista Mexicana de Comunicación*, Núm. 106, agosto / septiembre, 2007, 27 - 29 pp.

Apuntes para una historia de La Televisión Mexicana (1998). Coeditores: Espacio 98, Televisa; y Revista Mexicana de Comunicación. México, D.F.

Apuntes para una historia de La Televisión Mexicana II (1998). Coeditores: Espacio 99, Televisa; y Revista Mexicana de Comunicación. México, D.F.

Ardanaz, N. (2000). Los discursos políticos televisivos durante la transición española. *Film-Historia*, 179-194.

Arendt, H. (1997). *¿Qué es política?* Barcelona: Paidós.

Avilés Solís, Carmen, Hernández Ortiz, Emanuel, & Horta, Julio. *Periodismo en México, recuentos e interpretaciones*. México: Porrúa. 2011.

Baer, Delal Miriam, (1992). "Televisión and Political Control in México". Tesis doctoral Universidad de Michigan.

Baker S. and Martinson D.L. (2001). "The TAREAS Test: Five Principles for Ethical Persuasion". *Journal of Mass Media Ethics* 16, No. 2 & 3: pp. 148-175.

Bassets, Lluís, (1981). *De las ondas rojas a las radios libres*. Editorial Gustavo Gilli. Barcelona, España, 1981.

Belenguer Jane, Mariano (2002): *Periodismo de viajes*. Análisis de una especialización periodística. Sevilla, Comunicación Social.

Bellido Navarro, Pilar: "Las máscaras de lo real en Seguin, Jean Claude (edit.): *Le réel et la réalité*. Lyon, Université Lumière-Lyon 2, 2003, pp. 121-132

Beltran, Luis Ramiro, (1976). "Políticas Nacionales de Comunicación en América".

Benítez, José Antonio. *Los orígenes del periodismo en nuestra América*. Argentina: Lumen. 2000.

Berlín Villafaña, Irving, (1998). *Radio: Los medios de servicio público, América y Europa. Apuntes para un diagnóstico*. Revista Latina de Comunicación Social, 7. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/671rv.htm>

Bernays, Edward. *Propaganda*. España: Melusina. 2008, p. 185.

Biggs, Asa, Burke, Peter. *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus. 2002.

Blake, Reed., Haroldsen, Edwin. *Taxonomía de conceptos de la comunicación*. México: Nuevomar. 1984.

El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus medios audiovisuales

Alberto Joaquín Pacheco castro

- Blake, Reed., Haroldsen, Edwin.** *Taxonomía de conceptos de la comunicación.* México: Nuevomar. 1984.
- Bohmann, Karin, (1989).** *Medios de comunicación y sistemas informativos en México.* México: Conaculta/Alianza Editorial Mexicana.
- Bordieu, Pierre Sur, (1996).** *La televisión Liber,* París, 1996.
- Bravo Ugarte, José.** *Periodistas y periódicos mexicanos. Hasta 1935 selección.* México: Jus. 1966.
- Bustamante, Enrique, (1999).** *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados.* Barcelona: Gedisa.
- Carballo, Emmanuel.** *El periodismo durante la guerra de independencia.* México: Jus. 2012.
- Cárdenas Gracia, Jaime.** *Partidos políticos y democracia.* (Archivos de la UNAM)
- Cebrián, Mariano (1992):** Géneros informativos audiovisuales, Ciencia 3, Madrid.
- Charles D. Elder y Roger W. Cobb, (1984).** *Publicado originalmente con el título "Agenda-building and the Politics of Aging", en Policy Sciences Journal, Vol 3 nº- 1, 1984.*
- Chinoy, E. (1996).** *La sociedad, una introducción a la sociología.* México: FCE.
- CIRT (1991).** *La industria de la radio y la televisión en México.* México: Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT). Coedición: Universidad Complutense de Madrid.
- Coffman, J.,** *Public Communication Campaign Evaluation.* Harvard Family Research Project, 2002.
- Collins S.D. (2009).** *Persuasion.* Managerial Communication Series. USA: South-Western Cengage Learning.
- Costa Bonino, Luis.** *Manual de marketing político.* Fin de Siglo. Montevideo, 1994.
- Croteau David e.t al., (1996).** *The political diversity of public television: polisemy the public sphere, and the conservative critique of pbs* @ en Monographs. Núm. 157. University of South Carolina. Junio de 1996.
- De Fleur L., M., & Ball-Rokeach J., S. (1985).** *Teorías de la comunicación de masas.* México: Paidós.
- De Fleur, Melvin Lawrence., Ball-Rokeach, Sara.** *Teorías de la comunicación de masas.* México. 2001.
- Demoragas, Miguel, (1985).** *Sociología de la comunicación de masas.* Edit. Gilli. Barcelona.
- Diccionario crítico de Ciencias Sociales/Política Theodore J. Lowi en Políticas, estudios de caso y teoría política, (2003).** *Publicado originalmente con el título " American Bussines, Public Policy, Case-Studies, and Political Theory, en World Politics, XVI, 1964. Y tomado de la Antología 2, La Hechura de las Políticas, de Luis F. Aguilar Villanueva, 1º reimpresión, 2003, pág. 98-117.*
- Ely, Chinoy.** *Introducción a la sociología.* Buenos Aires: Paidós. 1975.
- Escorza Rodríguez, Daniel.** *El surgimiento del oficio del fotoperiodista.* En **C. Avilés Solís, E. Hernández Ortiz, & J. Horta,** *Periodismo en México, recuentos e interpretaciones* (págs. 165-178). México: Porrúa. 2011.
- Esteinou Madrid, Javier y Alva de la Selva, Alma Rosa.** *El espíritu de la "Ley Televisa" no ha muerto.* En:
- Esteinou Madrid, Javier et al.** *La "Ley Televisa" y la lucha por el poder en México.* México 2009.

El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus medios audiovisuales

Alberto Joaquín Pacheco castro

Esteinou Madrid, Javier, (1996). *La televisión universitaria dentro del horizonte del servicio público@* en Revista electrónica Razón y Palabra, número 2, año 1, marzo-abril 1996 <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/univer.htm>. ITESM, Monterrey, México.

Esteve Ramírez Francisco. *Estudios sobre Información Periodística Especializada* (coord.). Fundación Universitaria CEU-San Pablo, Valencia, 1977

Esteve Ramírez Francisco. *Comunicación Especializada*. Ediciones Tucumán. Alicante, 1999

Esteve Ramírez Francisco. *El Periodismo de Fuente* (coord.). Universidad Salamanca 2003

Esteve Ramírez Francisco. Fernández del Moral Javier. *Áreas de Especialización Periodística*. Fragua, 2007 ISBN 9788470742224

Esteve Ramírez Francisco. *Tendencias del Periodismo Especializado*. Edit. Universidad de Málaga. Servicio de publicaciones e intercambio. 2010, ISBN 9788497473033

Fangen Richards, (1969). *Política y comunicación*. Barcelona.

Fernández Asis, Victoriano (1986): Radio, televisión información y programas. Ediciones RTVE. Madrid.

Fernández Christlieb, Fátima, (1982). *Los medios de difusión masiva en México*. México: Juan Pablos.

Fernando Bazúa y Giovanna Valenti. *Hacia un enfoque amplio de política pública*. UAM, Xochimilco.

Fernando Bazúa y Giovanna Valenti. *Política pública y desarrollo*. UAM, Xochimilco.

Fernández del Moral Javier. Esteve Ramírez Francisco. *Fundamentos de la Información Periodística Especializada*. Edit. Síntesis, 1993. Madrid ISBN 9788477382126

Fernández del Moral Javier. *Periodismo Especializado*. (2004.). Edit. Ariel ISBN 9788434413023

Fox, Elisabeth, (1988). *Días de baile: El fracaso de la reforma en la televisión de América Latina* FELAFACS París, 1988.

Frei Ruiz-Tagle, Eduardo, (1994). *Discurso del presidente de Chile en el XXV aniversario de Televisión Nacional de Chile*. 24 de octubre, 1994. Santiago de Chile.

Freud, Sigmund. *Psicología de las masas*. España: Alianza Editorial. 2008.

Flores Jesús. *Ciberperiodismo: Nuevos Enfoques, Conceptos y Profesiones Emergentes en el Mundo Infodigital* (2001.). Limusa Noriega Editores (México) y ediciones 2010, Madrid.

Flores Jesús. *Gestión del Conocimiento en los Medios de Comunicación* (2004). Editorial Fragua, Madrid.

Flores Jesús. *Internet en el Proceso de Globalización y Consolidación de los Medios de Comunicación Europeos*. (2005). Editorial Fundación Nebrija, Madrid.

Flores Jesús. *Prensa Gratuita y Calidad Informativa* (2009). Editorial FIEC, Madrid.

Fuenzalida V., (2000). *La Televisión Pública en América Latina. Reforma o Privatización*. FCE. Santiago.

Fuenzalida V., (2002). *TV y Audiencia en América Latina*. Norma. Buenos Aires.

Fuenzalida V., (2002). *The Reform of National Television in Chile* En: Latin Politics, Global Media. E. Fox & S. Waisbord (eds.). University of Texas Press. Austin.

El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus medios audiovisuales

Alberto Joaquín Pacheco castro

Galindo Javier, (1992). *Ideología y comunicación*. Edit. Premia. México.

Galindo Luis Jesús. Karam Tanius y Rizo García Martha, (2005). *Cien libros hacia una comunicología posible*. 2005 Universidad Autónoma de la ciudad de México.

García Beaudoux, Virginia, D'Adamo, Orlando (2006). *Comunicación política y campañas electorales. Análisis de una herramienta comunicacional: el spot televisivo Polis*. Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial.

García Candau, Jordi, (1996). "Radiotelevisión Pública" en: Revista Telos, Núm. 45. Marzo-mayo de 1996. Fundesco, España.

García Ferrer, Alberto. *A La televisión regional en América Latina: nuevas funciones en un escenario en transformación* @ en: <http://www.funesco.es/publica/telos-45/central8.html>

Gardner H. (2004). *Changing Minds*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press. *Gestión y estrategia*. No. 14/Julio-Diciembre. UAM-A edición internet <http://www-azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num14/doc01.htm>

González Requena, Jesús (1988): El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad, Cátedra, Madrid.

González Sánchez De Armas, Miguel Ángel. "Contexto, comunicación, persuasión, manipulación y propaganda en el conflicto petrolero México – Estados Unidos: el caso de la expropiación del 18 de marzo de 1938". Director: Ramón Reig. Universidad de Sevilla, Departamento de periodismo II. 2010.

Goodwin Peter et. Al. (1994). *The BB. Charter Review Series Response to the Green Paper*. BFI, 1994.

