

## La prensa mexicana en la segunda mitad del siglo xx. Acercamiento metodológico

ARMANDO ZACARÍAS CASTILLO

### A PROPÓSITO DE LAS NOTICIAS

El campo noticioso es un punto histórico de relación social al constituirse en un espacio de acceso general de información y comunicación que permite tener una visión estructurada y rápida del mundo. Muchos son los temas que se han discutido acerca de la objetividad; sin embargo, un hecho insoslayable es que, independientemente de las orientaciones ideológicas y teóricas en torno a los medios informativos, las noticias trascienden el ámbito directo de la empresa de información y repercuten en la concepción del mundo, con implicaciones sociales.

En cada una de las etapas de organización de las sociedades modernas, la información, y más concretamente la periodística, ha tenido un papel clave en el ordenamiento de la visión que se construye del mundo. El papel que la prensa ha desempeñado en la historia de las sociedades, la pone en el centro mismo de los actores sociales cuya presencia es relevante en el desarrollo de las sociedades contemporáneas.

La determinación de la función de los órganos de prensa en las sociedades occidentales actuales refleja, en buena medida, las condiciones generales de interlocución de

una sociedad. En México, el tránsito hacia esquemas contemporáneos y mundializados del mercado de la información han provocado algunos cambios en la actitud de los propios profesionales de la información que durante mucho tiempo estuvieron regulados por relaciones y reglas no escritas, en las que la comunicación entre las élites y la relación del Estado, identificado con un solo partido desde 1929 hasta 2000, se mantuvieron como modelo hegemónico en el modo de informar.

Los mecanismos de relación entre los órganos de prensa y el gobierno han tenido matices diferentes en sociedades distintas; sin embargo, los paralelismos al intentar establecer modelos modernizados y de mayor apertura democrática empezaron a ver la luz en México a partir de que, durante el régimen del presidente Carlos Salinas (1988-1994), elementos periféricos al periodismo (como la economía, el mercado, la industrialización del país) impactaron el mercado informativo. Las consecuencias comienzan a tener un cierto perfil en el siglo xxi. En este caso, plantearemos los principales elementos con base en los cuales los cambios se manifestaron en la sociedad mexicana.

Profesor investigador del  
Departamento de Estudios de la  
Comunicación Social,  
Universidad de Guadalajara  
e-mail: armazaca@hotmail.com

## EL DESARROLLO DEL MERCADO INFORMATIVO

El progreso del mercado informativo ha tenido un crecimiento significativo en los últimos años y la necesidad de informarse como un mecanismo de relación de mayor efectividad sobre el ambiente en el que se desarrolla la sociedad, ha comenzado a verse sujeta al vínculo con las empresas informativas; en tal sentido, la competencia, el afianzamiento y la decadencia de muchos órganos han tenido una evolución considerable en los años recientes.

En el panorama informativo mexicano, como en cualquier sistema mediático del mundo, varias son las preocupaciones que tienen los medios de comunicación en el proceso cotidiano, en el que se manifiesta con mayor intensidad el espacio donde los principales elementos de valor de la empresa se ponen en juego, así como las diferentes facetas que tienen en su papel de órganos informativos y, particularmente, en lo referente al empresarial.

Podemos subrayar el papel de los medios como empresas encargadas de distribuir una materia prima *sui generis*: la información; es decir, difusoras de conocimiento.

Durante el procesamiento de las noticias deben establecerse las negociaciones para conciliar conflictos internos, como analizar el tamaño del periódico (número de páginas, etcétera); definir valores con respecto al espacio consagrado a la publicidad y a la información (decisión que debe tomarse diario); la decisión periodística/empresarial de la importancia de las noticias que se van a presentar, y determinar así el rango de las que formarán el cuerpo de cada una de las páginas.

Todas estas operaciones durante el proceso de instauración, aceptación e institucionalización tienen un cierto grado de ajuste que se convierte en un mecanismo rutinario y, así, se pone en juego la trascendencia de las decisiones, así

como también de las instancias que las toman; dichas decisiones influirán particularmente en el confeccionamiento del medio. Este proceso no logrará tener en todos los casos una sola dimensión en el seno de las empresas informativas, circunstancia que afecta de manera diversa el papel de la difusión del conocimiento.

Importantes esfuerzos deben realizarse para guardar equilibrios razonables entre los intereses comerciales, publicitarios y profesionales de los medios impresos, lo que lleva a poner en práctica mecanismos de enlace de cada una de las áreas que forman la empresa periodística, que operan como si se tratase de un todo en verdad coherente.

Así, las preocupaciones de las organizaciones informativas tienen un primer punto de arranque en la propia definición de su empresa. Es decir, la puesta en marcha del sistema de valores asumidos que estructuran las funciones de su carácter de difusores de conocimiento, así como también de su papel como organizaciones empresariales.

La preocupación mayor es la credibilidad del medio informativo, ya que esta circunstancia implica, primeramente, la consolidación de su capital simbólico cuando se sitúa este tema en el ámbito de la competencia empresarial en el mundo del comercio informativo.

No se trata de un problema menor en virtud de la importancia que tiene la clasificación de la estructura de valores asumidos por los miembros de la organización, elementos legitimados en la práctica del proceso de información, desde la perspectiva de la consecución de la "objetividad". Así, se propone a los lectores una forma de interpretar un código, el cual representa un sistema estructurante de los valores asumidos como ciertos y auténticos.

De esta manera, se da cierta objetividad al modo de organizar las estructuras simbólicas que sustentarán la lógica de la articulación de la noción de verdad o de autenticidad que un medio propone.

