

RAÚL TREJO DELARBRE



Volver a los medios

De la crítica a la ética



ediciones
cal y arena

Raúl Trejo Delarbre

Volver a los medios

De la crítica a la ética



Los libros de la Condesa



cal y arena

Indice

Primera edición: Cal y arena, febrero, 1997

Segunda edición: Cal y arena, junio, 1998

Ilustración de la portada: Henrik Drescher/Jonathan Rosen
Fotografía del autor: Alejandro Gamboa/Líderes mexicanos
Maqueta de colección: José Gómez de León

© 1997, Raúl Trejo Delarbre

© 1997, Aguilar, León y Cal Editores, S. A. de C.V.
Mazatlán 119, Col. Condesa, Delegación Cuauhtémoc
06140, México, D.F.

ISBN: 968-493-304-5

Reservados todos los derechos. El contenido de este libro no podrá ser reproducido total ni parcialmente, ni almacenarse en sistemas de reproducción, ni transmitirse por medio alguno sin el permiso previo, por escrito, de los editores.

IMPRESO EN MEXICO

Presentación 15

I. VOLVER A LOS MEDIOS. IMÁGENES, INSIDIAS Y EQUIVOCOS EN LA COMUNICACIÓN CONTEMPORÁNEA	21
1. Cálidos y fríos en la aldea global	25
2. Confusión no es comunicación	29
3. Los medios son el espejo del drama	31
4. En México, caudillismo y amarillismo. Salinas, hechura y víctima de los medios	34
Prensa que acusa para deslindarse	41
5. Mucho ruido y pocos hechos. McLuhan y el subcomandante Marcos	49
Riesgos de un liderazgo autoritario	54
6. Distorsiones de la realidad. Rumores, errores y calumnias	62
Rumora, que algo queda	63
Especulación informativa y financiera	70

Yerros, ligerezas, zancadillas.....	77
Calumnias. Falsedades intencionales.....	81
Tecnología, recurso y coartada.....	98
7. Filtraciones. Cuando la prensa no sabe a quién le hace el juego.....	104
Un escarceo muy publicitado.....	113
La carta Zedillo-Colosio. ¿Pública o pri- vada?.....	120
Filtraciones extranjeras. También la NBC.....	138
De las habladurías, a las inculpaciones.....	141
Sofisticadas intrigas. Rumores en Skytel.....	150
8. Periodistas y políticos.....	152
Castillo Peraza. Un caso heterodoxo y ris- pido.....	155
9. Periodistas, policías y jueces: alianza in- deseable.....	164
La fascinación mediática de Mario Ruiz Massieu.....	168
Gusto por lo espectacular y venganza so- cial.....	175
10. Chismes y no hechos. De las columnas, a las primeras planas.....	179
Listas "negras": telefonazos y periodi- cazos.....	185
Simpatías políticas y "periodismo de guardia".....	193
11. Precisamente, <i>medios</i>	199
II. PRENSA Y GOBIERNO: LAS RELACIONES PERVERSAS.....	205
1. La prensa. Muchos diarios, mismas noti- cias, pocos lectores.....	209
El D.F., metrópoli con 450 mil ejemplares diarios.....	210

Circunstancia y signos de algunos dia- rios.....	212
Empresarios convertidos en editores.....	216
¿Por qué hay tantos diarios en México?.....	225
2. La radio. Despertar politizado, o pesadi- lla matutina en el D. F.....	231
Variedad de estilos e interacciones con la TV.....	235
3. La televisión. Sobresale Televisa, pero ya no está sola.....	238
El dueño de la nueva opción: "México no piensa".....	239
Televisa, aún cinco o seis de cada diez espectadores.....	244
4. El gobierno y las normas. Lenta ruta de cambios y ajustes.....	245
5. Nuevos rasgos. Mercado incipiente, socie- dad trastornada.....	248
6. Medios: espacios democráticos y propaga- dores de confusiones.....	252
III. DE LA CRÍTICA A LA ÉTICA. EL NUEVO CONTRATO PÚBLICO.....	257
Complacencia con ellos mismos.....	260
1. Moralidad, sentido común y el Código de la onu de 1952.....	263
Prensa de gerentes y prensa de perio- distas.....	267
2. Privacidad. El lindero entre la indiscreción y la información.....	271
La experiencia británica y los informes <i>Calcutt</i>	275
Italia, efectismo e intimidad.....	278

3. Del sensacionalismo al sentimentalismo.	
Penalizar o educar contra las calumnias	281
Vacíos legales. La "sanción del locutor"	284
4. Autorregulación	287
Códigos estadounidenses, dureza y displi-	
cencia	289
El Estatuto de Redacción de <i>El País</i>	293
El Código de Prensa en Cataluña	298
El Código alemán y la Carta de Deberes	
italiana	303
El <i>ombudsman</i> . Una figura que gana pre-	
sencia	306
5. ¿Qué informar?	309
Periodismo "atrapador" y curiosidad del	
público	314
6. Cuando la información utiliza a la ética	323
7. México: derecho a la información y dere-	
cho a los compromisos	328
8. Una ética para la crítica. Primeros inten-	
tos en México	333
<i>El Economista</i> , pionero en regulación	
ética	336
Un <i>ombudsman</i> , un código y un debate	
inacabado	342
9. Derechos de los públicos. Asumirse como	
consumidores	349
Sociedad desigual; aprehender a los	
medios	352
10. Hacia un contrato público	358
11. Un Código de Ética para los medios	
mexicanos	366
Declaraciones generales	366
Fines de la comunicación	367
Objetividad, información y opinión	369

Derechos de la sociedad y los particu-	
lares	370
Rectificaciones, fuentes y secreto pro-	
fesional	372
Ingresos financieros y conflictos de in-	
terés	373
Manejo de informaciones	374
Situación y audiencias de los medios	377
Compromiso con la sociedad	378

Índice onomástico	381
-------------------------	-----

Para Patricia, por supuesto.

*Para doña Bertha y don Raúl,
invariablemente.*

Presentación

*E*ste libro propone volver a los medios: retribuirles su carácter de intermediarios en las relaciones sociales y políticas, sin por ello desconocer el protagonismo, la inevitabilidad y la influencia enormes que han alcanzado en nuestras vidas. Se trata de recordar que, primero que nada, la prensa, la radio y la televisión son espacios de comunicación para difundir y, en la medida de lo posible, explicar lo que sucede en este mundo nuestro. Pareciera una obviedad, pero ante la difuminación de parámetros profesionales e incluso a veces legales, quizá es pertinente recordar lo básico:

los medios son intermediarios; su fin no es el mensaje que transmiten, sino el público que buscan. Muy a menudo sin embargo, los medios y sus operadores se consideran fiscales, alguaciles e incluso jueces, de los asuntos públicos y sus protagonistas.

Volver a lo básico —volver a los medios— implica reconocer las funciones elementales de los espacios de comunicación, junto con sus enormes contribuciones a la educación, la interrelación y la politización en nuestras sociedades, pero sin olvidar perversiones, distorsiones y conflictos que los medios mismos introducen, o exacerban, en el mundo de nuestros días.

En México, ya al filo del siglo —como ahora se hace costumbre reiterar cada vez que deseamos establecer el carácter perentorio de nuestras afirmaciones— los medios de comunicación han venido cumpliendo un papel de honda importancia en la propagación de los asuntos públicos. Su capacidad de denuncia está siendo desplegada como nunca antes, a tal grado que no es exagerado decir que hoy en día, en el nuestro igual que en otros países contemporáneos, los gobernantes viven al pendiente de los medios y buscan congraciarse con ellos, o no alterarlos, con mayor esmero incluso que el que destinan a relacionarse directamente con la sociedad.

Este libro parte de que los medios son muy importantes en la actualidad y reconoce sus contribuciones valiosas para el fortalecimiento de la sociedad. Esos son nuestros puntos de partida. Pero a diferencia del discurso magnificador que es tan frecuente en los medios mismos —no hay mejores publirrelacionistas de sí mismos que los periodistas, o los locutores— queremos ir más allá e insistir en que ni la sociedad que atiende a sus mensajes, ni los dueños ni los operadores de los

medios, pueden conformarse con el desempeño de la comunicación social en nuestros días.

En México hemos roto el modelo de acritica subordinación que caracterizó al trato entre el poder político y los medios durante largo tiempo. Ahora tenemos una nueva búsqueda de opciones, en una libertad que se ha ido construyendo a fuerza de perseverancia y no sin el respaldo de la sociedad más activa. Pero esas nuevas condiciones, con mucha frecuencia están sirviendo para que se despliegue una práctica irresponsable, que privilegia la búsqueda fácil de audiencias azoradas, por encima de la información veraz y la explicación reflexiva de los acontecimientos nacionales. El sensacionalismo, la dramatización, la propagación de rumores, la adulteración de acontecimientos e incluso la calumnia y las mentiras, son frecuentes en medios de toda índole. Los lectores, radioescuchas e incluso los televidentes, comienzan a estar hartos de la especulación mediática que ha campeado especialmente desde 1994. Los gobernantes, tienden a señalar culpas de los medios pero sin reconocer sus propios descuidos al mantener un trato sustentado en la discrecionalidad y la a-legalidad respecto de los espacios de comunicación. Los periodistas suelen negarse a la autocritica y más aún, al establecimiento de pautas que normen su desempeño profesional.

Volver a los medios, es incursionar en la ética. Hablar de ética, es hacerlo de compromisos entre los medios y la sociedad. Esas son algunas de las preocupaciones cardinales en este libro, que a la revisión de acontecimientos muy específicos en la vida pública mexicana reciente, incorpora experiencias de otras latitudes en donde una de las soluciones al laberinto mediático ha sido la adopción de reglas de autocontrol por parte de los periodistas.

El primer capítulo de este libro, después de señalar algunos rasgos en la nueva sociología de los medios de comunicación, se ocupa de la explosión informativa que ha acompañado a la crisis política y a la transición institucional que México ha experimentado a partir del conflicto en Chiapas. Nos interesa la conducta específicamente periodística, mediática, que va desde la especulación noticiosa hasta la distorsión de muchas maneras. En esa primera parte, queremos insistir en el desconcierto que prevalece en los medios y en su inestable trato con el poder y la sociedad.

Un segundo capítulo, ofrece elementos para ubicar el desarrollo reciente de la prensa, la radio y la televisión. No se trata de una radiografía exhaustiva, sino de la presentación de parámetros en los cuales el lector ubicará el resto de las reflexiones que aparecen en el transcurso del libro. La preeminencia del mercado, está desatando nuevos rasgos y quizá acabando con algunas rémoras en el desempeño de los medios mexicanos. Sin embargo, nuestros medios han arribado a una nueva fase de competitividad creciente, sin tener costumbre para confrontarse unos con otros y sin reglas nuevas para esa situación distinta.

El tercer capítulo, estudia diversas modalidades de, por así llamarlas, infracciones éticas de los medios en México y el mundo. No nos quedamos en la delimitación de carencias y excesos, porque el propósito principal de esta parte del libro es relatar algunos de los remedios que los periodistas en varios sitios del mundo han encontrado para, a través de las pautas éticas, refrendar o delimitar las responsabilidades que tienen con sus públicos. Incluimos una descripción de los primeros intentos mexicanos para emplear recursos de autorregulación ética, así como una propuesta de

Código para los medios de nuestro país. Una versión muy inicial y mucho más breve de este capítulo, apareció en 1995 editada por la Universidad de Guadalajara.

La preparación de este libro, ha sido realizada dentro de las tareas que el autor cumple en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.

Granja de la Concepción, D.F., mayo de 1996.

I

Volver a los medios.

Imágenes, insidias y equívocos
en la comunicación contemporánea

Si la inmadurez es una dolencia, podríamos considerar que nuestros medios están enfermos. Confundidos ante asuntos públicos en donde la política se difumina en el escándalo, veleidosos en sus fidelidades y valores, exigentes como parte de una sociedad que de pronto se encuentra desamparada ante un poder político autoritario pero también convenencieros, como beneficiarios que de una u otra manera se consideran de ese poder político, los medios de comunicación en México reflejan, y transmiten, un malestar inédito.

Como nunca antes, los medios se encuentran involucrados no sólo en la exposición, sino ahora también

en el atemperamiento, o el empeoramiento, de los asuntos públicos. Ya no son sólo testigos o escenarios. Son parte activa en la construcción de una agenda pública repleta de mitificaciones y confusiones.

Lejos, quedaron los tiempos en que podía pensarse que los medios eran promotores de la educación cívica, los valores nacionales, la tolerancia y la pluralidad. Había llegado a suponerse que en la exposición a los medios, los miembros de una sociedad se instruyen, se desarrollan, se comparan civilizadamente entre sí mismos. Pero sucede que nuestros medios, hoy en día, son malos educadores y peores propagadores de cultura o valores políticos. Dominados por la autocomplacencia, sus operadores ni siquiera advierten con claridad cuándo sirven a unos y otros intereses. Determinados por la inercia propia de una comunicación de masas que nunca interrumpe su verborreico flujo de mensajes, a los medios les preocupa decir cosas, no tanto para qué o cómo las dicen.

Ya no es mérito, sino aburrido lugar común, reconocer que los medios, más que difundir ideas propagan prejuicios, o que en vez de educar, desmadejan los logros de la escuela. Ya no es novedad criticarlos, porque incluso en la divulgación de los señalamientos críticos que se les hacen los medios tienen una enorme capacidad para asimilar a sus impugnadores.

Los medios imponen y desbaratan agendas públicas, erigen o condenan al olvido a personajes de toda índole, se han convertido en el nuevo espacio público para articular o erosionar consensos, se autolegitiman ellos mismos. Tienen un poder que resulta inusitado en comparación con los mecanismos de dominación que registra la historia de la humanidad. Es un poder que se multiplica geométricamente, de la misma manera que

sus audiencias. Su omnipresencia, es tal que los acercamientos analíticos a los medios de comunicación suelen quedar apabullados por ellos. O se les reivindica y justifica de una manera deslumbrada, estupefacta, o se les vitupera también sin apreciar las auténticas dimensiones, o efectos, de los medios. Aunque hace ya tiempo Umberto Eco advirtió contra los exámenes integrados o apocalípticos, a los medios se les sigue mirando con tal fascinación que, aunque sea para denostarlos, se acaba por mitificarlos.