Gramsci, A. (2009). *La política y el estado moderno*. España: Diario Público y gestión basada en resultados. (OECD)

Granados Chapa, Miguel Angel, (1976). "La televisión de Estado. En busca del tiempo perdido", En Nueva Política (México D.F.) Vol. 1 Núm. 3 Julio-septiembre. <http://www.ucm.es/info/eurotheo/diccionario> Ed. Plaza & Valdés, Ts. I - IV, Madrid y México, 2008. ISBN: 978-84-96780-14-9; 84-96780-14-7

Guerrero Hernández, Paula Guadalupe. *El periodismo mexicano en la frontera de los siglos XX y XXI*. En **C. Avilés Solís, E. Hernández Ortiz, & J. Horta, Periodismo en México, recuentos e interpretaciones** (págs. 305-320). México: Porrúa. 2011.

Gustavo Gil, (1986). *Sociología de la comunicación de masas. I Escuelas y autores*. Barcelona.

Gustavo Gil, (1986). *Sociología de la comunicación de masas. II Estructura, funciones y efectos*. Barcelona

Hills, George (1987): Los informativos en radiotelevisión, IORTV, Madrid.

Huerta, Francisco. *Mordaza a la opinión pública*. México: Editorial Universo. 1987.

J. Walter Thompson Co., (1961). "Televisión in Latin America" Manuscrito perteneciente a la Rare Book, Manuscrip, and special Collections Library, de la Universidad de Duke. Catalogado como "JWT Publication Series, Box 13, File No. 13".

Javier Pérez de Silva y Pedro Jiménez Hervás (2002). *La televisión Contada con sencillez*. Editorial MAEVA. Madrid, España.

Krauss Sidney y Dennis, (1990). *Comunicación Masiva*. Edit. Trillas. México.

Krauze, Enrique. *Siglo de caudillos. Biografía política de México (1810-1910)*. México: Tusquets Editores. 1994.

El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus medios audiovisuales

Alberto Joaquín Pacheco castro

Krauze, Enrique. *La presidencia imperial. Ascenso y caída del sistema político mexicano (1940-1996)*. México: Tusquets Editores. 1997.

La concepción Emergente de las Ciencias de Políticas, publicado originalmente con el título “*The emerging Conception of the Policy Sciences*”, y tomado de la Antología 1 *El estudio de las Políticas Públicas* de **Luis F. Aguilar Villanueva**, pág. 105.

La televisión franquista de papel (1948-1966) Francesc Canosa i Farran Novísima: II Congreso Internacional de Historia de Nuestro Tiempo / coord. por **Carlos Navajas Zubeldía, Diego Iturriaga Barco, 2010**, ISBN 978-84-693-6557-1, págs. 339-348

Lucas Marín, Antonio. *Introducción a la sociología*. España: Eunsa. 1979.

Luhmann Niklas, (2007). *Reimpresión. La realidad de los medios de masas*. Edit. Anthropos. Madrid.

Luis F. Aguilar Villanueva, (2003). *Antología 1 El estudio de las Políticas Públicas*, pág. 36, edit. Porrúa 1º reimpresión, 2003. ⁷**Theodore J. Lowi, (1964)**, en *Políticas, estudios de caso y teoría política. Publicado originalmente con el título “American Bussines, Public Policy, Case-Studies, and Political Theory, en World Politics*, XVI, 1964. Y tomado de la Antología 2, *La Hechura de las Políticas*, de **Luis F. Aguilar Villanueva**, 1º reimpresión, 2003, pág. 98-117.

Mancinas Chávez, Rosalba. **El poder mediático en México. Relaciones entre economía, política y medios de comunicación*. Colección ÁMBITOS 9 para la comunicación. Sevilla. 2008

Mancinas Chávez, Rosalba. (2009) *La Palpitante Historia de la Comunicación en Chihuahua. Prensa, Radio, Internet, Televisión*. Sevilla: Asociación Universitaria Comunicación y Cultura. Gobierno del Estado de Chihuahua ISBN 978-84-93-0596-1-3

Manfredi Mayoral, Juan Luis: “*Manual de Producción Periodística*”, MAD, Sevilla, 2000.

Manvell, Roger. , Fraenkel, Heinrich. Doctor Goebbels. Su vida y su muerte. Barcelona: Tempus. 2010.

Martellat Armand, (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Edit. Paidós. Barcelona.

Martín Barbero, Jesús, (1987). *De los medios a las mediaciones* Editorial GG. Barcelona, 1987.

Martin Vivaldi, Gonzalo (1990): Curso de redacción, Madrid, Paraninfo; (1987) Géneros periodísticos, Madrid, Paraninfo.

Martínez Albertos, José Luis (1991): Curso general de redacción periodística. (Edición revisada), Madrid, Paraninfo.

Maza, Enrique, (1993): “*Sobre la mesa, las cartas de cuatro grupos que se disputan los medios del Estado*”. En Proceso, 03 de mayo.

McCombs Maxwell, (2006). *Estableciendo la agenda (Agenda Setting)*. Edit. Paidós. Barcelona.

McQuail Dennis, (1998). *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Edit.

McQuail, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós. 2000, p. 29.

Mejía Barquera, Fernando. *Del canal 4 a Televisa*. En **Sánchez De Armas, Miguel Ángel** (coord.) *Apuntes para una historia de la televisión mexicana I*. México: Revista Mexicana de Comunicación y Televisa, 1998.

Mejía Barquera, Fernando. *Televisión y política*. En **Sánchez De Armas, Miguel Ángel, Ramírez, María Del Pilar.** (coords.) *Apuntes para una historia de la televisión mexicana II*. México: Revista Mexicana de Comunicación y Televisa, 1999.

El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus medios audiovisuales

Alberto Joaquín Pacheco castro

- Mejía Prieto, Jorge, (1972).** *Historia de la radio y la televisión en México.* México Octavio Colmenares.
- Meny, Ives y Jean Claude Thoenig, (1992).** *Las políticas públicas,* Editorial Ariel, Barcelona, 1992.
- Messina A. (2007).** "Public Relations, the Public Interest and Persuasion: an Ethical Approach". *Journal of Communication Management.* Vol. 11, No. 1: pp. 29-52.
- Miguel Rodrigo, (1989).** *Los modelos de la comunicación.* Edit. Tecnos. Madrid.
- Moragas i Spà, M. (1984).** *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América Y Europa.* España: Gustavo Gili.
- Moragas Spà, Miquel. (1981).** *Teorías de la Comunicación: Investigación sobre Medios en América y Europa.* GG MassMedia. España.
- Moragas Spa, Miquel.** *Teorías de la comunicación.* Barcelona: Gustavo Gil. 1984.
- Moreno Espinosa, Pastora * Opinión y Géneros periodísticos en la era multimedia.** Ed. Universitat. Madrid. 1912.
- Moreno Espinosa, Pastora *Curso de Redacción en Prensa, Radio y Televisión.** Sevilla. Mad. 1998.
- Moreno Espinosa, Pastora *Entrevistas con actores sevillanos.** Sevilla. Gallo de Vidrio. 1994.
- Moreno Espinosa, Pastora *Escribir periodismo.** Madrid. Fragua. 2010.
- Moreno Espinosa, Pastora *Géneros periodísticos en radio: técnicas de redacción y estilo.** Equipo de Investigación en Géneros Audiovisuales e Imágenes. Colección Mass-media, núm. 1. Universidad de Sevilla. 2012.
- Moreno Espinosa, Pastora. *Esperpento: Teoría y práctica de una propuesta comunicativa.** Sevilla. 1992.
- Morin, E., & Kern, A.-B. (2005).** *Tierra-Patria.* Barcelona: Kairós. Murcia: Espagrafic .
- ODCA Organización Democrática Cristiana de América.** *Manual de campaña electoral : marketing y comunicación política.* - 1a ed. - Buenos Aires: 2006
- Ortega y Gasset, José, (1880).** *Filosofía de la comunicación.* Universidad Central de Madrid, España.
- Ortega Y Gasset, José.** *La rebelión de las masas.* México: Austral. 1987, p. 40. Paidós. Barcelona
- Pacheco, Joaquín.** *Quintana Roo, último bastión del PRI. ¿2005 gobierno de oposición?* Editorial San Roque, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Edición independiente, (2004).
- Paoli, Francisco José y Beatriz Solis Leree, (1983).** *La legislación de comunicación social. Diagnóstico y propuestas.* Mimeo.
- Pasquali, Antonio, (1977).** *Información y comunicación.* Monteávila, editores Caracas, Venezuela.1977.
- Pena De Olivera, Felipe.** *Teoría del periodismo.* México: Alfaomega. 2009.**Política editorial. Televisión Nacional de Chile, (1993).** Documento normativo. Sesión 35 del Directorio. Santiago, 27 de octubre, 1993.
- Penso D Albenzio Cristina Teresa, (1998).** *La construcción de políticas públicas: Estado más sociedad.*

El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus medios audiovisuales

Alberto Joaquín Pacheco castro

Pérez de Silva , J., & Jiménez Hervás, P. (2002). *La televisión contada con sencille* . Madrid:MAEVA.

Piedrahita Del Toro, Manuel (1987): El teleperiodismo, Instituto Oficial de Radio y Televisión, Madrid.

Poniatowska, E. (1 de Octubre de 2013). ADN Político. Recuperado el 2 de Junio de 2014, de ADN Político: <http://www.adnpolitico.com/2012/2012/09/28/elena-poniatowska-asi-fue-la-matanza-de-tlatelolco-en-1968>

Portales Cifuentes, Diego, (1994). *Utopías en el mercado. Las producciones del ornitorrinco*. Santiago de Chile, 1994

Pratkanis A. R. y Aronson E. (2001). *Age of Propaganda. The Everyday Use and Abuse of Persuasion*. New York: Henry Holt and Company.

Pressman, Jeffrey y Aaron Wildavsky, (1973). *Implementation*, University of California Press, Berkeley and Los Angeles, 1973.

Priess F. (ed.), (2002). *Relación entre Política y Medios. Propuestas alemanas en una perspectiva comparada*. KAS. Buenos Aires.

Publicado originalmente con el título “*The Policy Orientation*”, en *Policy Sciences*, por **Lerner y Harold Laswell**. Stanford University Press, 1951, y tomado la traducción publicada en *Antología 1, El Estudio de las Políticas Públicas* de **Luis F. Aguilar Villanueva** Pág. 79, Edit. Porrúa, 1º reimpresión 2003.

Ramírez Loria, Hernán, (1983). *Proyección de la Universidad a través de la radio@* en: Foros de consulta popular sobre comunicación social. Tomo 4, julio de 1983 México.

Reardon K.K. (1991). *La Persuasión en la Comunicación: Teoría y Contexto*. México: Paidós

Reardon Katleen (1981) *La persuasión en la comunicación*. España: Paidós Comunicación.

Reed Torres, Luis, & Ruiz Castañeda, María Del Carmen. *El periodismo en México. 500 años de historia*. México: Edamex - Club Primera Plana. 1998.

Reig, Ramón **Dioses y Diablos mediáticos. Cómo manipula el poder a través de los medios de comunicación*, Ed. Urano, Barcelona, 2004.