Uno de los aspectos principales en este asunto es que el cuerpo axiológico no solamente afecta a los periodistas, sino que sus consecuencias desbordan, tal como es la intención, la barreras internas del medio, y logran, así, establecer mecanismos de asimilación social de los valores que se están transmitiendo. En ese sentido, con el simple hecho de fijar una prioridad en la presentación de las informaciones se comienza a crear una idea social de lo que es relevante, según el medio. Pierre Bourdieu señala que "los sistemas simbólicos se distinguen, fundamentalmente, según sean producidos por un cuerpo de especialistas y, más precisamente, por un campo de producción y de circulación relativamente autónomo" (Bourdieu 1999: 70).

El medio se ve obligado a organizarse como una estructura cuyo principal eje de acción son los valores informativos que constituyen el capital simbólico de mayor peso en la gestión empresarial periodística, que pondera la objetividad como el modo en que llega a sus lectores.

Se reafirma que el principal valor es la objetividad informativa; ésta se traduce como la mercancía de peso en el mercado respectivo, que da, por otra parte, un margen mejor de maniobra en la negociación del medio con sus pares en su carácter empresarial. En ese sentido, el mantener una adecuada armonía entre los intereses comerciales de la empresa, así como la deontología de la organización y las competencias profesionales de los periodistas, es

parte del entramado cotidiano al que los medios han de sujetarse como una manera particular de crear su discurso. La forma discursiva debe constituir la lógica de articulación organizacional que debería quedar asumida y comprendida con precisión para los propios miembros de la organización.

#### LA EVOLUCIÓN DE LAS ORGANIZACIONES NOTICIOSAS

##### *Los espacios públicos*

Un punto que no deberá olvidarse es el lento y gradual cambio que la prensa escrita experimentó gracias a la evolución de las nuevas tecnologías informativas. Durante mucho tiempo gozó de una reputación y un lugar social sin gran competencia. A principios del siglo xx, las transformaciones que originaron los avances tecnológicos no pasaron inadvertidos en el ejercicio del periodismo y en particular de la prensa escrita (Balle 1990; Albert 1991; Cornu 1994; Wolton 1997; Trejo 1997).

La transformación de las prácticas informativas se debió a la inserción del periodismo como actividad de peso en la televisión (Balle 1990). Así, los modelos de información comprimida y rápida, método usual en los medios electrónicos, no dejaron lugar a los comentarios de profundidad que son un elemento constitutivo de la prensa escrita.

Francis Balle establece una cronología en la que se observan las formas de relación que han adoptado los medios impresos frente a la cada vez más importante presencia de la televisión, en cuanto a información noticiosa. Según este autor,

al inicio de los años sesenta, la prensa escrita se vio traumatizada por la televisión [...] Los profesionales acentúan con frecuencia este impedimento de la prensa en lo relativo a la rapidez de la transmisión de noticias. Inclusive, han pretendido considerar en ello, la principal razón del estanca-

miento o de la regresión de la prensa escrita (Balle 1990: 93).

El proceso de reorganización de la inserción de la prensa como órgano participante en las democracias occidentales no es un elemento aislado; corresponde a los mecanismos de aprehensión de lo público como espacio legitimado de acción de los ciudadanos en los asuntos de interés común.

La importancia que históricamente adquirió el espacio público, sobre todo del siglo xviii al xx, constituyó el punto de arranque en la nueva dimensión de la distribución de los roles sociales, así como de los capitales simbólicos que cada quien desempeñaba en los nuevos estilos de participación ciudadana. En función de la organización y la intervención de los ciudadanos en los asuntos de la administración del Estado, poco a poco la publicidad y

la necesidad de comunicación pública fueron emergiendo como necesidades fundamentales de estructuración y articulación de la sociedad (Habermas 1982).

La notoriedad y la visibilidad social comenzaron a cobrar relevancia y para lograr tales efectos, los medios desempeñaron un papel clave al establecer formas de coparticipación entre el poder público, los ciudadanos y la política como espacio de manifestación pública. En tal sentido, François Demers señala que "la comunicación política tal como las otras formas de comunicación especializada, debió someterse a las prácticas mediáticas en la medida en que poco a poco se vio forzada de pasar a través de ellas" (1995: 215). John B. Thompson abunda al respecto:

Hoy en día la esmerada presentación del yo ante los otros,



Valerie Galloway/*Del deseo y la soledad*

distancia cuya lealtad debe ser constantemente renovada y soporte que en determinados momentos se vuelve imprescindible, no es tanto una opción como un *imperativo* para los actuales líderes políticos, o aspirantes y sus partidos. En las condiciones sociales y políticas de finales del siglo XX, los políticos de las sociedades liberal-demócratas no tienen otra alternativa que la de someterse a la ley de la visibilidad compulsiva (1998: 184).

La comunicación de los intereses de la comunidad se ha convertido en un elemento trascendental en la medida en que el electorado se ve adecuada o equivocadamente representado. De esta forma, la representación política (pública) del electorado se convierte en un punto crucial, es decir, el público (representado) se expresa en función del conocimiento que éste tiene de las acciones que sus representantes políticos determinan.

El conocimiento de lo que se realiza en la esfera de lo político, de lo común, adquiere el rango de público. Desde esta perspectiva, Daniel Cornu sostiene que "en el espíritu del modelo liberal, en efecto, los ciudadanos tienen la obligación de controlar a la autoridad política, en el marco de la esfera pública" (1994: 233).