1. Cálidos y fríos en la aldea global

Pero además, los medios de comunicación tienen una capacidad reproductora de las conductas más escandalosas, o más extravagantes en la vida pública, de tal suerte que ellos mismos amplifican las expresiones más grotescas o desagradables. Hoy en día cuando, como en México —pero no sólo en nuestro país— la política ha tendido a parecer melodrama y los melodramas entonces resultan cuentos ingenuos, los medios de comunicación se benefician de la espectacularidad que tienen los asuntos públicos y la multiplican. En los Estados Unidos, el juicio a O. J. Simpson en 1995, obligó a periódicos serios por tradición como *The New York Times* a incorporar asuntos policíacos en su primera plana prácticamente todos los días. La cadena CNN destinaba una hora, cada noche, a seguir los incidentes de ese proceso que, con tal espacio y tal cadencia, resultó más entretenido e incluso más emocionante que cualquier telenovela convencional. Entre nosotros, ya ha sido señalada la reciente *telenovelización* de la política, en una catarata de acontecimientos

en donde hermanos, tíos, amigos y sobre todo padrinos muy destacados en la clase política, de pronto aparecieron protagonizando un sorprendente *thriller*. No era una, sino la telenovela, en la culminación de un género que se distinguió por las revelaciones diarias, señaló Carlos Monsiváis.¹

Naturalmente, las vicisitudes recientes de la política mexicana son mucho más graves que los alcances de cualquier telenovela. Pero el símil es pertinente no sólo por el vericuetto genealógico y vindicativo que hubo en varios de los episodios que tanto conmovieron a los mexicanos, sino porque su espacio natural fueron los medios de comunicación. No puede decirse que los medios hayan permitido entender mejor esos acontecimientos, porque la intención de sus operadores no era explicar, sino propagar tales hechos, asumiéndolos como noticia pero también como espectáculo. Ese empeño nos permite preguntarnos sobre el papel que cumplen los medios en la formación del imaginario social y, en forma específica, en la construcción de un régimen político menos autoritario.

De manera habitual, cuando hemos intentado o emprendido acercamientos críticos a los medios de comunicación, hemos querido pensarlos como palancas de la democracia. Hemos supuesto entonces que si la radio, la televisión o la prensa tienen capacidades manipuladoras y distorsionadoras muy conocidas, también pueden servir para depurar y consolidar la cultura política, o la cultura a secas, de una sociedad que suele ser más víctima (o coartada receptora) que beneficiaria de los mensajes de los medios. A partir de esa convicción, o

esperanza, hemos realizado libros, coloquios, manifiestos, invirtiendo imaginación, años, ganas, para proponer reglas capaces de reformar a los medios. Equidad, derecho a la información, ajustes legales, participación de los públicos, evaluación social y responsabilidad de los medios, han sido temas repetidos en numerosas ocasiones en las dos décadas recientes. Suman millares las cuartillas, y las neuronas, destinadas a bordar sobre estos asuntos. Todo ello, independientemente de su eficacia o no, a partir de la convicción de que los medios pueden ser, aunque no suelen serlo, *palancas* de la democracia en un país como el nuestro.

Pero casi no hemos pensado en los medios como *obstáculos* a la democracia y, menos aún, a la convivencia en la sociedad. No hemos querido reconocer, por lo general, a los medios como diques omnipresentes que le ponen cotidianas zancadillas a la diversidad, la pluralidad y la tolerancia en una sociedad como la nuestra. La capacidad de interlocución, los medios suelen aprovecharla para tomar de la sociedad los rasgos más catárticos, más simples, o más epidérmicos, para incorporarlos a sus contenidos que como es bien sabido, suelen buscar más el entretenimiento que la reflexión.

Menos aún, hemos querido, o podido, pensar en los medios como *propagadores de la antidemocracia* y no sólo por culpa de los intereses manipuladores del gobierno o comerciales y políticos de una empresa. Con frecuencia, hemos dejado de incorporar a la reflexión sobre los medios el hecho de que su carácter autoritario tiende a ser más obstáculo que apoyo para la participación de la sociedad en los asuntos públicos.

Hay una suerte de mito comunicacional que adjudica a los medios virtudes igualitarias, diseminadoras

¹ Carlos Monsiváis, "Aproximaciones y reintegros. Nosotros los de Almoloya", en *El Financiero*, México, 19 de marzo de 1995.

de valores excelsos. Se llega a pensar, así, que los medios hoy cumplen con un efecto demostración, en virtud del cual la propagación de acciones y/o prácticas democráticas en unos países estimula, en otros, comportamientos similares. Pero la contemplación de las dificultades ajenas, para llegar a la democracia, no es el resorte que más entusiasme en sociedades menos participativas. Al contrario, los medios suelen propagar con más eficacia los valores perversos que los valores, por así decirlo, constructivos. Es más sencillo que tenga influencia un mensaje violento que uno pacifista, o un discurso en favor del racismo que en pro de la solidaridad (independientemente de las manipulaciones a que ha sido sometido ese valor).

Nos encontramos entonces, ante un periodismo apocalíptico, que difundió las noticias "malas" en tanto que soslaya las "buenas". Ese periodismo apocalíptico, ha señalado hace muy poco tiempo un profesor español, "transmite gozoso la noticia que va a producir escándalo y alarma, a la vez que casi oculta la generadora de satisfacción, la que tranquilizaría al ciudadano".²

Susceptibles a una repetición intensa y extensa de mensajes, nuestras sociedades pierden la brújula para evaluarlos. De pronto, llega a ocurrir que el contenido de los noticiarios se confunde con los programas de ficción, quizá con la diferencia de que lo que reseñan las noticias tiende a ser más inesperado que las tramas de las telenovelas.

Los asuntos y los personajes de la realidad, cuando aparecen con definiciones intensas como cuando son protagonistas de un escándalo adquieren, para decirlo

en términos de Marshall McLuhan, connotaciones *cálidas*, distintas de la percepción *fría* que suscitan los asuntos serios. La imitación, del nazismo en Alemania, extralógica y estúpida pero con adhesiones sociales reales, es un asunto cálido. La unificación europea, de tan diferida o conocida, es un asunto frío. Es intensa la mirada sobre los escándalos de la exprincesa Diana de Inglaterra, pero no lo fue, excepto quizá en España, la boda de la infanta Elena. La crisis económica en México se ha traducido en un asunto sofocante, pero las conversaciones para la paz en Chiapas seguían siendo "frías" mientras no se rompiera la estabilidad que era contexto de la negociación.

No es un secreto aquella máxima perversa según la cual las malas noticias son buenas noticias. De la misma manera, como es bien sabido, las tragedias tienen más *rating* que otros acontecimientos: no sólo debido a la natural preocupación (o morbo, para decirlo con claridad) que todos tenemos por lo que les sucede a otros, sino además por la magnificación que de los asuntos drásticos suelen hacer los medios. Desde luego, la realidad política y social mexicana, con tantas desgracias, ha nutrido de numerosos asuntos *cálidos* a los medios que, en busca de audiencias y ventas, se regodean con el escándalo, aprovechándolo y amplificándolo.

2. Confusión no es comunicación

Cada vez recibimos más mensajes pero, muy posiblemente, cada vez sabemos menos. Si el conocimiento no es la acumulación desordenada de hechos sino el conjunto de datos y la capacidad para discriminar entre

² Francisco Tomás y Valiente, "El clima", en *El País*, Madrid, 5 de marzo de 1995.

ellos y sintetizarlos para obtener conclusiones, entonces no es precisamente conocimiento lo que nos ofrecen los medios contemporáneos. Para que la información que lanzan sin ton ni son se transforme en conocimiento, en parámetros racionales para entender al mundo en que vivimos, es preciso seleccionarla, compararla y reelaborarla.

Además, en tanto la información, por muy abundante que sea, no se convierta en flujo de ida y vuelta, seguiremos reproduciendo las consecuencias autoritarias de un sistema de mensajes en donde unos pocos dicen muchas cosas a mucha gente. Esa tendencia unilateral de los medios, que entendidos así no son de comunicación sino de información, es consustancial a ellos y resulta tecnológica, financiera y políticamente irreversible. Pero en todo caso, el reconocimiento del autoritarismo consustancial a los medios nos previene del elogio de la comunicación como transformadora en un sentido democrático, que con tanta frecuencia se repite en las apreciaciones sobre los medios. Con razón, Alain Touraine ha sostenido que:

Todos los días oímos cantar las alabanzas de la sociedad de la información en la que casi todos reciben más informaciones y más de prisa que los grandes del mundo hace apenas un siglo. Ideología [ésa] contra la que hay que reaccionar recordando que la comunicación es la combinación de la circulación de la información *y de la inversión de individuos en su papel de comunicación*, dos concepciones que se oponen con mayor facilidad porque no se complementan.³

³ Alain Touraine, *Crítica de la modernidad*, Temas de Hoy, Madrid, 1993, p. 354, subrayado nuestro.

Y no se complementarán, porque el desarrollo tecnológico de los medios si bien ofrece oportunidades de comunicación interpersonal directa como las que hay en las redes cibernéticas, también enfatiza la capacidad de propagación de un mismo mensaje a auditorios más amplios, como los que se logran con las transmisiones mediante satélites y su combinación con sistemas de difusión a través de cable o televisión codificada. Los medios, que antes que nada son negocio —y no sale sobrando recordarlo— tienen mayores utilidades en la medida en que llegan a públicos más numerosos a los cuales, para interesar, se les ofrecen mensajes más variados, especializados incluso.

3. Los medios son el espejo del drama

Maravilla técnica, negocio creciente y, también, instrumentos del quehacer político: los medios tienen funciones diversas e interrelacionadas, que es preciso reconocer como parte de un asunto complejo en donde uno de esos intereses apunta al otro y viceversa.* Puesto que se benefician de un impresionante desarrollo técnico, los propietarios de los medios de comunicación pueden crecer en influencia y presencia y, de esa manera, ganan capacidad de maniobra política. Pero además, los usuarios de los medios, que más que sus públicos son los grupos de presión que pugnan por orientar de una u otra manera los mensajes, se benefician también del crecimiento de los sistemas de comunicación.

Todo ello es bien sabido. También, el hecho de que la política, presentada pero a veces incluso autoasumida como espectáculo, domina páginas y pantallas en

todo el mundo. Los personajes de la política dan lugar a ello, pero los medios no se esfuerzan por ir más allá de la imagen, es decir, suelen quedarse en la *aparición* de las cosas y de los hechos. Los asuntos públicos, entonces quedan presentados en sus rasgos más notables y maniqueos: buenos y malos, el blanco y el negro, aplausos y rechiflas, son los parámetros de un esquema en medio del cual al espectador no le resulta difícil elegir, para entonces asumir fidelidades comerciales, culturales o políticas.

Los medios crean estereotipos. Ello no sorprende. Lo preocupante es que nos quedemos alegremente con ellos, como si la realidad no fuese más frondosa y efervescente. Si pensamos en el presidente de Rusia, es inevitable recordar a Boris Yeltsin por su afición al vodka más que por sus iniciativas políticas. Bill Clinton, para muchos de sus conciudadanos, ha sido el personaje vivaracho y ligador cuyos acosos denunciaron varias mujeres en busca, quizá, más de publicidad que de justicia, pero a ese ocupante de la Casa Blanca se le recuerda poco por sus mociones de reforma para la seguridad social. Ni qué se diga de Carlos Saúl Menem, cuyas andanzas (e incluso luego desventuras) personales, se conocieron en el mundo por encima de su comportamiento político, a menos que se piense que en Argentina, como entre nosotros, la forma es fondo y entonces la política menemista sea la culminación en el proceso de frivolidad de la vida pública. Cerca de allí, en Brasil, Itamar Franco quedó identificado para siempre con una imagen de viejito verde, luego de que una atractiva y bien ventilada carioca se le acercó con la intención de ser fotografiada.

Incluso las actitudes específicamente políticas, merced a la capacidad estereotipadora de los medios de

comunicación, tienden a convertirse en cartabones que suelen contradecir la diversidad, la imaginación y la búsqueda que son consustanciales a la política. Fidel Castro, para los medios internacionales, no deja de ser el gobernante autoritario que mantiene una dictadura, por mucho que cambie en un momento el uniforme verde olivo por un cuidado traje de diseño moderno. Cuando en la imagen política la forma es fondo, el perfil de los personajes públicos obedece a la intensidad de las confrontaciones de las cuales son protagonistas. En momentos de distensión, como los que tiende a experimentar el escenario internacional, no sólo empezamos a carecer de grandes personajes de fuerte definición en su imagen, sino que además los medios de comunicación comienzan a crear nuevos estereotipos, si no se puede dentro entonces fuera del ámbito político. No es sólo por nostalgia, sino por necesidad de puntos de referencia en el imaginario social al que los medios retroalimentan y del cual a su vez se nutren, que se echan de menos figuras legendarias como John Kennedy, Winston Churchill, Charles de Gaulle o, en otros planos, Marilyn Monroe o Los Beatles. Quizá el último de esos grandes personajes, de singular fuerza propia pero además beneficiarios de una imagen *cálida* en los medios, haya sido Mijail Gorbachov que padeció la mala fortuna, entre otras cosas, de que su presencia dentro de la exURSS no tuviera la intensidad que alcanzó en otros países, siempre gracias a los medios.

Los medios, podría decirse, son el espejo del drama. Mientras más emotivo, caprichoso, o sobre todo original resulte el perfil de un personaje público, con más facilidad su imagen será comercializable a través de los medios de comunicación.

4. En México, caudillismo y amarillismo. Salinas, hechura y víctima de los medios

Esa ausencia de perfiles *fuertes*, de intensa definición, también se advierte en el panorama mexicano de nuestros días. De los gobernantes, por ejemplo, suele quedar una memoria colectiva afianzada en algunas conductas personales y no en las medidas políticas de las que han sido responsables.