Reig, Ramón **El papel de los medios. La agresión permanente*”. En Torres López Juan (coord.): *Venezuela, a contracorriente. Los orígenes y las claves de la revolución bolivariana*, Ed. Icaria, Barcelona, 2006, pp120-125

Rodrigo Alsina, Miguel. *La construcción de la noticia* . Barcelona: Paidós. 2005.

Rodríguez Munjica, Jacinto. *La otra guerra secreta. Los archivos prohibidos de la prensa y el poder*. México: De bolsillo. 2010.

Romo, Cristina, (1990). *Las otras radios; voces débiles, voces de esperanza* IMER-Fundación Manuel Buendía México, 1990.

Roncagliolo R., (2003). *Visión de la Sociedad de la Información y del Conocimiento desde la sociedad civil*. Diálogos de la Comunicación Nº 67, Septiembre.

Rowland, Willard, (1995). *US. Public Broadcasting: liberate it from market myths and broken promises*. Universidad de Colorado, diciembre, 17 de 1995. <http://WWW.prairienet.org/LIBERTYTREE/rowland.html>

Ruiz Romero, M. (2003). Censura y consignas en la prensa franquista. Algunos ejemplos de dirigismo informativo. *Ámbitos*, 507-529.

El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus medios audiovisuales

Alberto Joaquín Pacheco castro

Sánchez Rivera, Roberto. *El impacto del surgimiento de las oficinas de comunicación social en el periodismo mexicano.* En C. Avilés Solís, E. Hernández ORTIZ, & J. Horta, *Periodismo en México, recuentos e interpretaciones* (págs. 211-220). México: Porrúa. 2011.

Sánchez, Enrique, (1996). *Se reaviva el debate radio pública-radio privada@* En: Revista Telos, Núm. 45. Marzo-mayo de 1996 Versión electrónica: <http://www.fundesco.es/publica/telos-45> FUNDESCO, España.

Schenkel Peter et. al. (1981). *Políticas nacionales de comunicación* Ciespal. Colección Intiyán Quito, 1981.

Scherer García, Julio. *La terca memoria.* México: Grijalbo. 2007.

Scherer García, Julio., & Monsiváis, Carlos. *Tiempo de saber. Prensa y poder en México.* México: Aguilar. 2003,

Scherer García, Julio. *Estos Años.* México: Océano. 1995.

Schmitt, Carl. (1985). *El concepto de lo político,* México: Folios.

Schramm, Wilbur. (1975). *La Ciencia de la comunicación Humana: Nuevas orientaciones y nuevos descubrimiento en la investigación de la comunicación.* Editorial Roble. México.

Secanella, Petra María. (1986): *Periodismo de investigación,* Tecnos, Madrid.

Serrano Álvarez, Pablo. *Porfirio Díaz y el Porfiriato. Cronología (1830-1915).* México: INEHRM. 2012.

Sevillano Calero, F. (1998). *Propaganda y medios de comunicación en el franquismo (1936-1951).*

Shramm Wilbur y Donald F. Roberts, (1974). *The Proces Medius.*

Tamayo Sáez Manuel, (1967). *El análisis de las políticas públicas.* Universidad Complutense de Madrid. Instituto Ortega Gasset. 1997.

Televisión Nacional de Chile, (1992). *Ley No. 19.132. Diario Oficial de la Federación de la República de Chile.* 8 de abril de 1992.

Téllez G María Patricia, (2003). *La TV comunitaria en Colombia.*

The future of BBC, Report of the National Heritage Select Committee, (1993). 9 de diciembre 1993. *Documentos.*

Theodore J. Lowi, (1964). *En Políticas, estudios de caso y teoría política.* Publicado originalmente con el título " *American Bussines, Public Policy, Case-Studies, and Political Theory, en World Politics, XVI, 1964.* Y tomado de la *Antología 2, La Hechura de las Políticas,* de **Luis F. Aguilar Villanueva,** 1º reimpresión, 2003, pág. 98-117.

Thompson J.B., (2000). *La transformación de la visibilidad.* Comunicación y Sociedad N° 38 julio-diciembre, 2000. Universidad de Guadalajara. México.

Toran, E. (1982): *La información en televisión,* Mitre, Barcelona.

Toussaint, Florence. *Medios y personajes relevantes del periodismo durante el Porfiriato y la Revolución* En C. Avilés Solís, E. Hernández Ortiz, & J. Horta, *Periodismo en México, recuentos e interpretaciones* (153-163). México: Porrúa. 2011.

Trejo Delabre, Raúl, (coord.) (1987). *Televisa el quinto poder.* México: Claves Latinoamericanas.

El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus medios audiovisuales

Alberto Joaquín Pacheco castro

Weber, Max. (1984). *Escritos políticos*, México: Folios.

Winocur R., (2002). *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*. GEDISA. México.

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Zacarías, Armando. *El papel del papel de PIPSA en los medios mexicanos de comunicación*. En *Comunicación y sociedad*. (DECS, Universidad de Guadalajara) núm. 25-26, septiembre 1995-abril 1996, (págs. 73-88)

Zarur Osorio, Antonio E., (1996). *El Estado y el modelo de televisión adoptado en México 1950-1988*. México: Universidad Iberoamericana.

Zarur Osorio, Antonio, (1997). *Gestión estatal y televisión pública en México; 1972-1993* Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco México, 1997. Publicación electrónica: <http://www.azc.uam.mx/gestion/num4/doc6.html>.

Zepeda Campos, Dinorah. *El Imparcial: una respuesta periodística al impulso de progreso porfirista*. En **C. Avilés Solís, E. Hernández Ortiz, & J. Horta, Periodismo en México, recuentos e interpretaciones** (págs. 115-126). México: Porrúa. 2011.

REFERENCIAS EN INTERNET

www.andina.com.pe/edpespeciales/especiales/2004/marzo/prensademocracia/noticia2.htm - 11k -entrevista a Valerio Fuenzalida Fernández. "Hay que democratizar la televisión estatal".

<http://www.licencomunicacion.com.ar/entrevistas/valerio.htm> entrevista a Valerio Fuenzalida Fernández. "La instrumentación política está en decadencia"; desafíos de la televisión pública en América Latina.

www.personal.us.es/ramonreig

<http://inep.org> potenciado por Joomla! generado: 4 february, 2008, 21:18 entrevista a Fátima Christlieb Fernández. Los medios: un poder sin contrapeso.

Alemán, R. (10 de Junio de 2007). El Universal. Recuperado el 10 de Julio de 2014, de El Universal: <http://www.eluniversal.com.mx/columnas/65636.html>

México, P. p. (11 de Marzo de 2013). Pacto por México. Recuperado el 20 de Julio de 2014, de Pacto por México: <http://pactopormexico.org/objetivos-de-la-reforma-de-telecomunicaciones/>

Arreola, F. (12 de Diciembre de 2006). La mano de Bernardo Gómez. Recuperado el 10 Julio de 2014, de La Jornada: <http://www.jornada.unam.mx/2006/12/12/index.php?section=opinion&article=016a1pol>

República, P. d. (11 de Marzo de 2013). Presidencia. Recuperado el 5 de Junio de 2014, de Presidencia.gob.mx: <http://cdn.presidencia.gob.mx/reformatelecomunicaciones/Iniciativa-de-Reforma-en-materia-de-telecomunicaciones.pdf>

Torres, M. (9 de Julio de 2014) *20 puntos clave en las nuevas leyes sobre telecomunicaciones*. Recuperado el 11 de Julio de 2014, de CNN México: <http://mexico.cnn.com/nacional/2014/07/09/20-puntos-clave-en-las-nuevas-leyes-sobre-telecomunicaciones>

Trejo Delibrare, R. (Mayo de 2014). *Ley Telecom en litigio*. Recuperado el 15 de Julio de 2014, de Letras Libres: <http://www.letraslibres.com/revista/letrillas/ley-telecom-en-litigio#footnote-28532-1-backlink>

El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus medios audiovisuales

Alberto Joaquín Pacheco castro

DOCUMENTOS:

Barra programática del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS)

Carta enviada por el Instituto Federal de Telecomunicaciones a las Comisiones del Senado en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión 4 de abril de 2014.

Decreto de creación del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS).

Diálogo y Cambios a la Iniciativa de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. 1° de abril de 2014. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.

Dictamen del Senado con proyecto de Decreto por el que se expide la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. 22 de abril de 2014.

Discursos gubernamentales sobre el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS).

Documento de Trabajo Sobre la Iniciativa de Decreto de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión del Capítulo México de la Internet Society. 8 de abril de 2014.

Informes de Actividades del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS).

Iniciativa de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión Presentada a la Cámara de Senadores por el Presidente Enrique Peña Nieto. 24 de marzo de 2014.

Ley Federal de Radio y Televisión en México.

Manifiesto a la Nación. Frente por la comunicación Democrática. 11 de abril de 2014.

Manual de organización y procedimientos del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS).

Organigrama del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS).

Plan Estatal del Gobierno de Quintana Roo (1981-1987).

Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión en Materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión.

ARTÍCULOS PERIODÍSTICOS:

TREJO, José Hugo: *Gobernadores que apuestan por el debilitamiento del PRI, Diario Por Esto! de Quintana Roo.* Martes 9 de diciembre de 2003.

RENÁN CASTRO, Madera: *“Chacho”, candidato del gobernador, Diario Por Esto! de Quintana Roo.* Miércoles 24 de septiembre del 2003.

TREJO, José Hugo: *Reforma judicial de \$220 millones y otras “pizcachas”, Diario Por Esto! de Quintana Roo.* Miércoles 24 de septiembre del 2003.

RENÁN CASTRO, Madera: *El prematuro camino a "la grande"*, *Diario Por Esto! de Quintana Roo*. Noviembre del 2003.

CHÁVEZ ATAXCA, Javier: *La hegemonía del PRI en Quintana Roo, amenazada por la oposición*, *La Jornada*. 1 de Agosto del 2003.

BIBLIOGRAFÍA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN:

BÁSICA:

Hernández Sampieri, Roberto Y Cols., (2010). *Metodología De La Investigación*. Mac Graw Hill. México.

Ortiz, Frida Y García, María, (2010). *Metodología De La Investigación*. Ed. Limusa. México.

COMPLEMENTARIA:

Ávila Baray, Héctor, (2006). *Introducción A La Metodología De La Investigación*. Eumed Libros, Edición Electrónica. Chihuahua, México.

Castañeda J. De La Torre Lm, Morán Rj, Lara RI, (2005). *Metodología De La Investigación*. Mcgraw Hill.

Fortín Marie, (2000). *El Proceso De Investigación: De La Concepción A La Realización*. Mcgraw Hill Interamericana.

Pardinas, Felipe, (2008). *Metodología Y Técnicas De Investigación En Ciencias Sociales*. 2008. Siglo XXI. México.

Rojas Soriano, Raúl, (2009). *El Proceso De La Investigación Científica*. Trillas. México.

Tamayo Tamayo, Mario, (2010). *El Proceso De La Investigación Científica*. Editorial: Limusa - Noriega Grupo Editores, C.A. México.