Un aspecto relevante es la función de la comunicación y, en este caso, periodística, como un elemento que va a dar una cierta cohesión en el proceso del desarrollo en la medida en que los actos públicos deben y trascienden el ámbito de los individuos particulares (los políticos) y que el impacto de las acciones daña o beneficia a la sociedad (público).

Un elemento clave de integración de la visión política de las cosas proviene del concentrado informativo que los órganos de prensa proveen, lo que genera una relación paradójica. La mediación de la pren-

sa constituye un punto esencial de acercamiento, masivo, de la publicidad que tienen los actos públicos del ámbito político.

En ese sentido opera la tesis de Bernard Miège:

Los lectores, que son ciudadanos, quedan mantenidos a distancia de los aparatos políticos e informativos, aunque se benefician diariamente con un mínimo de elementos de conocimiento que requieren el mantenimiento de un sistema de representación, y asimismo con la participación en las cuestiones del país, aunque dicha participación sea mediatizada o simplemente simbólica (1998: 48).

Dos aspectos quedan evidenciados en este proceso de integración de la comunicación pública: la visibilidad (Thompson) y la información, es decir, la comunicación pública (Demers).

En el mecanismo que se ha operado para asegurar la transmisión de la posición que los diversos actores tienen en las cuestiones *públicas*, la distribución de la información ha tenido una función de prerrogativa y de derecho en cuanto a la coparticipación de los asuntos de Estado, que son sociales y en los que hay intercambios simbólicos de acciones que deberían tender a un mejor desenvolvimiento social. La rapidez de la información ha sido importante en su papel de banda de transmisión de los conocimientos generados en torno de los asuntos de interés público.

Con el progreso de las nuevas tecnologías de comunicación, medios de comunicación no electrónicos, como la prensa escrita, fueron ganando terreno en los mercados informativos y en las condiciones de desarrollo tecnológico. La prensa siguió siendo fundamental en el campo político; sin embargo, a finales del siglo XX la presencia de la televisión comenzó a marcar nuevas

pautas de comportamiento en la transmisión de la información de carácter general (Thompson 1998: 184)

#### LA CONSOLIDACIÓN DEL ÁMBITO DE TRABAJO DE LA PRENSA

Una notoria combinación ocurrió con la relación entre los grandes empresarios de la información y las nuevas prácticas profesionales informativas. La actividad de la prensa escrita se especializó y comenzó a destacar los comentarios de profundidad de las grandes y mejores plumas sociales.

En el caso mexicano, durante la segunda mitad del siglo XX un actor se integró a los espacios periodísticos: "el académico o intelectual", quien participaría en las discusiones sociales como analista privilegiado. Espacios compartidos y conocimientos legitimados en su carácter informativo. La distinción entre el artículo periodístico y el de profundidad o ensayo académico comenzó a tener una cierta importancia que después se diluyó conforme la participación de académicos convertidos en periodistas se desarrolló en el foro de la prensa como una privilegiada forma de comunicación.

El punto de interrelación entre intelectuales o académicos y periodismo es un tema interesante por las profundas relaciones que se manifiestan entre ambos actores al compartir campos de análisis social de coyuntura.

En los puntos de intersección entre el campo académico y el periodístico en lo que se refiere al dominio de análisis, hay posiciones que evidencian, fundamentalmente, lo complementario que pueden ser ambos aspectos. Sobre este asunto, el antropólogo Roger Bartra opina:

La ciencia no se escapa de las determinaciones culturales de una época y de un país, sin que por eso pierda el estatuto científico [...] Yo creo que a lo que hay que prestar atención es a este sistema informativo [...] ver si hay deformación por intereses o si hay objetividad, en la medida de lo posible. Al mismo tiempo, hay que ver que sus características orgánicas provienen de un sistema cultural y ese sistema cultural hay que explicarlo históricamente en el caso mexicano, pues es el sistema *revolucionario institucional* (entrevista 1995).

La organización de un conocimiento metodológicamente constituido y validado, de acuerdo con los cánones de la academia, adquiere un rango de rigidez para ser reconocido en el medio como un instrumento de saber legítimo o, en todo caso, acreditado por los cuerpos de intelectuales. Sin embargo, las características de la constitución del conocimiento científico pasan una serie de circunstancias que se parecen, en gran medida, a las de la evolución de la prensa.

El sistema de intersecciones entre el Estado, con su omnipresencia y la sociedad civil, ha permeado una enorme cantidad de prácticas que se reflejan en la visión del mundo. En estas condiciones, la búsqueda de la objetividad es un elemento compartido en el ámbito académico y en el periodístico.

Víctor Manuel Durand, investigador y politólogo de la UNAM, nos dice:

A veces abusamos de la palabra "científico". Yo *no creo que exista una forma científica de hacer periodismo*. Yo creo que es una forma donde hay mucho más el lado de la comprensión, de la interpretación libre de los hechos a través de ciertas capacidades desarrolladas en la profesión (entrevista 1995).

De acuerdo con la posición de Durand respecto a la cientificidad del procesamiento informativo, no existen consensos claros en la forma de calificar esta fuente de conocimiento. Sergio de la Peña, destacado economista mexicano, señala:

A la noticia, yo le atribuyo dos niveles en el valor científico y académico. Uno es el dato que se traduce en la síntesis, es decir, la transmisión de una síntesis o de una información que sea en el orden de la difusión de datos. En ese sentido, es extremadamente importante porque muy frecuentemente es el dato con el cual se maneja un tema y ya no se profundiza más y ése es suficiente para cierto tipo de notas. En otro sentido, (la noticia) también es la vía para saber que existe ese tipo de información y entonces, uno como académico puede profundizar yendo a las fuentes.