Empero, en ocasiones, es como rechazo a decisiones de ellos que a los exfuncionarios se les encajona en imágenes simplificadoras de su desempeño público. Tal ha sido el caso de José López Portillo, cuya desafortunada frase sobre la defensa del peso mexicano fue pretexto para el apodo que recuerda a la colina en donde tiene su casa. Luis Echeverría, antes, fue un gobernante con más abundancia de símbolos para que los medios registraran una imagen singular: el populismo de los setentas y las aguas frescas de una austeridad alegórica, la guayabera y el tercermundismo, las caminatas extenuantes y la reconstrucción del discurso revolucionario.

Todo lo contrario fue la austeridad, sin un solo gesto que al menos de primera intención resulte memorable, de Miguel de la Madrid, un presidente parco en un sexenio gris, ante el cual contrastó, en el fondo y en la forma, el activismo de Carlos Salinas de Gortari. México, desde luego, se encontraba en un momento diferente: el contexto hace al personaje, pero la personalidad pasa a formar parte de las nuevas circunstancias en esa intensa y a la postre desilusionante fase de la historia de nuestro país, entre 1988 y 1994.

Carlos Salinas, desde la facha personal (el reloj Casio, los maratones en Agualeguas, la cercanía con la

gente, la autopromoción, que también era promoción social, merced a Solidaridad) supo construir una imagen de dinamismo y modernidad. Quizá ningún otro gobernante mexicano, como Salinas, haya sabido aprovechar con tanto tino político, que fue también empeño manipulador, la capacidad de los medios para forjar una imagen y mantenerla a lo largo del fatal lapso sexenal.

Carlos Salinas supo seducir a los principales comunicadores, no sólo de México sino incluso en los más ariscos circuitos de la información internacional. No había sitio del mundo que visitara, en donde no ofreciera conferencias o entrevistas de prensa. No hubo viaje nacional en el que no se hiciera acompañar de gente de los medios, además de la comitiva que por costumbre cubría sus periplos. Con los medios mexicanos, en apariencia no tenía problema porque durante su gobierno, a pesar de cambios muy importantes, se mantuvieron los resortes fundamentales que entrelazan los intereses de los dueños de las empresas de comunicación con los del gobierno en turno. Sin embargo incluso con sus críticos más duros en los medios, Salinas buscaba acercamientos, ofrecía explicaciones, dialogaba y cultivaba. Julio Scherer, en breve libro sobre ese período intenso, ofrece testimonio del cortejo mutuo entre el Presidente de la República y el director de *Proceso*.⁴ De hecho, en medio del revoltijo de anécdotas e intencionalidades que llegan a ser perversas, el hilo conductor de ese pequeño libro, quizá a pesar de Scherer mismo, es precisamente la fabricación tortuosa de la compleja relación entre el periodista y el gobernante.

⁴ Julio Scherer García, *Estos años*, Grijalbo, México, 1995.

Constructor de su propia imagen, Salinas sabía aquí-latar la importancia geopolítica de la prensa internacional, aunque con los medios mexicanos, sobre todo impresos, no tenía las mismas atenciones, máxime cuando se trataba de ofrecer declaraciones o entrevistas. No es casual que su primer empleo después de dejar la Presidencia, haya sido la contratación por parte de la poderosa empresa que edita el *Wall Street Journal*. Salinas el presidente, como protagonista de una oleada renovadora que conmovió al mundo en los años recientes, fue antes que nada un personaje forjado para y aprovechado por los medios de comunicación. No pretendemos, con ello, que Carlos Salinas no tuviera un proyecto global ni queremos regatear su visión de estadista. Pero sí es pertinente subrayar que el proyecto salinista pasaba en forma inevitable por la promoción en los medios. Una, entre tantas paradojas, fue que reconociendo la enorme importancia que los medios tenían en su proyecto nacional y personal, Carlos Salinas no promovió reformas significativas para la comunicación en México. Salinas quería utilizar a los medios, no transformarlos.⁵

Los medios fueron, en el sexenio 1988-1994, propulsores de una nueva imagen presidencial que recuperaba el autoritarismo extraviado en el periodo

⁵ Una revisión de la primera mitad del gobierno salinista, puede encontrarse en nuestro libro *Los mil días de Carlos Salinas*, El Nacional, México, 1991, 437 pp. Allí señalábamos, precisamente, la actitud del poder político que promovía transformaciones en muy diversas áreas de la sociedad y el Estado pero que, en materia de medios, por una parte se limitaba a procurar alguna coordinación de los órganos de difusión en manos del gobierno y por otra, para los medios privados parecía postular simplemente, "dejar hacer, dejar transmitir". (Véanse, en particular, las pp. 353 y ss.)

anterior, de la misma manera que proyectaba al titular del Ejecutivo a posiciones de relevancia internacional que no habían alcanzado sus antecesores.

Pocos mexicanos han aprovechado con tanta agudeza a los medios como Carlos Salinas, el presidente. Aquí la paradoja: pocos mexicanos han sido víctimas de ellos como Carlos Salinas, el expresidente. Los medios fueron expresión de un rechazo social catártico e incluso disparatado, pero explicable ante la crisis económica y como repercusión ante excesos autoritarios cometidos en su gobierno.

Apenas unas cuantas semanas después de que Salinas había dejado el poder, sobrevino la catástrofe financiera que desquició la economía mexicana a fines de 1994. Cuando, un par de meses después, ya en 1995, además de su fama pública sus intereses personales comenzaban a ser afectados con el encarcelamiento de su hermano, Carlos Salinas acudió a los medios de comunicación. Lo hizo con el desplante autoritario de quien ha dispuesto de los medios sin limitaciones, pero olvidando que ahora ese poder se encontraba en manos de otro. Aquel telefonema a 24 *Horas de la Tarde* el último día de febrero de 1995, era desde luego recurso desesperado para, utilizando a los medios, hacer explícito el propósito de romper el silencio al que proverbialmente estaban comprometidos los expresidentes mexicanos.

Las exigencias del expresidente eran dos: que se reconociera el llamado error de diciembre, es decir del nuevo gobierno, en la precipitación de la crisis económica agudizada en enero y, por otro lado, que se le exculpara de cualquier acusación de negligencia en las investigaciones sobre el asesinato de Luis Donaldo Colosio. Ambos asuntos, no surgían de imputaciones

directas sino, todavía, de la murmuración en los medios que habría de traducirse en lugar común dentro de la sociedad. Respecto de la reivindicación en el asunto económico, lo que Salinas quería era que el nuevo gobierno hiciera públicas, dentro del país, algunas informaciones que habían sido ofrecidas a un diario de los Estados Unidos. Sobre el otro asunto, Salinas tomó en serio (y apenas comenzaban) las especulaciones que habían aparecido en algunos espacios, sobre todo de la prensa escrita y que, sin pruebas, lo acusaban de tener algún interés para entorpecer las indagaciones sobre el crimen de Lomas Taurinas. En ambos casos, se trataba de versiones anónimas. Salinas les dio credibilidad a las dos, en un caso para aprovecharla en su favor y en el otro, para refutarla.

En otros términos: desde aquellas acusaciones el expresidente Salinas fue víctima de una sobre-lectura que hizo de los medios. Atendió como si fueran ciertas a versiones informales u oficiosas, supuso que su fama pública dependía de interpretaciones o filtraciones y entonces, quiso recuperar espacios en el terreno que, una vez fuera del poder político formal, consideraba suyo y que era el de los medios. Desde luego todo ello estaba influido, o propiciado, por el asunto judicial en el que había sido involucrado su hermano Raúl, acusado de ser autor intelectual del asesinato, en septiembre de 1995, del secretario general del PRI, José Francisco Ruiz Massieu. El asunto, como es natural, fue de inmediato propagado por radio y televisión.

Fue en el terreno de los medios, precisamente, en donde el expresidente constató que las cosas habían cambiado. Cuando la mañana del 1 de marzo llamó por teléfono a varias estaciones de radio de la Ciudad de México, confiando en que sus palabras serían

invariablemente bien recibidas, se encontró con que en un par de casos los locutores le tomaron la llamada sólo para increparlo al aire y, de manera ostentosa, colgarle la bocina.⁶ En otros casos, hubo conductores que presumieron de que Salinas no tendría acceso a sus micrófonos.

La actitud de esos conductores en radio, merece un paréntesis. Todo indica que se mimetizaron con un estado de ánimo que, en influyentes sectores de la sociedad mexicana, culpó a Carlos Salinas de la crisis y, entonces, descargó contra él todo el coraje suscitado por las estrecheces financieras que el país comenzaba a padecer de nuevo. La conducta que tuvieron con el expresidente, sólo puede explicarse a partir de la influencia de ese estado de ánimo de la sociedad. Pero no tiene justificaciones. En ese inusitado desplante, los locutores se desquitaban de rencores o reproches personales o profesionales contra Salinas y buscaban

⁶ El locutor Eduardo Ruiz Healy le dijo al expresidente, vía telefónica y teniendo abierto el micrófono de una radiodifusora capitalina: "Señor, le recomiendo que hable con el Departamento de Publicidad, o si lo prefiere, con el canal 2 o con Televisión Azteca". Algo similar le expresó, también en público, el periodista José Cárdenas. La víspera, después de hablar a *24 Horas de la Tarde* con Abraham Zabludovsky, Carlos Salinas había dado a conocer sus puntos de vista en el noticiero *Hechos* de Canal 13 (pero no así en *24 Horas de la Noche*, de Jacobo Zabludovsky), así como, ya la mañana del 1 de marzo, en *Monitor* de Radio Red con José Gutiérrez Vivó y en *Al Despertar*, del canal 2 de TV, con Guillermo Ortega Ruiz. Resultó curioso, pero significativo del rencor que se extendía contra el expresidente, el hecho de que los desaires ocurrieron en estaciones menores. Un recuento de los telefonemas logrados y los frustrados, fue hecho por Xosetxo Zaldúa en "Desde casa, CSG dirigió su plan propagandístico para radio y tv", en *La Jornada*, México, 2 de marzo de 1995.

notoriedad a costa de él, pero al mismo tiempo se convertían en censores de una información que, debido a tal conducta, sus radioescuchas no podían conocer. Algunos de esos conductores formaron parte del coro que durante el sexenio anterior, en los medios de comunicación se desbarataba en elogios a Carlos Salinas, todavía unos meses antes. La beligerancia que de pronto manifestaron, no la tuvieron cuando su fallido interlocutor era Presidente de la República.

El veto radiofónico a Salinas, trascendió luego a los espacios de televisión. Presionado por experiencias como la que había padecido en los radionoticieros matutinos, el expresidente resolvió emprender una huelga de hambre, según dio a conocer, siempre vía telefónica, a través del noticiero de Televisión Azteca, el 2 de marzo. Pero esa noche, su llamada ya no fue transmitida en el noticiero del canal 2 de Televisa.

La huelga de hambre, independientemente de las todavía oscuras o muy interiorizadas motivaciones que haya tenido el expresidente, parecía estar concebida también como un *issue*, un asunto para los medios. No fue otro el motivo para que Carlos Salinas haya viajado a San Bernabé, el pequeño poblado de Nuevo León en donde sabía —o presumía— que tenía respaldo popular, el cual no le hacía falta como protección personal sino, fundamentalmente, como cobertura escenográfica.

La escena del expresidente en la recámara donde sostendría su ayuno, también pareció haber sido preparada para los medios. Consiguió presencia en ellos, pero no con los resultados que esperaba. En vez de concitar solidaridad en torno suyo y una correspondiente animosidad en contra del gobierno que lo había relevado, Salinas despertó una reacción desfavorable.

Su imagen en la modesta habitación en donde se disponía a la huelga de hambre (a la postre suspendida, cuando el gobierno le ofreció garantías de que no se le involucraría gratuitamente en episodios policiacos en los que no hubiera cargos en contra suya) le dio la vuelta al mundo en las principales publicaciones de actualidad, pero junto con comentarios puntillosos. Otros rasgos del drama político mexicano despertaban más interés, o eran más convincentes. Sobrepuesto a los medios cada uno de los días de su intenso y a fin de cuentas malogrado sexenio, Carlos Salinas padecía, ahora, la reacción caprichosa, pero entendible, de una sociedad a la que muchos medios no fueron ajenos. Más allá de las circunstancias políticas e incluso policiacas del asunto, no es exagerado considerar que el expresidente, tan diestro en el manejo de medios desde el poder, era víctima de ellos.

PRENSA QUE ACUSA PARA DESLINDARSE

Carlos Salinas se convirtió, a partir de entonces y por un lapso que no concluía año y medio después, en motivo de escarnio favorito para medios de comunicación que a veces por convicción de sus editores y en otros casos por conveniencia, lo trataron con un desprecio contrastante con la amabilidad que habían tenido con él siendo presidente. En mayo, *El Universal* publica un titular con el que pretende aprovechar la gana vindicatoria que respecto de ese personaje había en sectores amplios de la población mexicana y, de paso, busca deslindarse de él. En su edición del miércoles 3 de mayo de 1995, sin citar la fuente de tal afirmación, como si se tratara de un hecho probado e

indudable, ese diario colocó en sus ocho columnas una frase que, por tramposa, se volvió por desgracia célebre: "Carlos Salinas, autor intelectual en el caso Colosio."

Eso decía, y nada más, el encabezado principal del mencionado cotidiano. Luego se explicaba que tal era la opinión del 46.2% de los mexicanos entrevistados en una encuesta contratada por dicha casa editorial. La encuesta, por cierto, resultaba técnicamente discutible porque mezclaba el levantamiento de cuestionarios personales con entrevistas telefónicas, método de dudosa representatividad en nuestro país. Además, se trataba de una encuesta realizada sólo en el Valle de México, aunque la nota del diario sugería, también con maña, que era un sondeo nacional. Una de las secuelas de ese episodio, fue el recelo adicional que se generó respecto de las encuestas, que han sido un instrumento de diagnóstico a menudo sujeto a manipulaciones, aunque nunca como la que se produjo ese 3 de mayo.