PARTE IX. FUENTES DOCUMENTALES

ANEXOS:

Anexo 1.

Artículo de Pierre Bourdieu: “La opinión pública no existe”.

Quisiera señalar, en primer lugar, que mi propósito no es denunciar de manera mecánica y fácil las encuestas de opinión, sino proceder a un análisis riguroso de su funcionamiento y sus funciones. Lo que implica que se cuestionen los tres postulados que implícitamente suponen. Toda encuesta de opinión supone que todo el mundo puede tener una opinión; o, en otras palabras, que la producción de una opinión está al alcance de todos. Aun a riesgo de contrariar un sentimiento ingenuamente democrático, pondré en duda este primer postulado.

Segundo postulado: se supone que todas las opiniones tienen el mismo peso. Pienso que se puede demostrar que no hay nada de esto y que el hecho de acumular opiniones que no tienen en absoluto la misma fuerza real lleva a producir artefactos desprovistos de sentido.

Tercer postulado implícito: en el simple hecho de plantearle la misma pregunta a todo el mundo se halla implicada la hipótesis de que hay un consenso sobre los problemas, entre otras palabras, que hay un acuerdo sobre las preguntas que vale la pena plantear.

Estos tres postulados implican, me parece, toda una serie de distorsiones que se observan incluso cuando se cumplen todas las condiciones del rigor metodológico en la recogida y análisis de los datos. A menudo se le hacen reproches técnicos a las encuestas de opinión. Por ejemplo, se cuestiona la representatividad de las muestras. Pienso que, en el estado actual de los medios utilizados por

las empresas que realizan encuestas, la objeción apenas tiene fundamento.

También se les reprocha el hacer preguntas sesgadas o, más bien, el sesgar las preguntas en su formulación: esto ya es más cierto y muchas veces se condiciona la respuesta mediante la forma de hacer la pregunta. Así, por ejemplo, transgrediendo el precepto elemental de la construcción de un cuestionario que exige que se les "dé sus oportunidades" a todas las respuestas posibles, frecuentemente se omite en las preguntas o en las respuestas propuestas una de las opciones posibles, o incluso se propone varias veces la misma opción bajo formulaciones diferentes.

Hay toda clase de sesgos de este tipo y sería interesante preguntarse por las condiciones sociales de aparición de estos sesgos. En muchos casos se deben a las condiciones en las que trabajan las personas que producen los cuestionarios. Pero, sobre todo, se deben al hecho de que las problemáticas que fabrican los institutos de opinión están subordinadas a una demanda de tipo particular. Así, cuando emprendimos el análisis de una gran encuesta nacional sobre la opinión de los franceses respecto al sistema de enseñanza, extrajimos de los archivos de una serie de gabinetes de estudios las preguntas referentes a la enseñanza.

Esto nos permitió constatar que desde mayo de 1968 se habían planteado más de doscientas preguntas sobre el sistema de enseñanza, frente a menos de veinte entre 1960 y 1968. Eso significa que las problemáticas que se le imponen a este tipo de organismos

están profundamente ligadas a la coyuntura y dominadas por un tipo determinado de demanda social.

La cuestión de la enseñanza, por ejemplo, sólo puede ser planteada por un instituto de opinión pública cuando se convierte en problema político. Se ve enseguida la diferencia que separa a estas instituciones de los centros de investigación que generan sus problemáticas, si no en un universo puro, en todo caso con una distancia mucho mayor respecto a la demanda social en su forma directa e inmediata. Un análisis estadístico sumario de las preguntas planteadas nos puso de manifiesto que la inmensa mayoría estaban directamente vinculadas a las preocupaciones políticas del "personal político". Si nos entretuviéramos esta tarde jugando a los papelitos y si yo les dijera que escribieran las cinco cuestiones que les parecen más importantes en el tema de la enseñanza, seguramente obtendríamos una lista muy diferente de la que obtenemos al sacar las preguntas que fueron efectivamente planteadas por las encuestas de opinión. La pregunta: "¿Hay que introducir la política en los institutos"? (o variantes de la misma) se hizo muy a menudo, mientras que la pregunta: "¿Hay que modificar los programas?" o "¿Hay que modificar el modo de transmisión de los contenidos?" apenas se planteó. Lo mismo con "¿Hay que reciclar a los docentes?" Preguntas que son muy importantes, al menos desde otra perspectiva. Las problemáticas que proponen las encuestas de opinión están subordinadas a intereses políticos, y esto pesa enormemente tanto sobre la significación de las respuestas como sobre la significación que se le confiere a la publicación de los resultados. La encuesta de

opinión es, en el estado actual, un instrumento de acción política; su función más importante consiste, quizá, en imponer la ilusión de que existe una opinión pública como sumatoria puramente aditiva de opiniones individuales; en imponer la idea de que existe algo que sería como la media de las opiniones o la opinión media.

La "opinión pública" que aparece en las primeras páginas de los periódicos en forma de porcentajes (el 60% de los franceses están a favor de...), esta opinión pública es un simple y puro artefacto cuya función es disimular que el estado de la opinión en un momento dado es un sistema de fuerzas, de tensiones, y que no hay nada más inadecuado para representar el estado de la opinión que un porcentaje.

Sabemos que todo ejercicio de la fuerza va acompañado por un discurso cuyo fin es legitimar la fuerza del que la ejerce; se puede decir incluso que lo propio de toda relación de fuerza es el hecho de que sólo ejerce toda su fuerza en la medida en que se disimula como tal. En suma, expresándolo de forma sencilla, el hombre político es el que dice: "Dios está de nuestra parte". El equivalente de "Dios está de nuestra parte" es hoy en día "la opinión pública está de nuestra parte". He aquí el efecto fundamental de la encuesta de opinión: constituir la idea de que existe una opinión pública unánime y, así, legitimar una política y reforzar las relaciones de fuerza que la sostienen o la hacen posible.

Tras haber dicho al principio lo que quería decir al final, voy a tratar de señalar muy rápidamente cuáles son las operaciones mediante las que se produce este efecto de consenso. La primera operación, que tiene

como punto de partida el postulado de que todo el mundo debe tener una opinión, consiste en ignorar los no-contestan (1). Por ejemplo, le preguntas a la gente: "¿Está usted a favor del gobierno Pompidou?" Registras un 30% de no-contestan, un 20% de sí, un 50% de no. Puedes decir: la parte de personas en contra es superior a la parte de personas a favor y después queda este residuo del 30%. También puedes volver a calcular los porcentajes a favor y en contra excluyendo los no-contestan. Esta simple elección es una operación teórica de una importancia fantástica sobre la que quisiera reflexionar. Eliminar los no-contestan es hacer lo que se hace en una consulta electoral donde hay papeletas en blanco o nulas; es imponerle a la encuesta de opinión la filosofía implícita de la consulta electoral. Si se mira con mayor atención, se observa que la tasa de no-contestan es más elevada de forma general entre las mujeres que entre los hombres, que la distancia entre mujeres y hombres se eleva a medida que los problemas planteados son más específicamente políticos.

Otra observación: cuanto más trata una pregunta sobre problemas del saber, de conocimiento, mayor es la distancia entre las tasas de no-contestan de los más instruidos y las de los menos instruidos. A la inversa, cuando las preguntas tratan de problemas éticos las variaciones de los no-contestan por nivel de instrucción son pequeñas (ejemplo: "¿Hay que ser severo con los hijos?").

Otra observación: cuanto más se trata una pregunta sobre problemas conflictivos, sobre un nudo de contradicciones (por ejemplo, una pregunta sobre la situación en Checoslovaquia para personas que votan comunista), cuantas más tensiones le genera una pregunta a

una categoría determinada, más frecuentes son los no-contestan en esta categoría. Por consiguiente, el simple análisis estadístico de los no-contestan proporciona una información sobre lo que significa la pregunta, así como sobre la categoría considerada, hallándose ésta definida tanto por la probabilidad que tiene de tener una opinión, como por la probabilidad condicional de tener una opinión a favor o en contra.

El análisis científico de las encuestas de opinión muestra que no existe prácticamente problema ómnibus ni pregunta que no sea reinterpretada en función de los intereses a quienes se plantea, por lo que el primer imperativo es preguntarse a qué pregunta creyeron responder las distintas categorías de encuestados.

Uno de los efectos más perniciosos de la encuesta de opinión consiste precisamente en conminar a las personas a responder a preguntas que no se han planteado. Así, por ejemplo, las preguntas que giran en torno a problemas de moral, ya se trate de preguntas sobre la severidad de los padres, las relaciones entre profesores y alumnos, la pedagogía directiva o no directiva, etc., problemas cuya percepción como problemas éticos aumenta a medida que se desciende en la jerarquía social, al tiempo que pueden ser problemas políticos para las clases superiores: uno de los efectos de la encuesta consiste en transformar respuestas éticas en respuestas políticas por el efecto de imposición.

En realidad, hay varios principios a partir de los cuales se puede generar una respuesta. Tenemos, en primer lugar, lo que se puede llamar la competencia política en referencia a una definición a la vez

arbitraria y legítima, es decir, dominante y disimulada como tal, de la política. Esta competencia política no se halla universalmente distribuida. Varía grosso modo como el nivel de instrucción. En otras palabras, la probabilidad de tener una opinión sobre todas las cuestiones que suponen un saber político es comparable con la probabilidad de ir al museo.

Se observan diferencias fantásticas: donde un estudiante comprometido en un movimiento izquierdista percibe quince divisiones a la izquierda del PSU, para un mando intermedio no hay nada. En la escala política (extrema-izquierda, izquierda, centro-izquierda, centro, centro-derecha, derecha, extrema-derecha, etc.) que las encuestas de "ciencia política" emplean como algo sin vuelta de hoja, algunas categorías sociales utilizan intensamente un pequeño rincón de la extrema izquierda; otras utilizan únicamente el centro; otras utilizan toda la escala.

Al final, una elección es la agregación de espacios completamente distintos; se suma a personas que miden en centímetros con personas que miden en kilómetros o, más bien, a personas que puntúan de 0 a 20 con personas que puntúan entre 9 y 11. La competencia se aprecia, entre otras cosas, por el grado de finura de percepción. Podemos llevar la comparación un poco más lejos. En materia de percepción estética, tenemos en primer lugar una condición de posibilidad: es preciso que las personas piensen la obra de arte como una obra de arte; a continuación, habiéndola percibido como una obra de arte, es preciso que posean las categorías de percepción para construirla, estructurarla, etc. Supongamos una pregunta formulada

así: "¿Está usted a favor de una educación directiva o por una educación no directiva?" Para algunos, esta pregunta puede constituirse como política, al integrarse la representación de las relaciones padres-hijos en una visión sistemática de la sociedad; para otros, es una pura cuestión de moral. Así, el cuestionario que hemos elaborado y en el que le preguntamos a la gente si, para ellos, es o no política hacer huelga, llevar el pelo largo, participar en un festival pop, etc., pone de manifiesto variaciones muy amplias por clases sociales.