Así, [la información noticiosa] tiene este primer nivel más de difusión que yo encuentro de enorme importancia, pero también, a condición de que tenga las referencias básicas que permita tener confianza para usarla (entrevista 1995).

La dimensión que se subraya del valor informativo trasciende en la articulación de la construcción académica o científica del conocimiento; si bien no se reconoce un estatuto cognoscitivo del conocimiento noticioso como un mecanismo de información concertado metodológicamente, sí hay una asimilación generalizada de él como una manera de acceder a sistemas de conocimientos más elaborados.

A partir de los bloques de los años 1968/1985/1988, las condiciones estructurales del país conocieron modificaciones de actitud en

distintos planos que establecieron las relaciones en la sociedad de una manera diferente. La masacre de Tlatelolco, primer impacto directo sobre las clases medias mexicanas; el sismo de septiembre que destruyó importantes sectores de la ciudad más poblada del mundo y trajo como consecuencia sistemas de organización civil y social que dejaban al margen la presencia del Estado; y las controvertidas elecciones de 1988, con un resultado de falta de credibilidad de los ámbitos de opinión más significativos del país y una extensa sombra de duda en el panorama político mexicano de la época. Estas situaciones se constituyen en puntos obligados de análisis sobre el Estado mexicano contemporáneo.

El crecimiento y desarrollo de las clases medias y la acelerada propensión a la urbanización de los principales centros de decisión del país, no podían estar ajenos a los mecanismos de democratización generados en diferentes partes del mundo. El desarrollo y la incorporación de las nuevas tecnologías a la vida cotidiana comenzaron a hacer eco de los cambios que se experimentaban en el país.

La reorganización de la vida civil, como entidad definida con capacidad autogestiva sin la presencia paternalista del Estado, transformó el desarrollo de la sociedad.

En materia de medios informativos, los diarios *Unomásuno* y *La Jornada*, junto con la revista *Proceso*, marcaron una pauta distinta en ciertos estilos de comunicar. Ello generó la necesidad de articular los discursos informativos con base en ejes que no en todos los casos eran garantizados por los propios periodistas. Existen varias razones por las cuales los espacios son compartidos. Una de ellas la señala uno de los jefes de información del diario *Reforma*, "la intelectualidad carece de

medios institucionales para difundir propuestas" (entrevista 1996).

A pesar de que el mecanismo de difusión científica en México (que requiere un análisis particular) es deficiente, no se puede soslayar que la colaboración de los intelectuales ha sido constante en los principales periódicos del país. Sin embargo, un elemento queda manifiesto a través de acontecimientos no ligados directamente a los temas noticiosos.

Con la ciudadanización de los procesos electorales en México, fundamentalmente a partir de 1994, los órganos encargados de la gestión de dichos procesos eran y son universitarios. Investigadores de las más altas calificaciones en el campo académico se hicieron cargo de la gran mayoría de institutos de regulación de los procesos electorales que, al final, dieron lugar a la creación del Instituto Federal Electoral (IFE).

La anterior circunstancia pone de manifiesto un hecho, resaltado por el jefe de información del diario *Reforma*: "Los académicos universitarios van a hacer política [...] las elecciones de México van a ser reglamentadas por universitarios, [es decir] que la sociedad no tiene figuras políticas confiables en el sentido de que sean neutras y capaces de organizar y procesar la información" (entrevista 1996).

Dos aspectos marcan una tendencia, que podríamos considerar reciente en el campo de la producción académica universitaria: la rapidez de la publicación y la rentabilidad financiera.

En México, de los años cincuenta al inicio de los ochenta, la prensa era vista "como un instrumento del poder político", en el que se advertían pocos espacios "institucionalizados" donde pudiera ejercer una actitud crítica de observador general de los procesos de desarrollo social. Durante ese período, la prensa no representaba una oportunidad atractiva para el ejerci-

cio crítico del académico, porque "se destaca por corrupta, por insulsa" (Meyer, entrevista 1995). Sin embargo, en la ciudad de México el crecimiento de la clase universitaria y el desarrollo de los intelectuales comenzaron a encontrar espacios muy reducidos de participación en la discusión académica. Estudiosos adscritos al Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM opinan que es

más sencillo y más redituable en términos de prestigio, de presencia, de encontrar interlocutores y que lo que los investigadores producen sirve para algo. Así, tiene más sentido publicar en el periódico porque el artículo de hoy aparece mañana, aunque sea muy precario y de esta manera, pueda ser bueno. En el resultado de la coyuntura, tiene una utilidad práctica, y no el libro que entrego hoy a la editorial y quizá salga hasta dentro de tres o cuatro años (Trejo Delarbre, entrevista 1995).

Se puede considerar, como lo dice Lorenzo Meyer, que "el debate intelectual de México se dé en la prensa más que en las revistas" (entrevista 1995), circunstancia que pone en una situación de valoración diferente al periodismo en su conjunto.

A pesar de todo, el espacio al cual han recurrido los académicos con asiduidad lo han ofrecido los medios. Una de las jefas informativas de *Excelsior* admite que "el primer paso siempre lo han dado los diarios, que han invitado a los intelectuales y estudiosos, mismos que siempre han tenido el problema de que no saben escribir ameno" (entrevista 1996).

Así, se logró incrementar uno de los aspectos primordiales para los periódicos en su carácter de obser-

vatorios sociales: el desarrollo adecuado de ciertos temas en la prensa escrita, combinados con las propias informaciones de los periódicos y el medio informativo general que representaban la televisión y la radio.