En ese episodio de amarillismo periodístico, había una transgresión ética al menos en dos sentidos. Por un lado, estaba el contexto de linchamiento al que estaba siendo sometida la figura de Carlos Salinas de Gortari, cuya gestión fue enormemente discutible pero a quien, al menos por esas fechas, no se le habían fincado responsabilidades penales por alguna presunta participación en el caso Colosio. Por otro estaba la transgresión a la ética periodística que, como en pocos casos, se reveló de manera muy clara en esa ocasión.

Casi un año más tarde, ese mismo diario emprendió un ejercicio similar, menos exagerado pero también de manejo editorial discutible. El viernes 22 de marzo de 1996, las ocho columnas de *El Universal* indicaban: "Para 85% de los mexicanos, csc, involucrado en el

magnicidio." Esa afirmación resultaba de otra encuesta organizada por Alduncin y Asociados y ahora levantada sólo por teléfono (lo cual impone sesgos y limitaciones que el diario no mencionó) en un lapso de tiempo muy amplio para esos efectos que iba del 7 al 18 de marzo. Una tabla que acompañó a esa información, daba cuenta de las respuestas bajo el rubro "Grado de involucramiento en el crimen de Colosio", señalando que al expresidente le correspondió el 85%, seguido de Mario Aburto, el criminal confeso, con 65.6%

Pero a diferencia de lo que debido a tal manejo informativo pudiera pensarse, ese ejercicio demoscópico no encontró que 8.5 de cada diez encuestados acusara a Carlos Salinas de ser responsable del crimen. Lo que ocurrió, fue que a los entrevistados por teléfono se les preguntó si a ése y a otros personajes se les consideraba "involucrados" y entonces, se estableció "una ponderación de totalmente involucrado igual a cien; mucho, igual a ochenta; poco, igual a veinte, y nada, igual a cero". Es decir, si un encuestado consideró que Salinas no está para nada *involucrado* en la muerte de Colosio, su opinión valía cero. Así es como se obtuvo el 85% que, otra vez, era manipulado por *El Universal* para presentar un encabezado intencionalmente culpabilizador del expresidente de la República.

Otro diario que ha acostumbrado hacer encuestas, es *Reforma*. En ese caso, puede decirse que casi siempre los sondeos han sido serios, a cargo de un equipo de investigación propio y que ha tenido el cuidado de describir la metodología empleada e incluso advertir sobre sus posibles limitaciones. Sin embargo, el profesionalismo de los encuestadores a veces resulta perjudicado por el sensacionalismo de los editores de ese diario. El miércoles 20 de marzo de 1996, *Reforma*

publicó los resultados de una encuesta entre diputados federales a quienes se les preguntó sobre el caso Colosio. Un cuadro en primera plana informaba que, de las respuestas de 149 legisladores, resultó que el 43% consideraba que el crimen fue cometido por razones de Estado y otro 43% decía que el responsable fue un grupo político rival. En otro cuadro, junto a la foto de Ernesto Zedillo, se indicó que el 38% de los legisladores encontraba “poca” voluntad del Presidente para resolver ese asunto. Así mostrados, parecía que esos porcentajes correspondieron a una muestra de todos los diputados federales, es decir, que se trataba de opiniones representativas de la cámara baja. Pero no. Ya en interiores, se explicaba que la encuesta fue levantada sólo entre 149 legisladores de los cuales, el 38% eran del PRI, 37% del PAN y 21% del PRD, porcentajes que no correspondían a la presencia de cada partido en esa Cámara. Es decir, estaban sobrerrepresentados los legisladores de la oposición. Ese detalle, nada pequeño, fue omitido por los editores del diario con tal de exagerar una información que podría haber mantenido interés aún sin ser distorsionada.

Es natural, pero no por ello justificable, que en amplios sectores de la sociedad mexicana —con los que buscaron identificarse, o congraciarse, algunos órganos de prensa— existiera una sensación de venganza contra quien, de pronto, fue considerado responsable de la terrible crisis económica que padecemos y que, por inesperada, ha sido más dura. En contraste con el discurso triunfalista, repleto de promesas y futuro que se ofrecía en el sexenio anterior, en 1995 teníamos la realidad de una economía desastrosa, cuyo contexto político también padecía de una creciente descomposición. El ejercicio de presidencialismo autoritario

(aunque en una constante búsqueda de consensos) que Salinas mantuvo durante todo su sexenio, propició logros pero también tuvo costos. El mayor de ellos era la reacción de quienes, damnificados de ese uso del poder o simplemente por el interés en rechazar entonces un estilo que no pudieron o no quisieron cuestionar en su momento, lograron que se hiciera parte del sentido común de la sociedad la especie de que Salinas era culpable de los males que aquejaban al país.

Si las cosas fueran tan sencillas, quizá la solución también. Pero nadie con seriedad, o con argumentos, podía sostener que las vicisitudes de nuestra economía y su entorno político se debían a las culpas de una sola persona, por poderosa que hubiera sido. Una cosa es que en el imaginario social, cuyo carácter veleidoso se confirmó entonces, existiera la impresión de que Salinas era culpable de numerosos problemas. Otra, que desde los espacios en donde tendría que haber la obligación de aguzar el sentido analítico se llegara a compartir, reproduciéndolo y aún alentándolo, ese ánimo de linchamiento que sólo servía para descomponer todavía más el espíritu de la sociedad mexicana. La gestión de Carlos Salinas fue una de las más intensas en la historia reciente de México. Quizá era pronto para aquilatar bien a bien sus logros, comparándolos con sus defectos que también fueron muchos. No fue un gobierno al que se le pudiera juzgar en blanco y negro. La misma conducta que luego de su gestión tuvo el expresidente, primero con un desesperado amago de huelga de hambre y luego pertrechado en un periódico extranjero, como consejero que era de la casa editora de *The Wall Street Journal*, añadía fuertes elementos disruptores a la evaluación del desempeño que tuvo como estadista.

Los cuestionamientos que abundaron respecto del sexenio salinista, solían apoyarse en impresiones catárticas más que en ejercicios de análisis y en nada, o muy poco, contribuyeron para alentar el debate serio sobre el pasado reciente. Por un lado, sorprendía que no pocos personajes del mundo político, así como comentaristas en los medios de comunicación que durante el sexenio pasado anterior habían sido entusiastamente salinistas, o hicieron todo lo posible para que así lo pareciera, de repente aparecieran convertidos en inopinados cuestionadores de un gobierno del cual fueron, si no cómplices, al menos comparsas. Que en la política y en los medios haya capacidad de reconsideración, puede ser saludable. Pero el repentino antisalinismo de todos esos aplaudidores al cabo de pocos meses erigidos en verdugos —sin más autoridad que su allanamiento al lugar común de moda— era por lo menos sospechoso.

Los motivos de *El Universal* para distorsionar de tal manera una información, dieron lugar a interpretaciones diversas en aquellos días. En todo caso, no podía atribuirse a descuido la presentación de un encabezado así. De la misma forma, llamaba la atención el hecho de que ese diario, y sus directivos, hubieran sido tan notoriamente cercanos a Carlos Salinas,⁷ cuando era presidente de la República y después, ya en desgracia el expresidente, parecieran empeñados en borrar esa relación que fueron ellos mismos quienes cultivaron. Tampoco se podía decir que si una cantidad

⁷ Juan Francisco Ealy Ortiz logró que Salinas, siendo presidente, se hiciera compadre suyo, el dato sería estrictamente del ámbito privado de esos personajes, de no ser porque el dueño de *El Universal* se empeñó en que fuera tomado, en su momento, como asunto político.

importante de ciudadanos tenía la impresión de que Salinas tuvo alguna relación en el crimen de Lomas Taurinas, era porque algo cierto habría en ello. La conseja popular alusiva al río cuando suena, es tan generalizadora y maniquea como tantas otras muestras de un sentido común que no es sabiduría, sino superchería. Además, el empeño de *El Universal* para contratar encuestas poco serias y luego hacer trampa con los datos, todo con tal de ofrecer una imagen negativa del expresidente mexicano, era bastante patético, sobre todo por innecesario. No hacía falta tanta estratagema. Hubiera bastado con levantar encuestas con métodos profesionales (aunque hubieran resultado algo más costosas) para constatar, con seriedad, lo que todo el mundo sabía: que, entre los mexicanos, la popularidad de Carlos Salinas había caído en picada.

La gente no siempre tiene la razón. El hecho de que una gran cantidad de mexicanos, con importantes medios propagando y así reiterando tales especies, supusiera que alguien es culpable de algo, no bastaría para tomar como cierta esa suposición. En mayo de 1995, se llegó a sugerir que ese encabezado podría ser una respuesta del gobierno del Presidente Ernesto Zedillo, o de operadores incrustados en él, a una denuncia aparecida el fin de semana anterior en la revista *Proceso*, sobre una supuesta desviación de fondos del narcotráfico de Colombia para apoyar la campaña presidencial del PRI, en 1994. Esa información era de suyo demasiado inverosímil para tomarla en serio y además, el profesor estadounidense al que se tomaba como declarante negó haber dicho lo que *Proceso* publicó.⁸ En

⁸ La nota que inició el escándalo, firmada por Pascal Beltrán del Río, tenía como largo título: "El dinero del Cártel de Cali llegó en

algunos circuitos de decisión en el gobierno mexicano parecía haber cundido la convicción de que la nota había sido filtrada a *Proceso* nada menos que por el mismo expresidente Salinas. Que esa sensación existió, lo indicaba la unanimidad de columnas periodísticas que suelen tener como informantes (o filtradores) a funcionarios del gobierno y que coincidieron en sugerir que Salinas era culpable de esa información. Esa era una manera de sobrevalorar las capacidades de manipulación que pudiera conservar el expresidente, que en ese caso sería curiosamente malévolamente porque pocos espacios de prensa le fueron tan hostiles, en todo su sexenio, como la revista que dirige el señor Julio Scherer. Pero, más allá de las anécdotas, la tendencia a considerar que cada portada, cada nota o cada encabezado que perjudican al actual gobierno, o al anterior, son resultado de la guerra de rivalidades y mezquindades que habría entre el actual gobierno y el anterior, indicaba que en importantes sectores, incluso dentro de los mismos medios, se consideraba a la prensa como un espacio al servicio del poder y no de la sociedad.

Por un lado, así, teníamos una constatable y, por inaclorada, alevosa falta de ética de parte de un

dos embarques, en abril y junio del 94; pudo ser para inversión o para apoyar la campaña de Zedillo" y se refería a declaraciones de Peter Lupsha, investigador de la Universidad de Nuevo México. A la semana siguiente, *Proceso* insistió, aclarando sólo a medias, en la nota del mismo reportero, "Peter Lupsha pregunta: «Si mi gobierno sabía de este movimiento de millones, como creo que sabía, ¿cuándo y a qué grado compartió ese hecho con el gobierno de México?»". *Proceso*, nos. 965 y 966, México, 1 y 8 de mayo de 1995.

importante diario, *El Universal*, que apostaba de tal manera al mercantilismo amarillista que resultó dominado por él o que, en otro escenario, se prestó a jugarretas perversas de las cúpulas del poder. Por otro, ese episodio fue paradigmático de cómo los medios, más allá de los ajustes e innovaciones que requiere su marco legislativo, necesitan precisar los parámetros éticos en los que ubican su desempeño: códigos, estatutos, defensores del lector, son recursos de los cuales los propios medios se pueden dotar en aras de una claridad informativa y opinativa que, sin rumbo claro, son los primeros en impedir.

5. Mucho ruido y pocos hechos. McLuhan y el subcomandante Marcos

El subcomandante Marcos es un personaje muy *cálido*, en el sentido que hemos descrito al comienzo de este capítulo. La apuesta violenta al mismo tiempo que romántica, la personalidad enmascarada, la retórica retadora son, más allá de la impertinencia política de la lucha armada o el alimbaramiento de los comunicados, elementos de gran fuerza dramática. Pero Marcos, hechura de los medios, aun antes de que se cumpliera un año del levantamiento neozapatista ya comenzaba a ser víctima de una sobrexposición reiterativa en los medios. Estancado el conflicto, su imagen perdía adhesiones, o no renovaba muchas de las que ya tenía, porque había dejado de ofrecer la sorpresa que había en los momentos de mayor incertidumbre política, cuando el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) desconcertaba por su heterodoxa mezcla de exigencia social y aparente postmodernismo ideológico.

En febrero de 1995, cuando el Gobierno Federal, en lo que parecía ser una involución respecto de la ruta del diálogo en Chiapas, le quitó la máscara y reveló que se trataba del tamaulipeco Sebastián Guillén, dio en el centro del prestigio simbólico del subcomandante. Marcos, producto de los medios, había comenzado a ser desplazado de la veleidosa atención pública por imágenes más dramáticas, comenzando por las que cada ciudadano tiene de la crisis económica, que era cada vez más acuciante y en donde no resultaba menor la incertidumbre sobre los alcances que adquiriría la nueva recesión.

Fueron deplorables la mezcla de sensacionalismo en ciertos espacios de comunicación junto con el énfasis persecutorio de las autoridades judiciales, que no tuvieron empacho en dar a conocer datos personales, domicilios y hasta números telefónicos de Sebastián Guillén, así como de sus posibles cómplices y conocidos. La tarde del jueves 9 de febrero de 1995, asistimos a un riesgoso caso de histeria y desenfreno en numerosos medios. Mientras en los más importantes noticiarios de la televisión se festejaba con cierta sevicia revanchista lo que era considerado como la debacle definitiva del EZLN y su líder, en la prensa vespertina se festinaba la revelación sin ponderarla en su contexto justo. Tal parecía que había una sensación de alivio ante el hecho de que el subcomandante ya no tenía la enigmática (y para muchos molesta) máscara, como si ése y no la decisión de reanudar hostilidades fuera el acontecimiento principal.

El gobierno asestaba un golpe de teatralidad, dentro de un conflicto en el que los desplantes publicitarios han sido más importantes y eficaces que las acciones militares. La de Chiapas, sobre todo a comienzos del

94 y al menos y por fortuna todavía dos años y medio más tarde, había sido una guerra librada más en los medios de comunicación (dentro y fuera del país) que en el campo de batalla. Gracias a ello el costo en vidas humanas en aquellos primeros días de hostilidades, sin ser menor, fue relativamente bajo en comparación con lo que hubiera significado una decisión del Estado mexicano para responder al EZLN con el enfrentamiento militar.