La primera condición para responder de forma adecuada a una cuestión política es, por tanto, ser capaz de construirla como política; la segunda, tras haberla construido como política, es ser capaz de aplicarle categorías específicamente políticas, que pueden ser más o menos adecuadas, más o menos refinadas, etc. Estas son las condiciones específicas de producción de opiniones, las que la encuesta de opinión supone que se cumplen de forma universal y uniforme con el primer postulado: todo mundo puede producir una opinión.

Segundo principio a partir del cual las personas pueden producir una opinión: lo que llamo el "ethos de clase" (por no decir "ética de clase"), es decir, un sistema de valores implícitos que las personas han interiorizado desde la infancia y a partir del cual generan respuestas a problemas extremadamente distintos. Las opiniones que las personas pueden intercambiar a la salida de un partido de fútbol entre Roubaix y Valenciennes le deben una buena parte de su coherencia, de su lógica, al ethos de clase.

Una multitud de respuestas a las que se considera respuestas políticas se producen en realidad a partir del ethos de clase y pueden asumir, a la vez, una significación completamente distinta cuando se las interpreta en el terreno político. Aquí he de referirme a una tradición sociológica, muy extendida sobre todo entre determinados sociólogos de la política en Estados Unidos, que hablan habitualmente de un conservadurismo y autoritarismo de las clases populares.

Estas tesis se basan en la comparación internacional de encuestas o de elecciones, que tienen mostrar que cada vez que se interroga a las clases populares, sea en el país que sea, sobre problemas referentes a las relaciones de autoridad, la libertad individual, la libertad de prensa, etc., dan respuestas más "autoritarias" que las otras clases; y se concluye de manera global que existe un conflicto entre los valores democráticos (en el autor en que pienso, Lipset, se trata de los valores democráticos americanos) y los valores que han interiorizado las clases populares, valores de tipo autoritario y represivo. De ahí sacan una especie de visión escatológica: elevemos el nivel de vida, elevemos el nivel de instrucción y, como la propensión a la represión, al autoritarismo, etc., va unida a bajos ingresos, a bajo nivel de instrucción, etc., produciremos así buenos ciudadanos de la democracia americana.

En mi opinión, lo que está en cuestión es la significación de las respuestas a determinadas preguntas. Supongamos un conjunto de preguntas de este tipo: ¿Está usted a favor de la igualdad entre los sexos? ¿Está usted a favor de la libertad sexual de los cónyuges? ¿Está usted a favor de una educación no represiva? ¿Está usted a

favor de la nueva sociedad?, etc. Supongamos otro conjunto de preguntas del tipo: ¿Deben hacer huelga los profesores cuando ven amenazada su situación? ¿Deben ser solidarios los docentes con el resto de funcionarios en los períodos de conflicto social?, etc.

Estos dos conjuntos de preguntas arrojan respuestas de estructura estrictamente inversa en relación con la clase social: el primer conjunto de preguntas, que se refiere a un determinado tipo de innovación en las relaciones sociales, en la forma simbólica de las relaciones sociales, suscita tantas más respuestas a favor cuanto más nos elevamos en la jerarquía social y en la jerarquía según el nivel de instrucción; a la inversa, las preguntas que tratan sobre las transformaciones reales de las relaciones de fuerza entre las clases suscitan cada vez más respuestas en contra con más jerarquía social. En suma, la proposición "las clases populares son represivas" no es ni verdadera ni falsa. Es verdadera en la medida en que, ante todo un conjunto de problemas como los que atañen a la moral doméstica, a las relaciones entre generaciones o entre sexos, las clases populares tienen tendencia a mostrarse mucho más rigoristas que las otras clases sociales. Por el contrario, en las cuestiones de estructura política, que ponen en juego la conservación o la transformación del orden social, y no sólo la conservación o transformación de los modos de relación entre los individuos, las clases populares son mucho más partidarias de la innovación, es decir, de una transformación de las estructuras sociales.

Podemos ver cómo algunos de los problemas planteados --y a menudo mal planteados-- en mayo de 1968, en el conflicto entre el

partido comunista y los izquierdistas, están relacionados de forma muy directa con el problema central que he tratado de plantear esta tarde, el de la naturaleza de las respuestas, es decir, del principio a partir del cual se producen. La oposición que he establecido entre estos dos grupos de preguntas nos remite, en efecto, a la oposición entre dos principios de producción de opiniones: un principio específicamente político y un principio ético, siendo el problema del conservadurismo de las clases populares producto de la ignorancia de esta distinción. El efecto de imposición de problemática, efecto ejercido por toda encuesta de opinión y por toda interrogación política (comenzando por la electoral), deriva del hecho de que las preguntas planteadas en una encuesta de opinión no son preguntas que se les planteen realmente a todas las personas interrogadas, así como del hecho de que las respuestas no son interpretadas en función de la problemática por referencia a la cual han respondido las diferentes categorías de encuestados.

Así, la problemática dominante --de la que proporciona una imagen la lista de preguntas planteadas en los dos últimos años por los institutos de opinión--, es decir, la problemática que les interesa esencialmente a las personas que detentan el poder y que quieren estar informadas sobre los medios de organizar su acción política, la dominan de manera muy desigual las diferentes clases sociales. Y, cuestión importante, éstas se hallan más o menos capacitadas para producir una contra-problemática.

Con motivo del debate televisado entre Servan-Schreiber y Giscard d'Estaing, un instituto de sondeos de opinión hizo preguntas del tipo:

"¿Depende el éxito escolar de los dones, de la inteligencia, del mérito?" Las respuestas recogidas ofrecen de hecho una información (ignorada por los que la producían) sobre el grado de conciencia que las diferentes clases sociales tienen de las leyes de la transmisión hereditaria del capital cultural: la adhesión al mito del don y del ascenso social por la escuela, de la justicia escolar, de la equidad de la distribución de los puestos en función de las titulaciones, etc., es muy diferente en las clases populares. La contra-problemática puede existir para algunos intelectuales, pero no tiene fuerza social a pesar de haber sido recogida por algunos partidos y grupos. La verdad científica está sometida a las mismas leyes de difusión que la ideología. Una proposición científica es como una bula papal sobre el control de la natalidad, sólo predica a los llamados convertidos. Se suele asociar la idea de objetividad en una encuesta de opinión al hecho de hacer la pregunta en los términos más neutros posibles con el fin de darles todas sus oportunidades a todas las respuestas. En realidad, la encuesta de opinión se hallaría sin duda más próxima a lo que ocurre en la realidad si, transgrediendo completamente las reglas de la "objetividad", se les ofreciera a las personas los medios para situarse como se sitúan realmente en la práctica real, es decir, en referencia a opiniones ya formuladas; si en lugar de decir, por ejemplo, "algunas personas están a favor del control de la natalidad, otras están en contra, ¿y usted?...", se enunciaran una serie de posicionamientos explícitos de los grupos autorizados para constituir y difundir las opiniones, de manera que la gente pudiera situarse en referencia a respuestas ya constituidas.

Se suele hablar de "tomas de posición"; hay posiciones que ya están previstas y que se toman. Pero no se las toma al azar. Se toman las posiciones que se están predispuestos a tomar en función de la posición que se ocupa en un campo determinado. Un análisis riguroso tiene como objetivo explicar las relaciones entre la estructura de las posiciones a tomar y la estructura del campo de las posiciones ocupadas.

Si las encuestas de opinión captan muy mal los estados virtuales de la opinión y, más exactamente, los movimientos de opinión, ello se debe, entre otras razones, a que la situación en la que aprenden las opiniones es completamente artificial. En las situaciones en que se constituye la opinión, en particular las situaciones de crisis, las personas se hallan ante opiniones constituidas, ante opiniones sostenidas por grupos, de manera que elegir entre opiniones es, claramente, elegir entre grupos.

Este es el principio del efecto de politización que produce la crisis: hay que elegir entre grupos que se definen políticamente y definir cada vez más tomas de posición en función de principios explícitamente políticos. De hecho, lo que me parece importante es que la encuesta de opinión trata a la opinión pública como una simple suma de opiniones individuales, recogidas en una situación que, en el fondo, es la de la cabina electoral, donde el individuo va furtivamente a expresar en el aislamiento una opinión aislada. En las situaciones reales, las opiniones son fuerzas y las relaciones entre opiniones son conflictos de fuerza entre los diversos grupos involucrados en la medición. Otra ley se desprende de estos análisis: se tienen más opiniones

sobre un problema cuanto más interesado se está por este problema. Por ejemplo, en relación al sistema de enseñanza la tasa de respuestas está íntimamente unida al grado de proximidad respecto al sistema de enseñanza, y la probabilidad de tener una opinión varía en función de la probabilidad de tener poder sobre aquello de lo que se opina.

La opinión que se afirma como tal, espontáneamente, es la opinión de personas cuya opinión tiene peso, como se suele decir. Si un ministro de educación actuase en función de una encuesta de opinión (o, al menos, a partir de una lectura superficial de la encuesta), no haría lo que hace cuando actúa realmente como político, es decir, a partir de las llamadas de teléfono que recibe, de la visita de tal responsable sindical, de tal decano, etc. En realidad, actúa en función de estas fuerzas de opinión realmente constituidas que sólo se manifiestan a su percepción en la medida en que tienen fuerza porque están movilizadas.

Tratándose de prever lo que va a ser de la universidad en los próximos diez años, pienso que la opinión movilizada constituye la mejor base. De todas formas, el hecho, del que dejan constancia los no-contestan, de que las disposiciones de determinadas categorías no accedan al estatuto de opinión --es decir de discurso constituido que pretende una coherencia, que pretende ser escuchado, imponerse, etc.--, no debe llevarnos a concluir que en situaciones de crisis las personas que no tenían ninguna opinión elegirían al azar: si el problema se halla constituido políticamente para ellos (problemas de salario, de cadencias de trabajo para los obreros), elegirán en términos de

competencia política; si se trata de un problema que para ellos no está constituido políticamente (relaciones represivas en el interior de la empresa) o si está en vías de constitución, se guiarán por el sistema de disposiciones profundamente inconsciente que orienta sus elecciones en los ámbitos más diferentes, desde la estética o el deporte hasta las preferencias económicas.

La encuesta de opinión tradicional ignora al mismo tiempo los grupos de presión y las disposiciones virtuales que pueden no expresarse en forma de discurso explícito. Por ello es incapaz de generar la menor previsión razonable sobre lo que pasaría en situación de crisis. Supongamos un problema como el del sistema de enseñanza. Se puede preguntar: "¿qué piensa usted de la política de Edgar Faure?" Es una pregunta muy parecida a una consulta electoral, en el sentido de que es la noche en que todos los gatos son pardos: todo el mundo están en general de acuerdo sin saber sobre qué; sabemos lo que significó el voto por unanimidad de la ley Faure en la Asamblea Nacional. A continuación se pregunta: "¿está usted a favor de la introducción de la política en los institutos?" Aquí se observa un corte muy claro. Ocurre lo mismo cuando se pregunta: "¿pueden hacer huelga los profesores?" En este caso, los miembros de las clases populares, por una transferencia de su competencia política específica, saben qué responder. Se puede preguntar además: "¿hay que transformar los programas? ¿Está usted a favor de la evaluación continua? ¿Está usted a favor de la introducción de los padres de los alumnos en los consejos de profesores? ¿Está usted a favor de la supresión del examen de agregación?, etc.". Bajo la pregunta "¿está

usted a favor de Edgar Faure?" subyacían todas estas preguntas y las personas han tomado posición de golpe sobre un conjunto de problemas que un buen cuestionario sólo podría plantear mediante al menos sesenta preguntas en las que se observarían variaciones en todos los sentidos.