Éstas han sido tendencias fuertemente impulsadas en los países de organización occidental. Está claro que en algunos lugares las tradiciones de organización del trabajo periodístico han marcado acentos en asuntos particulares del contexto sociopolítico. Sin embargo, las tendencias se han mantenido. Según Rémy Rieffel, "ciertamente, el incremento de editorialistas o columnistas, si aparece realmente sensible en esta época, no es una novedad en sí [...] el periodista francés siempre ha sido más un periodista de expresión que un periodista de observación" (1984: 31).

Por último, el objetivo que se buscaba al establecer en el periódico el equilibrio justo entre los comentarios y la descripción, tuvo que ver con el propósito de lograr confianza y credibilidad, indispensables para colocar las bases con las que la empresa periodística funcionará.

Por esa razón, encontramos la necesidad creciente de tener sustentos claros para el desarrollo de las organizaciones informativas, tendencia que va aumentando en la misma medida que las condiciones de competencia entre los diferentes medios. A pesar de que se impone el requisito de un corpus de conocimiento elemental de los valores que rigen la empresa, las condiciones verdaderas para alcanzar su adecuada socialización no se instauran de una manera clara debido a las reticencias de los órganos informativos de no hacer públicas sus plataformas ideológicas y organizacionales de funcionamiento.

## LA PRENSA MEXICANA DE LOS AÑOS OCHENTA A LOS NOVENTA

En México se advierte una falta de sistematización de los temas referentes a la organización de los cuerpos de valores sobre los que debe reposar el ejercicio informativo, y se refleja una indefinición en la que hay diferentes posiciones. Sobre este asunto, Ernesto Villanueva sostiene:

El problema en México es de fondo: se carecen de parámetros de referencia para saber con cierto grado de precisión qué es ético y qué no lo es en la programación de la radio y la televisión. A diferencia de lo que sucede en la prensa escrita, los medios electrónicos no sólo producen información de interés público; entretienen y educan también. La responsabilidad social es mayor, pero la respuesta frecuentemente no es proporcional a la requerida por la sociedad para lograr una calidad de vida mediática. En la prensa escrita mexicana *empiezan* a germinar proyectos para imprimirle eticidad a los contenidos informativos (2000: 9).

Un aspecto que, en todo caso, queda manifiesto y explica la falta de claridad en cuanto a la propia definición del medio, es que en pocos casos quedan claros los intereses y lo que la empresa representa. Existe un gran vacío en cuanto a una descripción que dé detalles sobre la visión de lo que la empresa es para los propios agremiados, es decir, de los valores constituyentes del medio, así como de los principios elementales sobre los que funciona.

Esta observación se deriva del hecho de que un elemento trascendental, como lo es el código ético, no queda especificado, al menos de los años ochenta a los noventa.

Hay razones históricas que se deben considerar cuando se analiza el problema de las indefiniciones. En México, la regulación de las empresas periodísticas corresponde

a la Secretaría de Gobernación, es decir, una dependencia de carácter político y no educativa, como podría ser la Secretaría de Educación. La ley que establece esta regulación es el Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas (Villanueva 1998: 119). Las empresas que tienen la necesidad de establecerse como una estructura verdaderamente autónoma enfrentan riesgos como el de estar regidos por una norma muy antigua y poco acorde con los mecanismos de organización del mundo empresarial informativo contemporáneo.

Sin duda, la relación entre prensa y Estado ha estado marcada por una relación de estímulos, recompensas y sanciones a través de uno de los medios más eficaces y en algunos casos de control sobre la prensa: la participación financiera en el campo publicitario de los espacios consagrados para estos fines en la prensa. A través de un decreto emitido en 1992, a saber, los

Lineamientos para la Aplicación de Recursos Federales Destinados a la Publicidad y Difusión, y en General a las Actividades de Comunicación Social, se definieron con mayor claridad los mecanismos de relación, con frecuencia oscura, entre el gobierno y la prensa escrita.

Esta regulación pone en evidencia el tipo de vínculos desarrollados entre los órganos gubernamentales y los medios durante la fase de articulación del periodismo contemporáneo mexicano (Rodríguez-Castañeda 1993), que a partir de 1992 comenzó a sistematizarse. Es decir, lo que generó aquella fueron las conductas que pudieron observarse entre medios y gobierno que no estaban precisadas y que ahora quedaban tipificadas como infracciones.

Es pertinente subrayar el carácter en extremo reciente de este reglamento en cuanto al tiempo en que la prensa contemporánea mexicana se ha erigido como institución



Valerie Galloway/*Del deseo y la soledad*



social. La respuesta que se dio durante el sexenio del presidente Salinas (1988-1994) a la relación entre el Estado y la prensa en la antesala de la globalización en materia comercial, obligaba a tomar posición con base en una reglamentación que ha sido poco utilizada, pero de influencia en el escenario político internacional.

Algunos aspectos que, a manera de ejemplo, se destacan en la ley son los siguientes:

- a) No subsidiar los pagos de gastos generados por los reporteros; esta responsabilidad se asigna a los medios.
- b) No realizar los pagos de viáticos de reporteros (Villanueva 1998: 123).

Si bien se trató de mantener un nexo saludable entre reporteros y fuentes políticas, lo que se manifiesta es un vínculo muy estrecho en el que las ventajas de la empresa periodística eran sufragadas con el erario: relación de gratificación y recompensa.