Más que su capacidad de fuego, fue la habilidad discursiva del subcomandante lo que permitió al EZLN ganar presencia ante una opinión pública azorada y bienintencionada —un tanto ingenua, incluso, capaz de conmovirse con la retórica edulcorada de quien se presentaba como defensor de los pobres postulando autoritariamente, él mismo, cómo y cuándo habría que defenderlos—. Como si se tratara de un montaje diseñado en Madison Avenue y no en la selva lacandona o en la colonia Narvarte, la personalidad fraguada en torno a Marcos reunió numerosos y bien cuidados atributos hollywoodenses. El pasamontañas, junto con las dudas sobre los orígenes políticos del EZLN, abría la posibilidad del misterio y de la adhesión voluntarista, entonces, no a una causa política específica sino a una colección de símbolos. Ya no fue sorprendente que, en marzo de 1996, Marcos recibiera la visita de Oliver Stone, el director de cine estadounidense que acudió, precisamente, con el ánimo curioso y reverencial de quien, fabricante de mitos, contempla a uno de ellos.

La develación de febrero de 1995 no acabó con el personaje enmascarado. El mito se sobrepuso a su creador y Marcos conservó la fama, aunque los libros de historia llegarán a registrar también el nombre de Sebastián Guillén. Este, conservó el pasamontañas y la

leyenda se mantuvo, sustentada ya no en el anonimato sino en los nuevos códigos simbólicos que se habían creado en torno a ese personaje, que era más conocido incluso que el movimiento al cual acaudillaba. La retórica de coartada social y tono antiolemne —inconsecuente en tanto que se apoyaba en la fuerza de las armas, pero en medio de la confusión de ideas éstos eran detalles poco significativos— siguió siendo nutrida por Marcos y sus seguidores.

Marcos y la máscara, son uno solo. Esa fue desde el inicio del conflicto su apuesta propagandística, que formaba parte de un inteligente manejo de medios. Como pocos personajes en los años recientes, el subcomandante supo aprovechar el afán de sensacionalismo, las ganas de identificación con una causa social aparentemente antiautoritaria (aunque el caudillismo encarnado en los métodos, el discurso y la función misma del jefe guerrillero sea de lo más antidemocrático), el gusto *kitsch* por el romanticismo cursi y la eficacia de la simplificación maniquea en los medios de comunicación de masas y en sus públicos.

Para algunos, Marcos ha llegado a ser una caricatura: utiliza, insuflándola, a la iconografía revolucionaria, aderezada con referencias desmitificadoras pero siempre reforzadoras de un liderazgo despótico. O, incluso, podría ser considerado como caricatura de sí mismo. El escritor político Manuel S. Garrido, se refería en aquellos momentos a cómo, detrás de una fachada de intensa definición propagandística, el subcomandante ezelenita en realidad devenía en un personaje hueco, como tantos otros símbolos de esta fase en donde las ideologías entran en crisis y, con ellas, sus emblemas se deslavan:

Prototipo "revolucionario" de una sociedad ideológicamente atrasada, que ha vivido en y a costa de la ficción, Marcos, el guerrillero "posmoderno", no pasa de ser, sin embargo, una caricatura de la revolución de nuestro tiempo, toda vez que el "rollo", la especulación, el mesianismo, la cerrazón y la inflación ideológica constituyen, hoy por hoy, la más cara apuesta contra el centro decisivo de la productividad en México.⁹

Cuando la adhesión social es en torno a caudillos y no alrededor de programas o identidades políticas más complejas, la emoción sustituye a la razón en el quehacer público. Pero además, el compromiso puede ser más efímero. En este caso, después de haber simpatizado con las banderas sociales e incluso con la personalidad chocarrera del subcomandante enmascarado, amplios sectores de la sociedad comenzaron a fastidiarse de tal forma que, sin exigirla abiertamente, parecieron estar dispuestos a soportar una solución de fuerza al conflicto en Chiapas. La saturación de mensajes en los medios, junto con la persistencia de situaciones críticas, llega a causar irritaciones tan irracionales como las complacencias fáciles delante de símbolos políticamente dramáticos. La prensa mexicana de la segunda semana de febrero del 95, estuvo repleta de manifestaciones de apoyo editorial a la decisión del gobierno, que no sólo le había quitado la máscara a Marcos sino que, además, emprendía la persecución, en las selvas chiapaneca y urbana, de miembros del EZLN. Con ello se ponía en riesgo la paz y se descontrolaba la

⁹ Manuel S. Garrido, "La salida es el trabajo", en *Excelsior*, México, 11 de marzo de 1995.

estrategia gubernamental para negociar y no reprimir. Esa actitud duró un par de días, hasta que se recuperó, no sin exabruptos, la ruta del diálogo. El EZLN y el subcomandante, perdieron puntos en la contienda ante los medios con la decisión del Presidente Ernesto Zedillo para revelar la identidad de Marcos. Pero el gobierno retrocedió, en esa misma escala, cuando pudieron comprobarse las tensiones que, a su interior, podían inclinar la balanza de las decisiones del lado de la persecución.

RIESGOS DE UN LIDERAZGO AUTORITARIO

En momentos como éstos, de decisiones contradictorias delante de una sociedad desconcertada, se ha manifestado la fragilidad (o quizá resulte más pertinente decir inmadurez) de la cultura política mexicana. Nuevas o en crisis, las convicciones respecto de una figura, una causa o una institución, no han alcanzado a cuajar lo suficiente para soportar los vendavales de la confusión y la manipulación informativas que abundan en los medios (como reflejo, al mismo tiempo, del desorden que hay en los diversos segmentos del mundo político). Ese panorama, ha sido en especial estrepitoso por los efectos que tiene en el contexto de una crisis económica que ha golpeado a los mexicanos pero que, además, ha sido tan imprevista y de horizontes tan inciertos que ha redoblado la inseguridad respecto de los asuntos públicos.

Es decir, la recesión nacional no ha afectado sólo a la economía. El campo de la política, a pesar de tantos acontecimientos, se ha encontrado semiparalizado, tanto por la contundencia pasmosa de acontecimientos

que tienden a mezclarla con la delincuencia y las *vendettas* personales, como por la falta de liderazgos en sus espacios más importantes. Los medios, casi nada han hecho por distinguir entre la politiquería de las revanchas e insinuaciones y la política, erosionada y casi del todo ausente, entendida como el instrumento para comparar y compartir ideas de cambio social.

La política, así concebida, como construcción racional de puentes para dirimir las diferencias, es confrontación de proyectos, debate con salidas más allá del gusto por el discurso, intercambio creativo. Esa es, al menos, política civilizada. Lo que hemos tenido en circunstancias críticas como las que han salpicado el escenario mexicano entre 1994 y 1996, ha sido en muchas ocasiones la sustitución de la política por un tráfico de intereses tan perverso que se confunde con asuntos de nota roja.

Esa impolítica, entonces, con el interesado o despedido aval de los medios, se ha vuelto espectáculo. Quienes la han contemplado (e incluso aplaudido con fascinación morbosa) a menudo no han reparado en los desenlaces posibles de esa feria de gestos y hechos lamentables, ni han advertido que en su pasmo o entusiasmo, más que espectadores se vuelven coartada para dicha impolítica. Quienes pretenden influir en ese espectáculo apelan a las fibras emotivas, no a las racionales, de una sociedad a la que se pretende integrada por extasiados contempladores de la descomposición de la política. Las expectativas de esa sociedad varían de un momento a otro, según se muestra en situaciones de notable participación política, como sucedió en el agosto electoral de 1994 cuando, a pesar de los sobresaltos de ese año violento y en respuesta a ese contexto, el 80% de los ciudadanos registrados en el

padrón electoral acudieron a las urnas en una jornada pacífica y que produjo resultados de reconocida limpieza.

La construcción de opciones a partir de la política creativa y de ideas, se enfrenta, sin embargo, a la tendencia de las sociedades modernas, influidas de manera notable por los medios audiovisuales, para agruparse en torno a caudillos o líderes carismáticos. De la misma forma que, como ha sucedido respecto del ex presidente Carlos Salinas, la sociedad mexicana es capaz de concentrar su animosidad alrededor de personajes específicos, también podría depositar su confianza, de manera acrítica, en algunos otros. Entre 1994 y 1995, tan sólo en el transcurso de pocas semanas los sectores más impresionables de la sociedad mexicana, que no son pocos, han podido erigir, vituperar e incluso derrotar a aquellos a quienes la murmuración revanchista y catárticamente antiautoritaria, señaló como villanos. Sin embargo, ese afán personalizador no se ha traducido en la identificación de un liderazgo caudillista, quizá porque esta sociedad no ha tenido de dónde elegir a una o varias figuras de ese corte.

Las circunstancias, de deterioro político al mismo tiempo que económico, parecieran propicias para que en México surgiera un liderazgo populista, sustentado en recursos de manipulación de la imagen, sobre todo a través de los medios electrónicos de comunicación y que fuese capaz de catalizar el descontento de amplios sectores de ciudadanos. En épocas de crisis las soluciones mágicas, concentradas en personajes que de pronto resultan encumbrados hasta casi concederles posibilidades míticas, tienden a traducirse en construcción de nuevos autoritarismos.

En México, tal vez debido a la complejidad de nuestro entramado político, los liderazgos caudillistas nunca han tenido tanto arrastre como, por ejemplo, cuando el peronismo argentino. Dos presencias de la vida política mexicana funcionaron como salvaguardas para impedir un caudillismo que trascendiera a las instituciones. Por un lado, la existencia del partido que durante largo tiempo fue casi único permitía que, aun a pesar de la democracia, los conflictos dentro de las élites políticas se resolvieran sin costoso estruendo. Por otro, el presidencialismo siempre estuvo acotado por el hecho de que su enorme poder duraría seis años y ni un minuto más. Pero de la misma manera que el partido ha dejado de ser único, el presidencialismo ha cambiado de reglas, a juzgar por diversos acontecimientos en el último lustro del milenio.

Toda proporción guardada, la dificultad de las circunstancias mexicanas recientes se parece, en algunos aspectos, al panorama que había en Perú pocos años antes, cuando repentinamente emergió y venció la figura simplificadora y extravagante, pero para muchos confiable por heterodoxa, de Alberto Fujimori. O a la situación italiana, evidentemente distinta pero con semejanzas con México que recuerdan la exasperación social respecto de la política tradicional, la erosión a cargo de los mismos políticos profesionales entre quienes se descubrieron manejos y trampas de la más variada índole y las ganas de mucha gente ya no sólo de creer sino de que sus problemas se resolvieran de cualquier manera.

En México, al menos con presencia nacional, hasta 1996 no teníamos personajes que pudieran cumplir con todos los atributos de un liderazgo carismático aunque (por eso) autoritario y en donde la imagen

sustituyera al proyecto y las ideas, como en el Perú de Fujimori o la Italia de Silvio Berlusconi. Pero el caldo de cultivo estaba preparado: sociedad desconfiada después de largo tiempo subyugada, sistema político en creciente descomposición, disputa por el poder entremezclada —o contaminada— con episodios de nota roja, debilidad de actores institucionales como los partidos, reglas obsoletas o transitorias para la competencia política, medios de comunicación que contribuían a la propagación de prejuicios y rumores y por si fuera poco, una crisis económica que no parecía tener soluciones a corto plazo y que causará nuevas perplejidades y exasperaciones. Todo esto sucedía al mismo tiempo que los viejos liderazgos entraban en evidente decadencia, en tanto apenas se comenzaban a construir otros nuevos, sustentados en consensos democráticos. En río revuelto, podía haber ganancia de autoritarios.

De allí la gravedad actuante, pero también latente, en los comportamientos sensacionalistas que han acostumbrado los medios en nuestro país. La sociedad mexicana ha estado expuesta, como nunca antes, a una propagación de mensajes que sólo es tan grande como la confusión que despiertan. La abundancia de anécdotas es mayor que los datos esenciales. El rumor y el chiste políticos se vuelven recursos cotidianos para profundizar esa antiexaltación catártica del poder. Tenemos mucho ruido, pero pocos hechos.

El ruido en los medios, llega a ser tan fuerte que no deja escuchar y menos aún reflexionar. Estamos en una circunstancia que recuerda aquella que cuestionaba hace más de medio siglo el escéptico y ácido pensador checoslovaco Karl Kraus:

El mundo está sordo por el sonido. Yo estoy convencido de que los acontecimientos ni siquiera acontecen, sino que los clichés trabajan autónomamente. O que si los acontecimientos acontecen sin intimidación por parte de los clichés, un día dejarán de acontecer, el día que los clichés se rompan. El lenguaje ha podrido la cosa. El tiempo tiene hedor de frase.¹⁰

El mismo discurso político se fragmenta en frases y éstas, tienden a ser u oscuras (como las explicaciones económicas que el gobierno propala sobre la crisis), o tan vagas que no alcanzan a integrar y menos a transmitir una concepción integral de lo que está sucediendo (ése es el caso de numerosas interpretaciones que se leen o escuchan por los medios y que atribuyen esta crisis a circunstancias fatales, torpezas personales o conspiraciones inasibles).

El discurso del poder político, así como el de quienes buscan propagarlo o glosarlo, no alcanza a ofrecer explicaciones sobre qué está sucediendo, y por qué, en esta crisis mexicana. Los medios se han encargado de simplificar o, en otros casos, sobredramatizar los hechos. Los actores de la vida política, por su parte, parecen limitarse más a los gestos que a las formas tradicionales para construir los consensos. El discurso es segmentado y ajustado para quedar a la medida de los *sound bytes* que buscan la televisión y la radio. Hacer política, en esas circunstancias, se vuelve una construcción de clichés.

¹⁰ Karl Kraus. *Contra los periodistas. Y otros contras*, edición de Jesús Aguirre, Taurus, Madrid, 1992, p. 57.