En un caso, las opiniones estarían asociadas positivamente a la posición en la jerarquía social; en otro, negativamente; en algunos casos, la asociación sería muy fuerte; en otros, muy débil, o incluso no se daría en absoluto. Basta con pensar que una consulta electoral representa el límite de una pregunta como "¿está usted a favor de Edgar Faure?" para comprender que los especialistas de sociología política puedan afirmar que la relación que se observa habitualmente, en casi todos los ámbitos de la práctica social, entre la clase social y las prácticas o las opiniones, es muy pequeña cuando se trata de fenómenos electorales, hasta el punto de que algunos no dudan en concluir que no hay ninguna relación entre la clase social y el hecho de votar derechas o izquierdas.



Fig.10 Denuncia mediática en Argentina sobre la manipulación de las encuestas electorales.

Si tienen en cuenta que una consulta electoral plantea en una única pregunta sincrética lo que sólo se podría aprehender razonablemente en docientas preguntas, que unos miden en centímetros, otros en kilómetros, que la estrategia de los candidatos consiste en plantear mal las cuestiones y en jugar al máximo con el disimulo de las divergencias para ganarse los votos indecisos, y tantos otros efectos, llegarán a la conclusión de que quizás haya que plantear al revés la cuestión tradicional de la relación entre el voto y la clase social y preguntarse cómo es posible que a pesar de todo se constate una relación, aunque sea pequeña; e interrogarse sobre la función del sistema electoral, instrumento que, por su propia lógica, tiende a atenuar los conflictos y las divergencias. Lo que es verdad es que estudiando el funcionamiento de la encuesta de opinión uno puede hacerse una idea de la manera en que funciona este tipo particular de encuesta de opinión que es la consulta electoral, así como del efecto que produce.

Anexo 2.

La prensa en México en la Independencia.

El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus medios audiovisuales

Alberto Joaquín Pacheco castro

Inclinación Ideológica	Medio	Editor o Fundador	Año	Número de publicaciones	
Realista (Publicaciones gubernamentales y partes oficiales de las campañas de las fuerzas realistas)	Gaceta del Gobierno de México	Francisco Noriega	Del 2 de enero de 1810 a 29 de septiembre de 1821	82 números	
	El Telégrafo de Guadalajara	Francisco Severo Maldonado			
	El Mentor de la Nueva Galicia	Francisco Severo Maldonado	Del 27 de mayo de 1811 a 24 de febrero de 1812	27 números	
	El Espectador del Régimen Constitucional en el Reino de la Nueva Galicia	Se desconoce	Del 10 de mayo de 1812	Se conocen 2 números	
Independiente (Prensa no comprometida con las autoridades)	El Despertador Americano	Francisco Severo Maldonado / José Ángel de la Sierra	De 20 de mayo de 1810 a Enero de 1811	7 números	
	Ilustrador Americano	Dr. José María Cos	Del 27 de mayo de 1812 al 17 de abril de 1813	27 números	
	Semanario Patriótico Americano	Dr. José María Cos, Andrés Quintana Roo, Rayón, Francisco López de Velasco	Del 19 de julio de 1812 al 17 de enero de 1813	2 números ordinarios, 1 extraordinario	
	Gaceta del Gobierno Americano del Norte	José María Liceaga		50 números	
	Sud	José María Morelos			
	Correo Americano del Sur	José Manuel de Herrera y Carlos María Bustamante	Del 23 de septiembre de 1812 al 30 de septiembre de 1812		
	El Juguetillo	Carlos María Bustamante	25 de enero de 1813		
	Pensador Mexicano	Carlos María Bustamante	Del 25 de febrero de 1813 al 25 de noviembre de 1813		
	Vindicador del Clero Mexicano	Carlos María Bustamante	1812		
	Gaceta del Gobierno Provisional de las Provincias del Poniente	José de San Martín	1812		
	Boletín de la División Auxiliar de la República Mexicana	Francisco Javier Mina	1812		
	El Aristeco Universal	Lorenzo de Zavala	1812	37 números	
	El Redactor Meridano	Lorenzo de Zavala	1817		
	El Filósofo Meridano	Lorenzo de Zavala	1817	32 números	
	El Misceláneo	Lorenzo de Zavala	1817		
	El Hispano Americano Constitucional	Lorenzo de Zavala	Del 2 de abril de 1813 al 17 de diciembre de 1813	Sólo se conocer el número 11	
	El Yucateco	José Matías Quintana	Del 20 de mayo de 1813 al 23 de diciembre de 1813		
	La Abeja Poblana	Juan Nepomuceno Troncoso	1814		
	El Aventurero (semanario)	Editorial Hermanos Troncoso	1814		
	La Colmena de las Abejas (semanario)	Editorial Hermanos Troncoso	Del 1º de marzo de 1813 a julio de 1814		
	El Caduceo (semanario)	Editorial Hermanos Troncoso	Mayo a junio de 1820		
	El Mejicano Independiente	José Manuel de Herrera	Junio de 1821, se conocen números hasta 1830		
	El Ejercito Imperial Mejicano de las Tres Garantías	Del Ejercito de las tres garantías			
	La Avispa de Chilpancingo	Carlos María Bustamante	Del 30 de noviembre de 1820 al 17 de diciembre de 1821		
				Entre 1820 y 1821	
				Entre 1820 y 1821	
				Entre 1820 y 1821	
			2 de junio de 1821		
			Mayo-junio de 1821		
			Octubre de 1821 a agosto de 1822		
	Diario de la Soberana Junta Gubernativa del Imperio Mexicano (después pasaría a ser: Gaceta Imperial del Gobierno)	Alejandro Valdés, Téllez Girón.	1821-1823		

**El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus
medios audiovisuales
Alberto Joaquín Pacheco castro**

Iturbidista	Mexicano)	Se desconoce	1821	
	El Fanal del Imperio	Ignacio Mariano de Vasconcelos	1821	
	El Farol de Puebla	Se desconoce	1821	
	El Noticioso	Se desconoce	1821	
	El Sol	Se desconoce	1822	
	El Hombre Libre	Juan Bautista Morales	1823	
	EL Gallo Pitagórico	Juan Bautista Morales	1822-1823	
	El Diario de Veracruz	Se desconoce		

En suma, he querido decir que la opinión pública no existe, al menos bajo la forma que le atribuyen los que tienen interés en afirmar su existencia. He dicho que existen, por una parte, opiniones constituidas, movilizadas, de grupos de presión movilizados en torno a un sistema de intereses explícitamente formulados; y, por otra, disposiciones que, por definición, no son opinión si se entiende por tal, como he hecho a lo largo de todo este análisis, algo que puede formularse discursivamente con una cierta pretensión a la coherencia. Esta definición de opinión no es mi opinión sobre la opinión. Es simplemente la explicitación de la definición que ponen en juego las encuestas de opinión cuando le piden a la gente que tome posición respecto a opiniones formuladas y cuando producen, por simple agregación estadística de las opiniones así producidas, este artefacto que es la opinión pública. Simplemente digo que la opinión pública en la acepción implícitamente admitida por los que hacen encuestas de opinión o por los que utilizan sus resultados, simplemente digo que esta opinión no existe.

ANEXO 3.

Decreto de Creación del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social

DECRETO POR EL CUAL SE CREA EL SISTEMA QUINTANARROENSE DE COMUNICACION SOCIAL COMO UN ORGANISMO DESCENTRALIZADO DEL GOBIERNO DEL ESTADO.

CAPITULO I DE LA CREACION, INTEGRACION Y PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

Artículo 1.- Se crea el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social como un Organismo Público Descentralizado del Gobierno del Estado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, y domicilio en la Capital del Estado.

Artículo 2.- El Sistema Quintanarroense de Comunicación Social se integra y abarca los siguientes medios: I.- Televisión; II.- Radio; III.- Prensa; IV.- Audiovisuales y conferencias V.- Cine; y VI.- Instituto de la opinión pública.

Artículo 3.- Las prerrogativas constitucionales que consagran la libre manifestación de las ideas, la libertad de prensa, y el derecho de información y de expresión fundan y motivan las acciones del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social.

Artículo 4.- El Sistema Quintanarroense de Comunicación Social, tendrá una orientación eminentemente popular que responda a las características del Estado, formando parte de las actividades de la comunidad, siendo sus principios fundamentales, el apoyo a la democracia, la consolidación de la soberanía, el respaldo a la interacción nacional, regional y estatal y la promoción del desarrollo social.

Artículo 5.- El Sistema Quintanarroense de Comunicación Social en coordinación con la Federación, las entidades del Gobierno Estatal y los Ayuntamientos, consciente de la función social que desempeña

como órgano de comunicación masiva, conforme a lo establecido en la Ley Federal de Radio y Televisión, promoverá la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural, cívica y deportiva.

Artículo 6.- Considerando la condición de Quintana Roo como Estado fronterizo y conforme a la Ley Federal de Radio y Televisión, el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social, promoverá de manera preponderante la divulgación de las manifestaciones de la cultura mexicana preferentemente la cultura maya, fomentará las relaciones comerciales del país y del Estado, intensificará la propaganda turística y transmitirá información sobre acontecimientos de la vida nacional e internacional.

CAPITULO II DE LOS OBJETIVOS DEL SISTEMA

Artículo 7.- El Sistema Quintanarroense de Comunicación Social tiene como objetivos inmediatos, elaborar, producir y transmitir programas que promuevan el desarrollo del Estado, difundan las acciones y obras del Gobierno, sus bellezas naturales y turísticas, así como su historia y sus manifestaciones artísticas y culturales, que estimulen la conciencia cívica fortaleciendo la identidad de los quintanarroenses, propugnando por la integración social y política de Quintana Roo.

Artículo 8.- Para el cumplimiento de su objeto el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social:

I.- Fungirá como órgano de Asesoría del Gobierno del Estado en materia de Comunicación Social;

II.- Se coordinará con la Secretaría de Gobierno para su correcto y debido funcionamiento;

III.- Se coordinará con la Secretaría Particular y de Difusión Gubernamental, para la divulgación de los programas y actividades que le encomiende dicha Secretaría.