Así pues, la presencia del Estado a través de mecanismos de administración de los permisos para el desarrollo de la actividad informativa, es un elemento omnipresente que marca posiciones y actitudes que desembocan en una extraordinaria indefinición administrativa-legal.

En tales condiciones, el proceso de asimilación axiológico y los sistemas generales de la organización reposan en valores aprehendidos en la evolución del reportero en el medio.

#### EL CONOCIMIENTO DEL CUERPO DE VALORES DEL MEDIO

En muchos órganos de prensa, el único instrumento con el que se puede contar para conocer la plataforma ideológica, los mecanismos de organización y los elementos articuladores como agrupación profesional y empresa informativa

son los "manuales de estilo". En la actualidad, y debido a las modificaciones de actitud política ciudadana, algunos medios ponen a disposición de los lectores sus códigos deontológicos, aunque sigue reinando un desconocimiento en general.

Existe la presunción de que a fuerza de la costumbre, del trabajo, del ensayo y del error en el ejercicio de la profesión, se lograrán comprender los principios básicos de la empresa sin necesidad de tener un documento que explique los términos organizacionales sobre los que se basa.

Sobre este aspecto también hay que señalar que los periodistas se constituyen en una suerte de cofradía, o en una organización de naturaleza particular con lo que, más que hablar de condiciones de integración empresarial, parece haber una suerte de iniciación. Como resultado se tiene un vacío informativo relativo a la formación del periodista en su medio, que se suple con la suposición de que el gremio comprenderá, únicamente con el proceso del trabajo diario, el corpus axiológico del medio.

En algunos casos se ha llegado a identificar la profesionalización del periodismo con la incorporación de los procesos académicos en ese campo. Si bien, una instrucción universitaria ofrece certificaciones y calificaciones para una comprensión integral científica en la interpretación de los acontecimientos sociales, en las que se requieren las acreditaciones de los cuerpos académicos, el problema de la articulación del conocimiento de los factores que integran los cuerpos normativos y deontológicos de los medios no queda claro. El periodista Guillermo García nos dice: "El ser periodista es su deontología; la construcción de sus valores éticos; su moralidad y compromiso social. La reflexión académica contribuye a la concientización de la responsabi-

dad social en el ejercicio de informar con veracidad" (1997: 80).

El signo de identificación del periodista con un marco deontológico que parece sobreentendido por él mismo, sin un punto de referencia más o menos preciso que sirva de guía epistemológica para el sustento de su actividad profesional, no parecen muy explícitos, ya que no existen instituciones que puedan, como el caso francés (el Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes, CFPJ), fungir como entidades generadoras de teoría y elementos prácticos que sirvan a los comunicadores.

Francis Balle muestra una serie de dificultades de conjunción de los intereses en el funcionamiento de las organizaciones informativas. Deja de manifiesto:

El periodista se encuentra comprometido por el mandato que tiene de sus lectores en las negociaciones permanentes con aquellos que hacen la actualidad, cualquiera que ésta sea, bajo la vigilancia y con la eventual participación de los expertos [...] el periodista se encuentra igualmente comprometido en otras negociaciones, indiferentes a los lectores [...] con sus colegas, por una parte, con sus superiores, por la otra. Condenado a convertir en suyos los objetivos del diario y de los cuales los órganos superiores del diario pretenden ser los intérpretes. El periodista también debe, de la misma manera, someterse a las reglas admitidas por sus pares (1987: 41,42).

La demarcación de las fronteras de acción en el ejercicio periodístico constituye un problema en la medida en que sólo a partir de la experiencia directa de trabajo, el periodista se podrá familiarizar con las definiciones básicas del cuerpo de valores, parte de la plataforma ideológica del medio, que se traducirá en



el modo en que desarrolle su trabajo informativo. Poco a poco, el periodista adquiere las competencias que le permitirán asimilar de una manera clara, pero sin definición que le anteceda, los valores con los cuales, por ejemplo, una noticia deberá entenderse y, posteriormente, la forma en que ha de transmitirse.

La falta de elementos para ubicar con precisión la axiología del periódico dará por resultado una cierta costumbre de "sobreenender" lo que los demás realizan y valorar en función de lo que entienden, en la espiral del silencio de las mencionadas reglas admitidas por sus pares.

Sobre este aspecto se trabajó con varios jefes de redacción de los diarios más importantes de México, y en particular de la ciudad de México. Comenzamos por un somero análisis de la forma en que cada uno, desde la perspectiva propia del medio para el que trabajaba, definía su visión de qué es una noticia.

Las consecuencias de esta pregunta, como lo veremos más adelante, son altamente significativas, ya que a partir del trabajo de los periodistas se va moldeando una realidad que no queda de manera rigurosa en el dominio informativo, sino que éste se constituye en una fuente privilegiada para la reconstrucción de la concepción de la realidad, con base en la percepción que los cotidianos ofrecen. Así pues, una de las ventanas fundamentales para la comprensión del mundo definitivamente la marcan los diarios.

La agenda del día, en una buena y muy considerable parte de la sociedad, está muy impregnada de la concepción de la agenda del periodismo. Al respecto, Daniel Cornu sostiene que el poder de los medios de información se define con mayor precisión con la teoría del *agenda setting*, que reproduce de manera social las intenciones de organización del conocimiento de acuerdo

con los intereses de los medios que los socializan y tamizan. Señala también:

La *agenda setting*, al mismo tiempo que constituye el verdadero poder de los medios, ejerce una *síntesis mediática de la verdad*, tan violenta y falsa como lo puede ser una síntesis clerical o política. La *agenda setting* deja pensar, implícitamente, o incluso explícitamente, que el presente del mundo es aquel que los medios describen en tanto que la verdad del mundo no cesa de estar lejos y de la cual, en los medios, no se describe sino una parte (1994: 367, 368).