La política ya no es el ejercicio deliberativo que se ha querido desde los atenienses y que se deseó educador y transformador para que en México avanzáramos a una democracia sustentada en las ideas, además del sufragio. Por un tiempo histórico, la política en México, como en el mundo, tuvo espacios con reglas y cauces: el parlamento, las elecciones, las instituciones. Incluso, la disputa política se concentró en la reivindicación o la reforma de esos espacios y sus reglas. Sin embargo ahora, cuando los partidos siguen empeñados en hacer transparentes las elecciones, ocurre que el espacio principal en donde se dirimen las preferencias ciudadanas es, antes que el momento circunstancial de las urnas, la presencia permanente de los medios de comunicación de masas.

En México apenas estamos construyendo instituciones con solidez suficiente para servir de equilibrios ante el poder gubernamental, cuando la avalancha de la información tiende a desacreditar, a partir de hechos y dichos de ellos mismos, a los legisladores. El parlamento está dejando de ser el espacio privilegiado para el ejercicio deliberativo que había sido la política. Esta es una circunstancia mundial, dentro de un proceso que en varios países ha significado la solidificación del caudillismo o del presidencialismo en perjuicio de los espacios parlamentarios. Pero a ella, llegamos en condiciones de mayor debilidad que otras sociedades.

Un pensador español ha dicho recientemente que: "La política como espectáculo agresivo que se representa para que un público ausente lo vea y oiga, sustituye a la política como acción de gobierno criticada por oponentes en un debate racional...", y adjudica ese cambio en la práctica de la política a tres factores: uno, el crecimiento de la llamada "sociedad mediática"; otro,

la disputa entre partidos que implica que se encuentren permanentemente en campaña delante de los ciudadanos y otro más, el abandono del parlamento como un lugar en donde se ofrezcan razones en aras del convencimiento.¹¹

Hace no mucho, Régis Debray ha considerado que así como la época de la escritura (la *grafósfera*) produjo al Estado Educador, ahora el auge de los medios audiovisuales (que conforman la *videósfera*) da lugar a un Estado Seductor.¹² Los consensos indispensables para gobernar en una sociedad plural, ya no se renuevan cada elección, sino en ocasión de cada crisis política en torno a la cual surgen nuevas y con frecuencia sorpresivas definiciones. El poder político ya no puede conformarse (como por lo menos en teoría tendría que ocurrir) con representar a los ciudadanos. Ahora tiene que convencerlos, seducirlos, como una de las tareas fundamentales en la búsqueda de estabilidad.

El Estado, de esa manera, se convierte en animador de espectáculos más que en promotor de un proyecto nacional. Se trata, al mismo tiempo, de un Estado Espectador pues sus operadores viven pendientes de qué se dice de ellos y sus acciones en los espacios de opinión de la sociedad. La tarea de revisar medios impresos, atender a la radio y presenciar la televisión, se ha convertido en necesidad onerosa, en todos los sentidos, para los funcionarios públicos y, en condiciones de emergencia como las que ha vivido México, estar sintonizados a los medios se vuelve compulsiva obsesión de los ciudadanos.

¹¹ Tomás y Valiente, *op. cit.*

¹² Régis Debray, *L'Etat Séducteur. Les révolutions médiologiques du pouvoir*, Gallimard, París, 1993.

Unos, en el poder político, atisban (o "monitorean") lo que se dice de ellos. Otros, en la sociedad, están atentos a los gestos del poder para encontrar en ellos nuevas señales del destino colectivo que se nos impondrá. Pero en ese proceso, los medios no quedan en medio. No hay asunto público, sobre todo de relevancia, en donde los medios no tomen partido. Defienden o comparten intereses muy específicos además de su interés para, al propagar una u otra causa, ganar o mantener auditorios.

Los medios y sus operadores, dicen representar a la sociedad. En ocasiones incluso, se autodefinen como *los* voceros de la sociedad. Y esta sociedad, antes ajena o lejana, ahora es coartada de los medios que recuperan de ella lo que les conviene y nada más. Si en la sociedad, como parte de un nuevo "sentido común" antiautoritario, a veces ciertamente primitivo, existen sentimientos de crítica al poder político o algunos de sus protagonistas, en los medios se recoge, se pule, se tamiza y se presenta entonces esa desconfianza como muestra de libertad de expresión. En otras ocasiones, las quejas y críticas se manifiestan tal cual surgen, como parte de la dramatización consustancial a los modos de funcionamiento de los medios en la actualidad. Lo importante es tener mucho ruido. El contenido es lo de menos.

6. Distorsiones de la realidad. Rumores, errores y calumnias

Los medios distorsionan la realidad, contribuyendo así al oscurecimiento del debate público, de varias maneras. En ocasiones se hacen eco de filtraciones

promovidas desde grupos de interés político, a veces con hechos reales extraídos de su contexto y volviendo noticia pública lo que en otras circunstancias hubieran sido sólo asuntos relativos a la vida privada (de ese tema nos ocupamos en el siguiente capítulo). En otras circunstancias, que son motivo del presente apartado, los medios se vuelven espacios para que se propaguen rumores, errores y calumnias.

RUMORA, QUE ALGO QUEDA

Los rumores tienen como campo propicio la confusión y la inseguridad, de las cuales se alimentan y a las que, a su vez, refuerzan. El mejor antídoto es la claridad, pero por muy diáfana que sea la circulación informativa, una sociedad moderna nunca está a salvo de la murmuración. En la medida en que los ciudadanos son, o se consideran más enterados de los asuntos públicos, saben o creen que todo lo entienden y así, el rumor recogido por algunos cobra legitimidad en la autosuficiencia de otros. Esto no implica que mientras más información mayores sean las posibilidades del rumor; pero en una sociedad cuyas coordenadas y convicciones están apenas en proceso de construcción, es más sencillo que las especulaciones se confundan con las certezas.

No es consuelo, pero el rumor, que siempre ha existido, sigue siendo un fenómeno de todas las sociedades contemporáneas e incluso, tiene un sitio —perverso y disruptor, pero reconocible— en las teorías modernas de la comunicación. El rumor es considerado como una forma de mensaje, ya sea que esté presente, o no, en los medios de comunicación. En todo caso, "circula en una masa social, emanado de muy diversos contactos o actos

de comunicación interpersonales y que se constituyen en fragmentos dispersos de mensajes emitidos por diversos canales, recompuestos y muchas veces deformados".¹³ La nebulosidad e incluso heterogeneidad de la fuente donde se produce, constituye una de las características del rumor pero no siempre es la más importante. La relevancia de un rumor se encuentra en el efecto que llegue a tener en la sociedad (a veces incluso incorporándose a su colección de creencias y convicciones, por muy absurdo que pueda resultar) más que en la manera como surgió. Los medios de comunicación, desde luego, han modificado, amplificándolas en forma extraordinaria, las capacidades de diseminación de los rumores. De todos modos, en los estudios contemporáneos sobre este asunto suele destacarse el origen personal, en el contacto directo entre individuos, que luego adquiere gran propagación, e incluso legitimación, cuando el rumor salta a los medios.

Los rumores, dice otro glosario sobre medios, tienen las siguientes características:

su origen, nunca o casi nunca puede ser rastreado; puede diseminarse (casi) a la velocidad de la luz; sólo se diseminará si el rumor alcanza el momento de la credibilidad (incluso si esta credibilidad tiene solamente el tamaño de un grano de sal) y medra en comunidades muy estrechas que no tienen canales regulares o formales de comunicación, o canales que son ineficientes o no reconocidos como importantes.¹⁴

¹³ Carlos González Alonso, *Principios básicos de comunicación*, Trillas, México, 1992, p. 83.

¹⁴ James Watson y Anne Hill, *A Dictionary of Communication and Media Studies*, Edward Arnold Ed., Londres, 1993, p. 163.

La poca credibilidad de los medios de comunicación, es reconocida, así, como propicia para la expansión del rumor. Al mismo tiempo, no hay rumor que no tenga una aunque sea mínima posibilidad de parecer verosímil.

Toda colectividad quiere explicaciones o, por lo menos, certezas de las cuales se pueda asir. Cuando hay cambios abruptos (movimientos políticos, crisis económicas, crímenes, etcétera) es más sencillo que una sociedad, consternada y confundida, sea presa de los rumores. Estos, son un recurso de las comunidades cuando hay asuntos de importancia para los que no se encuentran explicaciones suficientemente convincentes.

El rumor es una información diseminada que proviene de una fuente desconocida, una transacción colectiva cuyos componentes consisten en actividad intelectual y comunicativa. Surge cuando las personas atrapadas conjuntamente en una situación ambigua, intentan dar de ella, reuniendo sus recursos intelectuales, una interpretación con sentido. En pocas palabras, el rumor es un esfuerzo colectivo para lograr una definición.¹⁵

Es decir, el rumor surge como resultado de una búsqueda de certezas, especialmente en situaciones en las que ellas están ausentes.

Hay autores para quienes el rumor es parte del sistema de comunicación informal. Para algunos, se trata de una "noticia no confirmada y sin fuente precisa que circula entre el público como hipótesis"¹⁶ y

¹⁵ Reed H. Blake y Edwin O. Haroldsen, *Taxonomía de conceptos de la comunicación*, Nuevomar, México, 1987, pp. 34 y 35.

¹⁶ José Martínez de Souza, *Diccionario general del periodismo*, Paraninfo, Barcelona, 1981, p. 466.

"prolifera particularmente cuando faltan o escasean las noticias verdaderas... Muchas veces el rumor precede a la aparición de la noticia auténtica; otras, ocupa su lugar, más o menos lejos de la verdad, e incluso, cuando ésta se hace pública, el rumor convive durante algún tiempo con ella".

En otros términos, al rumor se le llega a considerar como versión distorsionada, pero con algo de verdad, de lo que en realidad sucede. Hay, de esta manera, dos actitudes benévolas, o receptivas, respecto del rumor. Por un lado, aquella que lo considera un recurso provechoso para que en condiciones de restricciones a las libertades de expresión, se propaguen hechos que de otra manera no tendrían canales para circular dentro de la sociedad. ("En los países sin libertad de expresión, el rumor suele tener vocación política, y es, en cierta manera, el portavoz de la verdad oculta", dice el mismo autor).¹⁷ Aquí, el problema es cómo se discrimina entre la verdad auténtica y las falsedades que, también con fines políticos aunque puedan ser considerados como nobles, o moralmente reivindicables, se propagan a través de rumores.

La otra función "útil" que algunos autores le encuentran al rumor, es posibilidad de que sirva como anzuelo para, a través de él, pescar la verdad auténtica. Se le equipara entonces con lo que en algunos países, en la jerga periodística se denomina como "globo sonda" y que es, según Martínez de Souza, un "suelto que se publica con la intención de obtener confirmación o rectificación y producir nueva información".¹⁸ Se trata, entonces, de mentirijillas para sacar verdades.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*, p. 219.

Desde luego, el empleo de ese recurso periodístico es harto discutible y es preciso distinguirlo de los rumores que se propagan deliberadamente para, más allá de su efecto en los medios, pero junto con él, obtener consecuencias políticas o económicas específicas.

Para otras corrientes en la llamada ciencia de la comunicación, el rumor es la consecuencia, de hecho inevitable, de la distorsión que las noticias experimentan a fuerza de saltar de uno a otro canal sin que, a la postre, pueda identificarse su fuente original. Así entendido, el rumor es considerado como un "discurso no oficial y no acreditado[...] el resultado final de una información no verificada que se ha desarrollado por varias etapas a través de un sistema de comunicación[...]. En el rumor, el asunto esencial es que el receptor de la información es incapaz de verificar su exactitud".¹⁹

Esos autores, explican:

El crecimiento de los medios de comunicación aumenta este efecto y ha modificado la interpretación más tradicional del rumor como dependiente siempre del contacto cara a cara entre la gente. Un ejemplo, puede encontrarse en los continuos informes de rompimientos inminentes en los matrimonios de la realeza británica a final de los años ochenta y comienzos de los noventa. Numerosos rumores, seguían el mismo patrón: una declaración extraoficial relacionada con un posible romance, era amplificada a través de la cobertura periodística y, entonces, era desmentida de manera oficial. Lo que

¹⁹ Tim O'Sullivan, *et al.*, *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*, Routledge, Londres, 1994, p. 274.

había comenzado en un nivel cara a cara, terminaba como una declaración oficial a nivel, ya, de la sociedad. Debido a la casi simultánea transmisión de información que hay en algunos medios de comunicación, puede incluso ocurrir que la noticia de un rumor en realidad sirva como legitimadora de esa información y se vuelva parte de la herencia verbal o literaria de la comunidad. Como el proceso de legitimación contradice el habitualmente breve periodo de vida del rumor, entonces propicia información no acuciosa, sin contexto, y vincula al rumor con las creencias populares.²⁰

Los medios, de esta manera, no sólo amplifican y propagan el rumor con una capacidad que supera a cualquier dispersión de noticias a través de mecanismos convencionales. Además, llegan a conferirle una curiosa y quizá reprobable, pero resistente legitimidad. En las definiciones que hemos consultado, encontramos que el rumor surge, en especial, en situaciones de ausencia de información suficiente y confiable en una sociedad; ésa es responsabilidad del poder político, pero también de otros actores institucionales y de los medios mismos. También hay coincidencia en que no basta con decir la verdad para contrarrestar un rumor; cuando llega, se queda por un tiempo aunque su capacidad disruptiva ya haya tenido consecuencias, o haya sido atemperada.

Los medios de comunicación de masas, al recoger rumores, en ocasiones lejos de aclararlos o disminuirlos, les dan nueva fuerza: ésa es una de las grandes paradojas de la comunicación contemporánea que, en

situaciones de enrarecimiento social, llega a conferir carácter de autenticidad a las mentiras, en tanto que hay verdades que los públicos de los medios no quieren admitir como tales. Los medios, finalmente, en tanto son menos creíbles (por muy amplia que sea su audiencia) sirven menos para disminuir un rumor importante. La propagación del rumor es directamente proporcional a la incapacidad de aclaración por parte de las fuentes formales, sean gubernamentales o privadas, en donde los ciudadanos suelen encontrar noticias. "Si bien su transmisión se realiza mediante canales informales, el rumor surge de información insuficiente de los canales oficiales" (Blake y Haroldsén).