IV.- Se coordinará con las dependencias de la Federación, del Gobierno del Estado, y con los Municipios de la Entidad, para difundir programas y acciones que estas entidades, dentro de su ámbito de competencia, consideren convenientes para el desarrollo del Estado de Quintana Roo;

V.- Se coordinará con la Secretaría de Educación Pública y Cultura Popular y con el Instituto Quintanarroense de la Cultura, para la elaboración, producción y difusión de programas y acciones que favorezcan y promuevan la enseñanza, la cultura, la historia y las actividades cívicas que se desarrollen en el Estado, así como apoyar las acciones y programas difundidos por el Sistema de Telesecundaria;

VI.- Se coordinará con la Secretaría de Salud y Bienestar Social y con el DIF, con el objeto de elaborar, producir, y difundir programas y acciones orientados a combatir el alcoholismo y la drogadicción, así como apoyar la difusión de actividades que tiendan a elevar la calidad de vida, mejorar la salud de los quintanarroenses y coadyuvar a la integración familiar;

VII.- Procurará la participación de los habitantes de la Entidad dándole a sus programas una orientación popular que responda a las características del Estado, formando parte de las actividades de la comunidad;

VIII.- Apoyará, como instrumento de divulgación, los programas y acciones del Comité, de

Planeación y Desarrollo de Quintana Roo;

IX.- Difundirá programas que estimulen la participación de la Iniciativa Privada en el proceso de desarrollo de la Entidad; informando acerca de la potencialidad económica del Estado;

X.- Promoverá el desarrollo de las actividades de la producción familiar y artesanal, así como fomentará la creación de cooperativas ofreciendo la capacitación en estos renglones;

XI.- Informará y orientará a la población respecto a la mejor utilización de los recursos naturales y la preservación del medio ecológico;

XII.- Promoverá entre los quintanarroenses cursos de capacitación y adiestramiento para el personal técnico y especializado en materia de comunicación social; y

XIII.- Realizará todas las demás acciones que para el cumplimiento de sus objetivos primordiales acuerde la junta directiva, con la opinión del Consejo Consultivo.

Artículo 9.- Las estaciones de radio y televisión dependientes del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social tienen la obligación de emitir programas que se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, sin

atacar los derechos de terceros ni provocar la comisión de algún delito o perturbar el orden y la paz públicos.

Artículo 10.- El Sistema Quintanarroense de Comunicación Social en coordinación con el DIF y con el Instituto Quintanarroense de la Cultura elaborará, promoverá y difundirá programas dirigidos a la población infantil que propicien su desarrollo armónico, estimulen la creatividad y la solidaridad humana, procuren la comprensión de los valores nacionales y estatales y el conocimiento de la comunidad internacional, y promuevan el interés científico, artístico y social de los niños, al propiciar diversión que coadyuve en su proceso informativo.

Artículo 11.- El Sistema Quintanarroense de Comunicación Social orientará sus acciones y programas en forma tal que contribuya a la formación integral del individuo, ayudando en los procesos de formación y educación de los niños y de los jóvenes, protegiendo las riquezas históricas y humanas del Estado, fomentando las expresiones de todas las formas de Cultura Popular, propugnando por la propiedad del idioma nacional y promoviendo la lengua maya y las costumbres de los nativos, difundiendo las artes y su cultivo entre los quintanarroenses.

Artículo 12.- Con el objeto de combatir el ocio, la drogadicción, el alcoholismo y el tabaquismo, el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social en coordinación con la Secretaría de Salud y Bienestar Social del Estado, elaborará y difundirá programas especiales orientados a la prevención, tratamiento y rehabilitación de los enfermos alcohólicos y farmacodependientes, a través de medios individuales y colectivos, y mediante el fomento de actividades cívicas, deportivas y culturales.

Artículo 13.- El Sistema Quintanarroense de Comunicación Social asimilará y difundirá las opiniones divergentes y las voces críticas de quienes se interesen por mejores niveles de bienestar, con el objeto de fortalecer la vida ciudadana y el sistema democrático mexicano.

CAPITULO III DE LOS ORGANOS DE GOBIERNO Y SUS ATRIBUCIONES

Artículo 14.- Los órganos de Gobierno del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social son:

I.- La Junta Directiva; y II.- La Dirección General.

Artículo 15.- La Junta Directiva es el órgano de Gobierno y autoridad superior del Sistema, y se integra con un Presidente que será el Gobernador del Estado, un Secretario que será el Secretario de Gobierno, dos Vocales que serán el Secretario de Finanzas y el Oficial Mayor del Gobierno del Estado y un Comisario que será el Contralor de Gobierno.

Para los Vocales y el Comisario se nombrarán suplentes. La Junta Directiva a propuesta de su Presidente podrá admitir más Vocales representativos cuando se estime necesario.

Artículo 16.- El Presidente de la Junta Directiva será suplido cuantas veces sea necesario por el Secretario de la misma.

Artículo 17.- Son facultades y obligaciones de la Junta Directiva:

I.- Establecer y evaluar las políticas generales del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social;

II.- Aprobar en su caso, los planes, programas y proyectos que requiera realizar el Sistema;

III.- Autorizar la celebración de convenios que se requieran para el cumplimiento de sus objetivos;

IV.- Examinar y aprobar en su caso el presupuesto anual, los estudios financieros, los balances ordinarios, así como los informes generales y específicos;

V.- Conocer, y en su caso aprobar el informe de actividades que rinda el Director General;

VI.- Presentar las propuestas para el mejor cumplimiento del Sistema;

y

VII.- Las demás que le confiera el presente Decreto y otras disposiciones reglamentarias para el cumplimiento de su objeto.

Artículo 18.- La Junta Directiva se reunirá por lo menos dos veces al año y cuando lo convoque el Presidente, a través del Secretario de la misma; sesionará válidamente con la asistencia de la mitad más uno de sus miembros y sus acuerdos y resoluciones se tomarán por mayoría de votos de los asistentes. El Presidente de la Junta tendrá voto de calidad. Los cargos en la Junta Directiva del Sistema serán honoríficos.

Artículo 19.- La Dirección General estará a cargo de un Director quien será nombrado y removido por la Junta Directiva a propuesta del C. Gobernador del Estado.

Artículo 20.- El Director General del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social, tendrá las atribuciones siguientes:

I.- Elaborar y presentar a la Junta Directiva para su estudio y aprobación en su caso, los

estados financieros, balances ordinarios y extraordinarios, así como los informes anuales y los específicos que se soliciten;

II.- Dirigir y vigilar el desarrollo y ejecución de las funciones administrativas del organismo; III.- Representar legalmente al Sistema y administrar sus bienes sin más limitaciones que las señaladas en la Ley o por disposición expresa de la Junta Directiva.

IV.- Celebrar los contratos, convenios y toda clase de documentos jurídicos relacionados con el objeto del Instituto que no requieran la autorización expresa de la Junta Directiva;

V.- Ejecutar los planes, programas, proyectos y demás acuerdos y resoluciones aprobadas por la Junta Directiva;

VI.- Elaborar y expedir en su caso, los reglamentos y manuales de operación y todas las disposiciones relacionadas con la organización y funcionamiento del organismo;

VII.- Nombrar y relevar al personal de confianza del Sistema, previo acuerdo del Consejo

Directivo y al de base, conforme a la Ley y disposiciones reglamentarias;

VIII.- Proveer lo necesario para el cumplimiento de los programas y el ejercicio del presupuesto y gastos aprobados por la Junta;

IX.- Proveer lo necesario para la estricta observancia de las disposiciones legales y reglamentarias que norman el funcionamiento del Sistema;

X.- Consultar a la Junta Directiva, cuando la naturaleza de los asuntos así lo requieran; y

XI.- Las demás que señale este Decreto, sus disposiciones reglamentarias y los acuerdos y resoluciones de la Junta Directiva.

CAPITULO IV DEL CONSEJO CONSULTIVO

Artículo 21.- Se integrará un Consejo Consultivo, como órgano asesor de la Junta Directiva y del Director General, y estará formado por un Presidente que será el Secretario de Gobierno; un Secretario que será el Secretario Particular y de Difusión Gubernamental y con Vocales que serán el Secretario de Desarrollo Económico, el Secretario de Educación y Cultura Popular; el Secretario de Salud y Bienestar Social; un Representante de cada uno de los partidos políticos nacionales registrados en la Entidad; los siete Presidentes Municipales de los Ayuntamientos del Estado; dos Representantes del Sector Obrero; dos Representantes del Sector Campesino; dos Representantes del Sector Privado, dos miembros del Sector Popular y los demás miembros que en virtud de su representatividad considere la Junta Directiva. Por cada Consejero Propietario habrá un Consejero Suplente.

Artículo 22.- Son funciones del Consejo Consultivo:

I.- Sugerir y recomendar la programación de la radio y la televisión dependiente del Sistema y los medios masivos de comunicación.

II.- Sugerir la realización de actividades y programas para el cumplimiento de los objetivos del Sistema;

III.- Presentar propuestas y recomendaciones para el mejor cumplimiento de los objetivos del Sistema; y

IV.- Los cargos del Consejo Consultivo del Sistema serán honoríficos. Las recomendaciones del Consejo Consultivo las hará del conocimiento de la Junta Directiva y del Director General para la toma de decisiones. El Consejo Consultivo se reunirá, por lo menos una vez al año a propuesta del Presidente del mismo.

CAPITULO V DEL PATRIMONIO DEL SISTEMA.

Artículo 23.- El patrimonio del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social, estará constituido por: 1.- Los bienes muebles e

inmuebles necesarios para el cumplimiento de su objeto. 2.- Los beneficios y aportaciones que le hagan el Gobierno del Estado, el Gobierno Federal, los Municipios y en general, las Instituciones Públicas, Privadas y Sociales. 3.- Los subsidios que determine el presupuesto de egresos del Gobierno del Estado. 4.- Los beneficios que obtenga de su propio patrimonio y las utilidades que logre en el desarrollo de su actividad. 5.- Los demás bienes y derechos que legalmente le correspondan.

CAPITULO VI DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 24.- La Contraloría del Gobierno del Estado, ejercerá las funciones de vigilancia y supervisión y practicará las auditorías que procedan, debiendo informar a la Junta Directiva de las gestiones realizadas por este Organismo.

Artículo 25.- El Sistema estará exento del pago de los impuestos estatales y tramitará de ser procedente, la exención de los federales y municipales correspondientes.

Artículo 26.- Las relaciones de trabajo entre el Sistema y sus trabajadores, se regirán por la Ley de Trabajadores al Servicio de los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, Ayuntamientos Organismos Descentralizados del Gobierno del Estado y su Reglamento.

TRANSITORIO: ARTÍCULO PRIMERO.- El presente Decreto entrará en vigor el siguiente al de su publicación en el Periódico Oficial del Estado.

ARTÍCULO SEGUNDO.- El Titular del Poder Ejecutivo del Estado instalará la Junta Directiva del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social y el Consejo Directivo de la misma, dentro de los 30 días siguientes a la publicación del presente Decreto en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado. SALON DE SESIONES DEL PODER LEGISLATIVO, EN LA CIUDAD DE CHETUMAL CAPITAL DEL ESTADO DE QUINTANA ROO, A LOS VEINTINUEVE DIAS DEL MES DE ENERO DE MIL NOVECIENTOS OCHENTA Y CINCO.