La organización de la visión del mundo según los parámetros que ofrecen las ventanas informativas, facilita el desarrollo de un mecanismo de aprehensión de la realidad, construida con esta información. El problema de esta dimensión es asumir como verdad las simplificaciones o las síntesis que los medios ofrecen, como si ellas en sí mismas fuesen suficientes para explicar la o las dimensiones posibles de los problemas que se describen. Aquí la controversia del conocimiento, para el caso mexicano, entra en cuestión: con base en los bajos índices de lectura, la actividad de informarse a través de la prensa escrita queda, muchas veces, como la única fuente de conocimientos para una parte importante de la población mexicana, a saber, la que tiene por costumbre leer.

No se trata de un problema menor, sino de uno que adquiere una dimensión considerable al reducirse los procesos de interpretación y valoración del mundo a una fuente que no goza de mucha confianza y que, al mismo tiempo, constituye una fuente de información que está a la mano de la población mexicana. El equipo de trabajo de Jorge González, investigador mexicano

que ha dedicado tiempo a la investigación sobre la configuración cultural de México, encontró datos muy significativos en relación con lo que podríamos considerar parte de los hábitos de información de los mexicanos: "Un poco más de la mitad de la población mayor de 15 años nunca ha estado en un museo, el 60% nunca ha visitado una biblioteca" (González y Chávez 1996: 45).

Es de tomar en cuenta las consecuencias que socialmente adquiere la información transmitida por la prensa escrita cuando observamos que casi dos tercios de la población mayor de quince años no ha tenido la experiencia de trabajar o acudir a una biblioteca, es decir, que no hay recurrencia a las fuentes escritas para la comprensión de la realidad.

Los estudios de recepción constituyen una veta por explotar en lo que concierne a la prensa escrita. En los trabajos de González (1996) se observa una actitud recurrente, en la que dos tercios de la población manejan una situación casi similar entre los que leen el periódico todos los días y los que nunca lo hacen. El hecho de que once por ciento de las personas con escolaridad de licenciatura o más no lea jamás los periódicos, evidencia que un buen número de personas de la clase ilustrada del país no quiere o no tiene acceso a la información contenida en la prensa.

Las cifras aumentan en la medida en que disminuye la condición educativa. En tal sentido, once por ciento de la élite que toma decisiones, al menos por su inserción en el campo profesional de acuerdo con su preparación, está fuera de los contenidos que transmiten los periódicos.

Salta a la vista que la televisión está casi omnipresente en las cos-

## Exposición a los medios

	Sí %	No %	Total	Proyección
Escuchan la radio*	91.0	9.0	3 331	27 919
Ven la televisión*	91.5	8.5	3 331	27 919
Inscritos a los videoclubes**	49.1	50.9	3 331	8 621

\* Total de personas

\*\* Total de hogares

Fuente: González y Chávez 1996: 113.

tumbres de la población mexicana; en cambio, la prensa escrita es un medio más bien marginal.

La prensa mexicana, como forma de construcción social de la realidad, es un campo que no ha sido suficientemente estudiado, en cuanto a sus implicaciones entre el segmento de la población que podríamos considerar ilustrado. A pesar de los progresos tecnológicos y la cercanía de las políticas de apertura que dejan de lado las antiguas medidas proteccionistas del país, el avance ha dejado lugar al desarrollo del sector manufacturero como única salida a los problemas económicos del país. Lo anterior ha repercutido en una mayor masa crítica que use, como parte de sus hábitos, la prensa para informarse, sobre todo cuando consideramos que el promedio de escolaridad media en México pasó de 6.5 años, en 1990, a 7.7, en 2000 (estadísticas INEGI 2001).

### CONCLUSIONES

El espacio de influencia de la prensa en México es sumamente amplio y complejo, ya que abarca diferentes ámbitos sociales. Este medio constituye una herramienta utilizada por un buen número de mexicanos como única fuente de información.

A pesar de que la influencia es definitiva en campos muy diversos, que van desde personas con niveles

de instrucción muy bajos hasta los académicos, que constituyen la élite del pensamiento en México, hay elementos que parecen paradójicos en la medida en que el análisis de los tirajes son muy precarios si los comparamos con el total de la población de México.

Los diarios con mayor circulación a escala nacional no tienen los niveles deseables de ejemplares publicados; sin embargo, su ámbito de influencia es incuestionable. La información periodística y la de coyuntura política no interesan sino a un sector que demanda la información como factor indispensable en la toma de decisiones.

Durante los últimos veinte años, la prensa escrita de mayor circulación nacional no ha tenido ningún crecimiento significativo (Zacarias 2002). La cuota diaria de tirada de los trece principales periódicos nacionales no rebasó, durante el periodo citado, los dos millones de ejemplares diarios, en tanto que el crecimiento demográfico mantuvo su ritmo, y pasó de noventa millones a casi cien millones de habitantes.

La relación entre los diarios nacionales y, por consecuencia, los más influyentes en la dimensión política del país son en extremo precarios. La televisión y, en particular, la radio tienen una cobertura mucho más extensa; sin embargo, la profundidad de análisis y las discusiones contenidas en los diarios son

cualitativamente diferentes de los medios electrónicos, que se dirigen a sectores que toman decisiones estratégicas en el país.

En términos cualitativos, la influencia de los periódicos llega a un público que está muy determinado, de tal forma que el crecimiento de las clases medias y su inserción en el campo de las decisiones del país ha sido muy importante.