¿Cómo impedirlos? No hay recetas, pero del diagnóstico de cómo y en qué condiciones se difunden, pueden hallarse opciones para, al menos, atemperar los rumores y sobre todo sus efectos. Escriben Watson y Hill:

El único antídoto para el rumor es la comunicación eficiente, completa y abierta, con fuertes líneas, tanto horizontales como verticales, de comunicación. El impacto del rumor raramente es benéfico. Sobre todo, el rumor es corrosivo para las relaciones humanas, alienta la sospecha y los malos sentimientos. Su hábitat favorito es el vacío en la comunicación. Una dudosa compensación es que los sujetos, o "víctimas" del rumor, son generalmente los últimos en escucharlo; al menos, por supuesto, que ellos mismos hayan comenzado con ese rumor.²¹

²⁰ *Ibid.*, pp. 274 y 275.

²¹ Watson y Hill, *ibid.*

Lo peor del rumor es la insidia que despierta. Aunque se le sepa falso, habrá quienes estén dispuestos a escucharlo y hasta a darle alguna credibilidad. Murmura, que algo queda, puede pensarse. Expresiones de los defectos en toda sociedad, en la medida en que a los rumores se les puede entender, se les comienza a esquivar.

ESPECULACIÓN INFORMATIVA Y FINANCIERA

Los rumores en la prensa mexicana, han proliferado con velocidad, en la inseguridad y provocando estrépitos como los que advierten los autores antes citados: Información oficial tardía o confusa, ánimo sensacionalista de algunos medios y, también, intenciones deliberadamente tergiversadoras, se han conjugado para la proliferación de engaños, o de hechos no del todo ciertos, que han provocado confusiones pero, en ocasiones, daños incluso a la economía mexicana. Algunos ejemplos:

El viernes 3 de noviembre de 1995, media docena de líneas ubicadas al final del cable de la agencia de noticias Associated Press, en donde se sugería que podía haber un golpe de Estado en México, causaron una oleada especulativa que intranquilizó al sistema político y desconcertó a las finanzas públicas. Se trataba de un nuevo episodio en donde la vulnerabilidad de los mercados del dinero, dejaba libre tránsito a versiones sin confirmación, como si lo importante no fuera la realidad de un país sino las imágenes que pudieran formarse sobre ella. En la percepción de algunas firmas de análisis periodístico y financiero que, por desdicha, tienen credibilidad en los circuitos en donde se deciden importantes transacciones de dinero en el

mundo, llegó a tener más peso la especulación que los hechos sobre la economía y la política mexicanas.

No era la primera vez. Ya en diciembre de 1994, las versiones sin confirmar sobre una presunta exacerbación del conflicto en Chiapas, junto con la impresión de fragilidad que en algunos circuitos del exterior dio la composición del entonces nuevo gobierno del Presidente Zedillo, jugaron entre los factores que desestabilizaron a la economía mexicana. Los veleidosos mercados internacionales, especialmente aquellos que se encuentran condicionados por pequeños ahorradores que buscaban aprovechar, pero sin confiar demasiado, las ventajas del rendimiento alto en el corto plazo que ofrecía México a las inversiones, se dejaron asustar y emprendieron una retirada que desequilibró de tal modo a las finanzas de nuestro país que la devaluación y una nueva dependencia respecto de los créditos estadounidenses, se volvieron inevitables.

México al parecer aprendió la lección y desde 1995 el gobierno se propuso impulsar el ahorro interno. Pero mientras eso ocurría, sin que por ello se rechazara a la inversión foránea, se produjeron episodios como el de noviembre. El cable, del corresponsal de AP-Dow Jones, Mike Esterl, comentaba las dificultades recientes del peso mexicano y, hacia los últimos párrafos, advertía que entre ellas, estaban versiones sobre una actitud más activa del Ejército de nuestro país que habría presionado para que el gobierno renunciara. Se mencionaban declaraciones de un analista llamado Frank Fernández, cuya opinión parecía reforzar los efectos de la versión sobre las fuerzas armadas ("el simple hecho de que estemos escuchando rumores en ese sentido, tiene que afectar a los mercados mexicanos").

Es decir, a una especulación que el mismo Esterl calificaba como uno entre varios "rumores descabellados", se le confería, si no verosimilitud, al menos la capacidad de trastocar a los mercados financieros en México. Se trataba de un círculo vicioso: la agencia dio a conocer una versión que se sabía falsa, pero al mismo tiempo se admite que tal falsedad, a pesar de ello, podía propiciar inestabilidad. Y aún así, se le daba difusión.

Antes de ese primer viernes de noviembre, el mercado financiero en México estaba recuperándose, sobre todo a partir de nuevas medidas económicas que el gobierno había anunciado. No se sabía, o al menos no hubo testimonio periodístico de ello, de una versión sobre posible inestabilidad política que estuviera afectando el interés de los inversionistas o la paridad del peso frente al dólar. En ese contexto, fue como el rumor empezó a circular. Posteriormente se diría que el autor de la nota, Mike Esterl, solicitó expresamente a la redacción de su agencia de prensa que la información fuera difundida antes de la apertura de los mercados mexicanos, ese día.²² Sin duda, cualquier periodista quiere que sus informaciones y comentarios se difundan lo más pronto posible, pero esa insistencia tan específica levantó amplias sospechas. Fuera del propósito de influir directamente en el mercado mexicano, no parecía que hubiese motivos profesionales para que el autor de la nota quisiera que se difundiera temprano. Los diarios en todo el mundo para entonces ya estaban impresos e incluso, los programas de noticias en radio y televisión, tanto en Estados Unidos

como en México, ya tenían definido su contenido en términos generales.

Así, la insinuación contenida en esa nota de Esterl tuvo su efecto principal entre inversionistas interesados en asuntos mexicanos, que se dejan orientar por las posiciones que les ofrece la Dow Jones, que es la empresa que edita el diario *The Wall Street Journal*. La información fue enviada por el hilo de la AP poco antes de las siete de la mañana, tiempo de México. Tres horas más tarde, la agencia Reuters se hizo eco de la fabulación periodística y envió un cable en donde mencionaba "una serie de rumores, entre ellos el de un golpe de Estado en México", que habrían sacudido al mercado de divisas en nuestro país. Aunque aclaró que sus corresponsales no habían encontrado evidencias de ese presunto golpe, Reuters comentaba que entre las versiones procedentes de Nueva York se afirmaba que "las tropas se encontraban en las calles de la capital del país".

La versión, entonces, le dio la vuelta al mundo. Sobre todo, tensó las líneas financieras entre México y Wall Street y las de carácter político entre Los Pinos y la Casa Blanca. El gobierno mexicano tuvo que aclarar que esa y otras versiones (se hablaba de una nueva crisis en el estado de Chiapas, y de la renuncia del secretario de Hacienda) eran falsas. Incluso, el gobierno estadounidense manifestó que no había verosimilitud en la murmuración desplegada por las dos agencias de noticias: una, la que había dado rienda suelta al rumor y la otra, que se hizo eco de tal versión.

El comportamiento de ambas, también fue distinto. La misma tarde del mismo 3 de noviembre, Reuters envió a sus abonados una aclaración en donde precisaba que

²² La versión fue proporcionada por el periodista Carlos Fernández-Vega en *La Jornada* del domingo 5 de noviembre de 1995.

en ningún momento difundió o dio crédito a tales rumores falsos. Es estricta política de Reuters no difundir rumores; sin embargo, una vez que los mercados financieros se ven afectados por rumores como en este caso, tenemos la obligación de explicar la razón que originó los movimientos en los mercados y hacer las averiguaciones correspondientes.

La agencia, de origen británico, apreció la gravedad de la especulación que había contribuido a propagar. Su aclaración era discutible y parcial, porque al hacerse eco de fuentes no identificadas en una información extremadamente grave (¿quién, si no, decía en Nueva York que había vehículos militares ocupando calles en la Ciudad de México?) contribuía a reforzar la murmuración. Por lo menos, se dejaban dudas sembradas entre quienes conocieran el cable de esa agencia. Por parte de Reuters hubo un intento para precisar una posición ante informaciones falsas. AP-Dow Jones no tuvo prisa para hacer algo similar. Nunca se explicó por qué esa empresa de noticias le dio cabida a una información falsa, aunque fuera con el pretexto de que se le calificaba como rumor. Es difícil pensar que se trató, así nomás, de una metida de pata. Más bien, pareció intencional zancadilla. Un par de días más tarde, el economista David Márquez Ayala escribió:

A una agencia como Dow Jones se le puede acusar de muchas cosas pero no de descuido y mucho menos de ingenuidad; conocen a la perfección, porque de eso medran, la fuerza de la información, de la desinformación, de las interpretaciones y de los rumores. Ahora se les pasó la mano y habrán de

conocer el costo del cretinismo, del juego sucio, del golpe bajo.²³

Ese mismo día, en uno de los foros del servicio Compuserve, una de las redes electrónicas subsidiarias de la Internet, encontramos el siguiente comentario de la periodista Jessica Kreimerman, que ha trabajado en medios de México y otros países y que le decía a un interlocutor en un diálogo por ese medio:

Particularmente, hablando de AP-Dow Jones puedo decirte que es una agencia muy seria (yo trabajé en el buró de Madrid hace dos años y conozco los estándares que tienen, y son mucho más estrictos que los estándares mexicanos, para dar sólo un ejemplo) y que no publica las cosas así por así... Si escribieron algo así, es porque tenían que tener una fuente de muy alto grado que les informó eso. Créeme que no es tan fácil que los filtros de noticias irresponsables pasen por una de estas agencias (aunque no es imposible). Acuérdate que en México hay muchas manos de pulpo donde no se ven.

Por esas fechas, en los más diversos foros mexicanos, desde la prensa hasta las cámaras legislativas, proliferaron quejas y denuncias contra la AP, pero quizá con resultados fundamentalmente catárticos. Se cuestionaba la maniobra especulativa pero no las condiciones que la habían vuelto posible. Otros puntos de vista, consideraron que era un tanto ingenuo preocuparse por rumores como el de aquel viernes, porque lo más importante era el clima de desconfianza en donde casi cualquier versión disparatada podía reproducirse.

²³ *La Jornada*, México, 5 de noviembre de 1995.

En realidad, no hacía falta dejar de inquietarse por el origen específico del famoso rumor para reconocer, también, la existencia de grupos que por nerviosismo o beneficio, seguían (o dicen que estaban) en la incertidumbre en torno al rumbo económico de México. El primer problema, el origen del rumor, quedó al menos parcialmente resuelto y a su para entonces comprobada falta de responsabilidad profesional, la agencia Associated Press añadió una peculiar carencia de sensibilidad política al declarar que seguía creyendo en la confiabilidad de la "fuente" que le sugirió la versión del golpe de Estado.

Por otra parte, en su mencionada rectificación Reuters añadía un comentario que era importante no soslayar: "Vale la pena anotar que luego de la difusión de nuestra historia explicando la falsedad de los rumores, *ciertamente motivados por deseos de lucro rápido por parte de algunos especuladores financieros*, el peso recuperó casi la totalidad del terreno perdido".²⁴ El subrayado es nuestro y, en él, se enfatiza el señalamiento de la que habría sido la causa de las versiones falsas sobre la inestabilidad política en México: ganas de lucro financiero rápido. Reuters no explicó quiénes podrían ser tales especuladores y quizá fuese problemático saberlo desde la investigación periodística. Sin embargo, para las autoridades financieras y especialmente el Banco de México, no hubiera resultado difícil conocer quiénes, desde dónde y en qué montos, hicieron grandes movimientos de compra y venta

²⁴ Las notas de Reuters y AP fueron publicadas, total o parcialmente, en varios diarios mexicanos. Nosotros tomamos las versiones de los espacios que ambas agencias tienen en el servicio de noticias de Compuserve.

de dólares entre las diez y las doce o trece horas de aquel viernes 3 de noviembre.

Los medios informativos, pudieron tener una experiencia intensa y aleccionadora en ese episodio. No todas las noticias que llegan de Wall Street son confiables. Allá también se equivocan. Allá, también hay influencias que distorsionan la objetividad, incluso en las empresas de noticias más reputadas como serias. La AP-Dow Jones perdió, al menos en México, en ese incidente, el patrimonio más importante de toda empresa informativa, que es su credibilidad. A cambio de ello, algunos especuladores ganaron muchos dólares.

YERROS, LIGEREZAS, ZANCADILLAS

La irreflexión con que en algunos medios internacionales se comentan los asuntos mexicanos, ha originado equivocaciones, a veces con desmentidos, por parte de y en algunos medios mexicanos. El 15 de marzo de 1995 *Reforma* publicó en su primera plana la versión, según se dijo entonces proporcionada por *The New York Times*, de que informes de la Agencia Central de Inteligencia estadounidense indicaban que los expresidentes José López Portillo y Miguel de la Madrid, habían forjado grandes fortunas a partir de malos manejos durante sus administraciones. El primero, habría acumulado más de tres mil millones de dólares y el otro, más de cien mil, según esa fuente. Al día siguiente, el diario mexicano publicó cartas de los hijos de López Portillo (que estaba enfermo, convaleciendo de una operación) y de Miguel de la Madrid, en las que se negaban tales versiones. Para este último, las acusaciones, que decía no eran nuevas sino que se remontaban

a 1984 se habían originado, entonces, en "el interés de algunos grupos radicales en Estados Unidos para vulnerar mi reputación y amedrentarme en relación a la política exterior del gobierno que me honré en presidir", especialmente para que México dejara de apoyar a los insurgentes en Nicaragua. Los hijos de López Portillo hicieron una exigencia muy específica: que *Reforma* publicara la nota del *NYT*, los reportes de la CIA y las presuntas pruebas en contra de su padre.

Sabían que era imposible, porque el diario neoyorquino no se había referido, al menos por esas fechas, a la situación patrimonial de los exgobernantes mexicanos. Ese mismo jueves 16 de marzo *Reforma* tuvo que publicar, en su primera plana, una nota en donde se decía:

PRECISION: Los datos que integraron la gráfica de ayer sobre las presuntas fortunas de expresidentes mexicanos aparecieron en un artículo de Jack Anderson y Michael Binstein distribuido el lunes por el servicio informativo de *The New York Times*.