Anexo 4.

Cuestionario realizado a Directores Generales del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS).

MODELO DE ENTREVISTA

NOMBRE:

PERÍODO COMO DIRECTOR GENERAL SQCS:

1.- ¿Qué opinión tiene del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS)?

2.- ¿Considera que el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) debe competir en materia de información y opinión con los medios de comunicación privados?

3.- ¿El Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS), es un medio de servicio público o un medio gubernamental?

4.- ¿De acuerdo con su Decreto de creación, el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) se formuló como la primera política pública de comunicación?

Si-----

No-----

Otro-----

5.- ¿A 26 años de su creación, el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) ha cumplido con su función social o se alejó de los principios que le dieron origen?

6.- Enumere en orden de importancia la función social del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS):

Información y opinión en radio y televisión -----

Educación y Civismo-----

Divulgación Cultural, Cívica y Deportiva-----

Entretenimiento-----

Difusión del pensamiento-----

Expresión plural de la sociedad-----

Desarrollo Social-----

7.- ¿Por qué el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) no ha funcionado como un medio de servicio público?

a).-Una inadecuada formulación de la Política Pública.

b).-Por el manejo discrecional de los gobiernos constitucionales.

c).-Porque no se ha cumplido con el Decreto de creación y con el carácter de permisionario.

d).-Falta de seguimiento y evaluación de su funcionalidad.

e).-Todo lo anterior.

8.- ¿Durante su período como Director General del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS), y de acuerdo a los lineamientos políticos del gobierno en turno, usted qué impulso más, la función social o la información y opinión gubernamental?

9.- ¿Con base en su experiencia qué sugiere para que el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS), no funcione como un medio gubernamental?

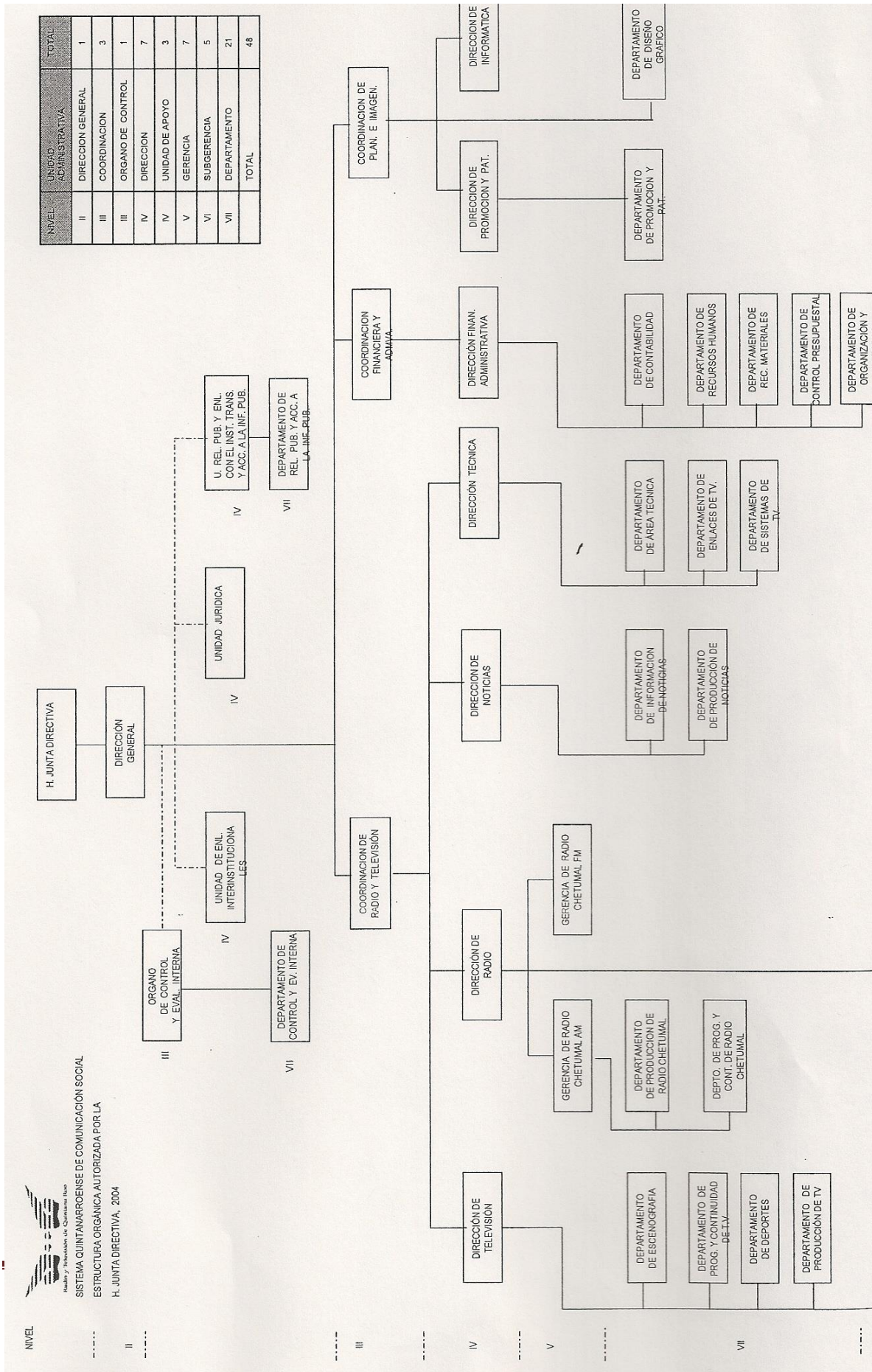
10.- ¿Qué propone para garantizar que el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS) sea realmente un medio de servicio público?

Anexo 5.

Organigrama del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCS).

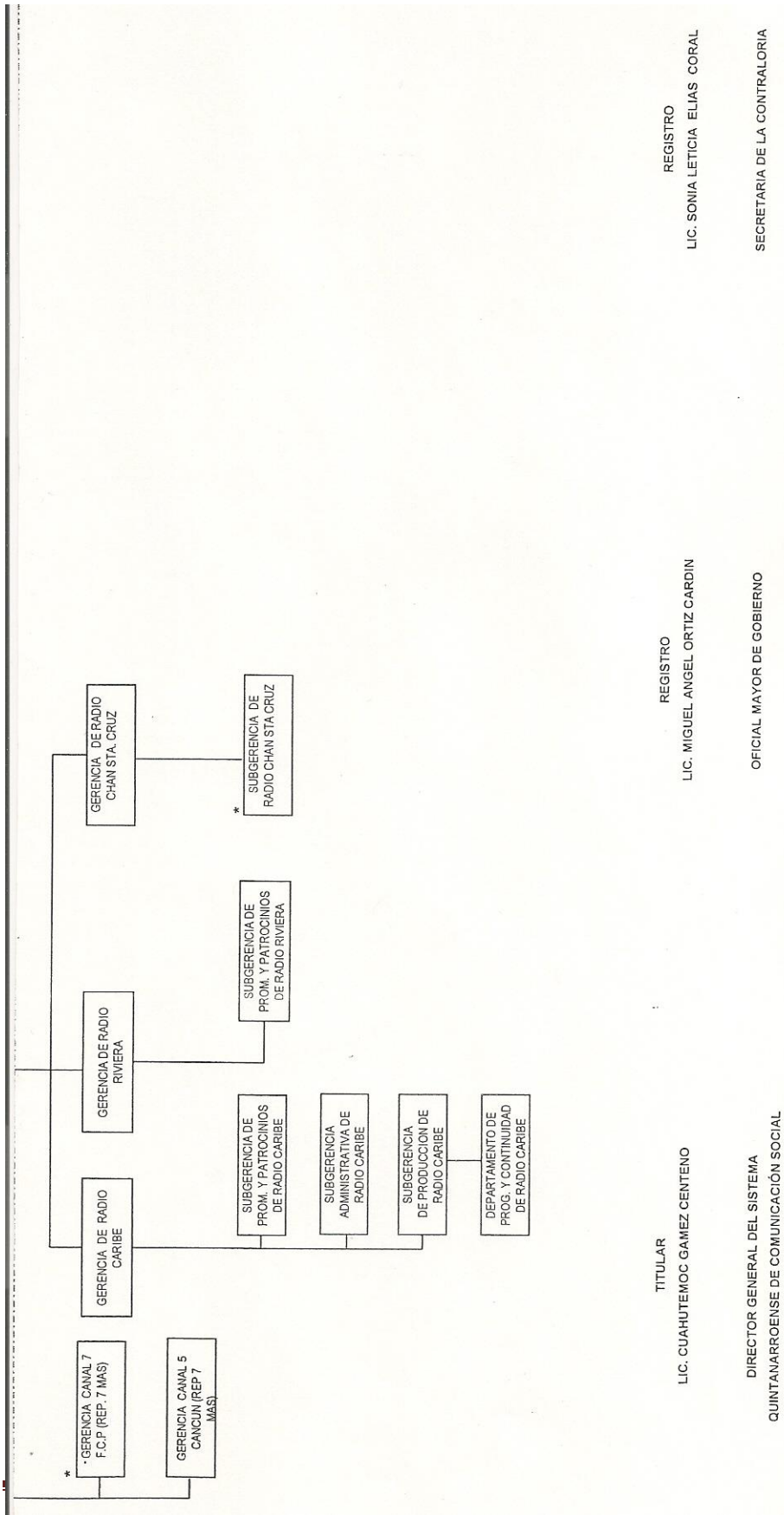
El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus medios audiovisuales

Alberto Joaquín Pacheco castro



El poder mediático en Quintana Roo al servicio gubernamental, versus medios audiovisuales

Alberto Joaquín Pacheco castro



FIGURAS

Fig.1 La prensa en Quintana Roo.

Fig. 2 El paradigma de Lasswell.

Fig. 3 La campaña de Obama.

Fig.4 Portada del libro *Mordaza a la opinión Pública del periodista mexicano Francisco Huerta*.

Fig.5 Portada del libro *Doctor Goebbels* de **Roger Manvell** y **Heinrich Fraenkel**.

Fig.6 La prensa en España en la muerte de Franco.

Fig.7 Portada del libro *Periodistas y periódicos mexicanos* del autor **José Bravo Ugarte**.

Fig.8 La prensa en México al servicio gubernamental en 1968.

Fig. 9 La prensa en México en la muerte de **Julio Scherer**, icono del Periodismo Independiente.

Fig.10 Denuncia mediática en Argentina sobre la manipulación de las encuestas electorales

CUADROS

Cuadro 1. Persuasión

Cuadro 2. Operadores de Telecomunicaciones antes de la nueva Ley Federal en el sector.

Cuadro 3. Fuente: **Mancinas, Rosalba**. *El poder mediático en México, relaciones entre economía, política y medios de comunicación*. 2008. Pág. 174-175.