La influencia que tiene la prensa escrita se sitúa, lo podemos constatar, no en términos de masa, sino de los grupos de decisión del país que han comenzado a tener un aumento relativo, pero sustancial respecto a como estaba constituido el país hace cincuenta años.

El tránsito de la academia hacia el periodismo ha dado como resultado la implantación de mecanismos de control de calidad en las empresas periodísticas, a la vez que las universidades han intentado establecer los propios para la profesionalización de sus actividades de investigación en diferentes campos. Ello ha originado la formación de grupos de académicos interesados en el contexto donde el conocimiento se genera. La necesidad de comunicar y estar informado se ha convertido en una práctica relativamente corriente en este sector de la población, que sigue siendo enormemente minoritario.

Aquí radica el problema de las influencias discursivas en las que, sin la mediación metodológica correspondiente, van surgiendo discursos que se legitiman recíprocamente sin una adecuada perspectiva de los valores que se aplican a la hora de legitimar los mecanismos de conocimiento.

Hemos observado una significativa relación entre la academia y el periodismo. Hace falta, en trabajos posteriores, encontrar la relación con la sociedad entre ambas instancias en este proceso de construcción de la realidad, comentada a partir de las prácticas periodísticas, y entrar

en el siguiente campo: el de los estudios de recepción.

En el escenario mexicano, la información periodística se convierte en una forma de conocimiento que influencia en gran medida la construcción social de la realidad.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBERT, Pierre (1968/1991) *La presse*. París: Presses Universitaires de France, col Que sais-je?, núm. 414.
- BALLE, Francis (1987) *Et si la presse n'existait pas...* París: Ed. JCLattès.
- (1990) *Médias et société*. París: Montchrestien.
- BOURDIEU, Pierre (1999) *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba.
- CORNU, Daniel (1994) *Journalisme et vérité*. Genève: Labor et Fides.
- HABERMAS, Jürgen (1981) *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili/MassMedia.
- DEMERS, François (1995) "De certains 'raccourcis' mass-médiatiques comme 'arguments' politiques", *Hermès*, núm. 16, París, Éditions CNRS.
- GARCÍA ESPINOZA DE LOS MONTEROS, Guillermo (1997) "Metodología periodística: argumentación", en Rogelio Hernández (comp.), *Para conocer a los periodistas*. México: Ediciones Unios.
- GONZÁLEZ, Jorge A. y Ma. Guadalupe Chávez (1996) *La cultura en México*, tomo I: *Cifras clave*. Colima: Universidad de Colima.
- MIÈGE, Bernard (1998) "El espacio público: más allá de la esfera política", en *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa.
- RIEFFEL, Rémy (1984) *L'élite des journalistes*. París: Presses Universitaires de France.
- RODRÍGUEZ CASTAÑEDA, Rafael (1993) *Prensa vendida*. México: Grijalbo.
- THOMPSON, John B. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, col. Teoría, núm. 101.
- TREJO DELARBRE, Raúl (1998) *Volver a los medios: de la crítica a la ética*. México: Cal y Arena.
- VILLANUEVA, Ernesto (1998) *Régimen jurídico de las libertades de expresión e información en México*. México: UNAM.
- (2000) *Ética de la radio y la televisión: reglas para una calidad de vida mediática*. México: UNAM.
- ZACARÍAS CASTILLO, Armando (2002) *El panorama del mundo editorial en el sector universitario*, Colección de Babel de la Revista Universidad de Guadalajara, núm. 22.

#### Sitios web consultados

INEGI: [http://www.inegi.gob.mx/estadistica/espanol/sociodem/educacion/edu\\_02.html](http://www.inegi.gob.mx/estadistica/espanol/sociodem/educacion/edu_02.html)

ANUIES: <http://www.anui.es.mx/>

#### Fuentes de tirajes

Directorios MPM Publicitarios/Medios Impresos.

El Libro en América Latina y el Caribe/Unesco-CERLALC núm. 86 1998.

#### Periódicos y revistas

*Excelsior*

*La Jornada*

*Proceso*

*Reforma*

#### Investigadores entrevistados

Álvaro Matute, Instituto de Investigaciones Históricas de la UNAM; miembro del SNI.

Víctor Manuel Durand, Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM; miembro del SNI.

Roger Bartra, Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM; miembro del SNI.

Sergio de la Peña, Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM; miembro del SNI.

Raúl Trejo Delarbre, Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM; miembro del SNI.

Lorenzo Meyer, El Colegio de México, Departamento de Estudios Internacionales; miembro del SNI.

## Valerie Galloway Del deseo y la soledad



Fotógrafa residente en Nueva York, estudió fotografía en la Universidad de Arizona. Su primera muestra fue en 1992 y tuvo como marco el Center for Creative Photography de Benefit, Tucson. Ha expuesto en la sala Elizabeth Cherry Contemporary Art de Tucson, la Vibrant Gallery Functional Art Show de Nueva York o la

galería Klaus Frieese de Múnich, y otras más.

Entre los premios que posee se encuentra el cuarto lugar en el certamen American Photo de 1994 y la mención de honor del Alligator Jupiter Photo Competition.

Su obra ha aparecido también en publicaciones como *MetroSource* (2000), *Arizona Daily Star*, *Not Only Black and White* (Australia, 1998) o *Skin Two* (Londres, 1998) y ha servido para ilustrar diversas portadas de libros, postales y álbumes.

[www.la-fotografia.com](http://www.la-fotografia.com)