Es decir, se aclaraba que tal información no había aparecido, necesariamente, en las páginas del *NYT*. Pero tampoco eso era cierto. Al otro día, viernes 17, de nuevo *Reforma* tuvo que especificar:

ACLARACION: La información publicada el miércoles en una gráfica sobre las presuntas fortunas de expresidentes de México, fue extraída de una columna de Jack Anderson y Michael Binstein, distribuida por la United Features Syndicate, y no por *The New York Times* ni por su servicio informativo.

Desmentida dos veces la fuente de las acusaciones, éstas quedaron difuminadas en la retahíla de contestaciones y aclaraciones. *Reforma* nunca ofreció disculpas por ese manejo informativo tan torpe.

Las aclaraciones se han vuelto asunto de todos los días en la prensa mexicana. En alguna medida, ello da cuenta de la abundancia de informaciones no oficiales que, a diferencia del pasado inmediato, proliferaban en una prensa tan anodina y dependiente de boletines que nadie se tomaba la molestia de desmentirla. También, en segundo lugar, ésa ha sido una costumbre originada en la vocación participativa de los lectores de algunas publicaciones, que colman de precisiones, añadidos y toda clase de contribuciones, las secciones de cartas de ciertos diarios (en *La Jornada*, "El Correo Ilustrado", el espacio para la correspondencia de los lectores, es sin duda una de las páginas más leídas). En tercer lugar está la falta de rigor con que, en parte por la presión inherente siempre al diarismo pero además debido a la poca meticulosidad y a la ausencia de controles internos suficientemente eficaces, actúan numerosas publicaciones. Y en cuarto lugar, si hay desmentidos es porque hay equivocaciones y abusos. A veces, se trata de errores simplemente. En otras ocasiones, se ha podido documentar el intento por confundir, o emplear contextos de confusión ya existentes, como en el caso de la noticia del presunto golpe de Estado difundida por la AP, que comentamos en páginas anteriores.

El 13 de diciembre de 1995, circuló por las redacciones de los medios mexicanos la versión de que una carta del expresidente Carlos Salinas, hacía terribles acusaciones en contra de políticos y periodistas presumiblemente confabulados para desacreditarlo.

Exactamente diez días antes, Salinas había dado a conocer un extenso documento en donde presentaba su versión de la crisis económica del año anterior y hacía acusaciones políticas al expresidente Echeverría. Ese texto motivó significativas turbulencias en las élites políticas y en la sociedad mexicana, de tal manera que no parecía descabellada, al menos en principio, la versión de que había un nuevo documento. Lo que sucedió, fue que en Los Angeles un periodista mexicano, Gabriel Alós, dio a conocer a través de una oficina de su propiedad, la versión de ese nuevo texto. Como las siglas de esa oficina se parecen a las de la firma Telemundo, que tiene un servicio de noticias que transmite las 24 horas, se llegó a pensar que ésa era la fuente aprovechada por el expresidente. En pocas horas, los rumores proliferaron hasta que el mismo Carlos Salinas dio a conocer un breve texto, en donde asentaba que estaban circulando "una declaración y carta atribuidas a mí que son totalmente falsas". Y añadía: "es necesario poner un alto a los rumores que buscan perjudicar a nuestro país". El mismo Salinas, un par de días antes había sido víctima de otro rumor, cuando la cadena de televisión estadounidense NBC dijo en su noticiario estelar que ese exgobernante mexicano estaba siendo investigado por las autoridades judiciales de nuestro país. La Procuraduría General desmintió, a su vez, esa falsa versión, que formaba parte de un denso panorama de acusaciones, refutaciones y mentiras.

CALUMNIAS. FALSEDADES INTENCIONALES

En otras ocasiones, ha sido patente cómo las versiones falsas se distribuyen a sabiendas de que no hay elementos que las sustenten. Se trata entonces, ya no de deslices atribuibles a la confusión o la improvisación, sino de calumnias.

El 15 de octubre de 1995, *La Jornada* publicó en primera plana la entrada de la columna "Clase Política", del reportero José Ureña, en donde se ofrecían declaraciones del exjefe de la Oficina de la Presidencia, José Córdoba Montoya, sobre sus motivos para no acudir a las autoridades judiciales a declarar en torno al asesinato de Colosio. (Córdoba había sido acusado por supuesto encubrimiento, e inclusive presunta responsabilidad, en ese delito, aunque sin pruebas documentadas.) Ureña aparecía como testigo (y transmisor) de las declaraciones de ese personaje. El sitio y la circunstancia de la aparente entrevista era descrito de la siguiente manera:

Un Jetta negro circula por la Ciudad de México. Dos hombres —un amigo que sirve de chofer y el excogobernante en el asiento de la derecha— hablan de política nacional y extranjera, de la economía nacional en desastre...²⁵

²⁵ José Ureña, "Clase Política. Si voy a declarar, me pueden acusar de encubrimiento: José Córdoba Montoya" en *La Jornada*, México, 15 de octubre de 1995.

Así presentada, el lector podía suponer que se trataba de una entrevista exclusiva. Una primicia. Tanto así que *La Jornada* la ofrecía en su primera plana, reconociendo ese mérito periodístico.

Pero era pura mentira. El diálogo, al cual ese diario dedicó toda su página cuatro en la edición de ese domingo 15 de octubre, terminaba con una escondida aclaración al final de la plana:

PD: Un conocido, amigo de José Córdoba, me comentó que el doctor partirá mañana a Washington, a seguir su trabajo para el Banco Mundial (BM). Mientras, aquí está una entrevista que podría ser imaginaria para la PGR de Antonio Lozano Gracia, pues no dan con él.

Ureña, ni siquiera aclaraba que la entrevista era ficticia, como tuvo que aclarar Córdoba en una carta aparecida días después.

* * *

El 25 de septiembre de 1995 en su noticiero *Para Empezar*, de Stereorey, el locutor Pedro Ferriz de Con aseguró que el periodista Julio Scherer García, director de la revista *Proceso*, había depositado cinco millones de dólares en un banco de los Estados Unidos. Ferriz estaba enojado porque, la semana anterior, esa revista había publicado una nota en donde se le ridiculizaba por su transmisión de la ceremonia del 15 de septiembre. Ferriz dijo, de acuerdo con la transcripción publicada por el periodista agraviado:

Yo espero, mi querido reportero este, que hiciste el artículo este, pues que te paguen bien tus cincuenta pesos que te pagan por artículo, ver si dentro de los buenos reporteros que hay dentro de la revista *Proceso* me ayudan a encontrar algo, porque fíjense que por ahí algo que surgió la semana pasada, que inmediatamente me llamó mucho a la suspicacia. Resulta que el muy nervioso director de esta revista, el señor Julio Scherer García, anda nerviosón, porque hizo la semana pasada un depósito en un banco gringo, fíjense. ¡Qué cosas curiosas! Tan nacionalista... Por cinco millones de dólares. Hizo un depósito por cinco millones de dólares, en una cuenta bancaria, en un banco gringo. Y las autoridades de allá, y las de acá están... Como usted sabe, después de un depósito de cien mil dólares se hacen investigaciones sobre la procedencia del dinero. Ahora están tratando de ver de dónde sacó —yo me imagino que de las ventas de su revista— el señor Julio Scherer, cinco millones de dólares en una sola emisión, para hacer de ello un solo depósito, la semana pasada.

Mi querido Julio: si esto que estoy diciendo no es cierto, por favor dilo, ¿no? Porque yo estoy seguro que sí es cierto, porque tengo aquí los argumentos y los documentos que avalan este depósito, y te felicito. Después de tanto criticar a los ricos, ya te castigó Dios: ya lo eres.²⁶

La manera como Ferriz dio a conocer esa versión de la supuesta (y, según insinuaba, sospechosa) fortuna

²⁶ La transcripción aparece en "Demanda Julio Scherer García, por difamación, al conductor del noticiario *Para Empezar*", *Proceso*, no. 987, México, 2 de octubre de 1995.

de Scherer, era tan llamativa como la denuncia misma. Primero, incorporaba una dosis de insidia al contrastar el presunto pago (muy bajo) que recibía un reportero de *Proceso*, con el enorme monto de un solo depósito bancario del director de la revista. Al final, se remarcaba que habiendo criticado tanto a los ricos, ahora Scherer también lo era (como si eso lo desacreditara a él, o a su publicación, para sostener una determinada línea editorial). "Anda muy nervioso", reiteraba el locutor, siempre en el plano de la especulación pero como si le constara cuál era el ánimo del periodista, sugiriendo así que Scherer tenía motivos para estar intranquilo. Luego, el dato del supuesto depósito millonario, junto con el recordatorio de que las transacciones por esos montos eran supervisadas por las autoridades estadounidenses, permitía sugerir que Scherer estaba bajo investigación.

Una mentira, conducía a la otra y así, hasta la afirmación, contundente delante de los micrófonos, de que Ferriz tenía en sus manos las pruebas de lo que decía. La versión comenzó a correr y ese mismo día se reprodujo en un noticiario de televisión. Algunos reporteros comenzaron a indagar si Scherer estaba siendo investigado, o no.²⁷

Scherer respondió por la vía judicial. El 27 de septiembre, presentó una demanda por difamación y calumnias en la agencia del Ministerio Público de la Delegación Benito Juárez.²⁸ Allí, el director de *Proceso*

²⁷ Alberto Lozano, "Falso que autoridades de EU o México investiguen supuestos depósitos de Scherer", *El Economista*, México, 3 de octubre de 1995.

²⁸ David Vicenteño, "Demanda Scherer a Ferriz", en la primera plana de *Reforma*, México, 28 de septiembre de 1995.

manifestó que "La credibilidad de un periodista, en este caso la mía, depende de su integridad personal y de una fama pública limpia. Las insinuaciones que implican los dichos de Pedro Ferriz de Con, afirmados sin exhibir las pruebas documentales, pueden afectar mi reputación personal, toda vez que he llevado y tengo una carrera limpia".²⁹

La causa de Scherer despertó solidaridades, a pesar de las discrepancias profesionales que otros periodistas mantienen con el estilo informativo de *Proceso*. Gustavo Hiraes, en *El Nacional*, escribió:

En estas páginas he criticado a *Proceso*, o a algunos de sus redactores, debido precisamente a la tendencia de esa revista a inventar hechos y responsabilidades a partir de informaciones con poco o nulo fundamento. El caso más reciente fue cuando, sin más base que las fatuas afirmaciones de un estudioso estadounidense, *Proceso* presumió que hubo dinero del narcotráfico en la campaña presidencial del PRI en 1994. En un caso similar, aunque en una relación mucho más directa, ahora es Scherer el que enfrenta los costos de una acusación sin pruebas. Mi posición, entonces y ahora, es la misma: nunca tendremos medios y periodistas responsables, si la ley no se respeta ni se aplica, y si cualquiera sigue diciendo y escribiendo, a diestra y siniestra, lo que le viene en gana, sin sentir jamás la necesidad de probar lo que tan frívola e impunemente se afirma.³⁰

²⁹ "Demanda Julio Scherer...", *op. cit.*

³⁰ Gustavo Hiraes, "Los hechos y los mitos. El affaire Scherer-Ferriz de Con", *El Nacional*, México, 2 de octubre de 1995.

Para entonces, además, había corrido la versión de que Ferriz no actuó por iniciativa propia sino haciéndose eco de algún funcionario gubernamental que, para golpear a Scherer, le hizo creer al locutor que contaba con pruebas (que nunca le mostró) del supuesto depósito dólar-millonario. Ese mismo 2 de octubre, en *Reforma* y los diarios en donde publica su columna cotidiana, Miguel Angel Granados Chapa consideró que el caso en el que se ponía en duda la reputación de Scherer, "una de las más firmes y limpias del periodismo mexicano", "tendrá resonancias y trascendencia, porque implica problemas que van más allá de una disputa entre medios de información, pues aluden a las relaciones de la prensa con el poder". Y consideró Granados:

No es necesariamente sano que las querellas entre los medios se lleven a los tribunales, no sólo porque un periodista que acusa de difamación esté en permanente riesgo de que se haga lo mismo en contra suya, sino porque la procuración e impartición de justicia pueden adulterar los casos con sus propios ingredientes. Pero don Julio no está denunciando a Ferriz de Con, o no sólo está haciendo eso. Está haciendo notar que el poder, o funcionarios gubernamentales para decirlo menos pomposamente, lo tienen en la mira, y está anunciando su disposición a defenderse. En otra emisión informativa, el mismo lunes 25, se insistió sobre el tema, se habló ya de "lavado de dinero" y se dijo que "versiones no confirmadas así lo apuntan por parte del gobierno federal". Puesto que Ferriz de Con dijo tener pruebas, y de haberlas éstas sólo podrían tener un origen gubernamental, está claro de qué se trata.

Por esa razón, y por muchas otras, es imperativo no guardar silencio sobre el asunto, y apoyar la decisión del director de *Proceso*, don Julio Scherer García, que tiene otros defectos, no los que le imputan.³¹

Las autoridades judiciales, enfrentadas a una situación poco frecuente (pues no lo es que las víctimas de calumnias en los medios se inconformen por la vía legal, ni mucho menos que un periodista demande penalmente a otro) tardaron en citar a Ferriz. Tanto, que Scherer insistió en su demanda.³² El 19 de octubre, al hablar en una convención de maquiladores en Cancún, Ferriz de Con manifestó:

...a mí me demandó Julio Scherer, verdad, y este, ¿quieren que les diga una cosa? No estoy contento por la demanda, mi vieja me alucina... estoy encantado por haber sido demandado, porque ¿saben qué?, es un enfrentamiento entre una prensa corrupta y difamadora y otro cuate que a lo mejor no pudo tirar la primera piedra, pero que por lo menos pretendo ser más decente... lo único a lo que nos estamos enfrentando es a un señor que todo mundo le tiene miedo y que yo no me explico por qué. No me lo explico, o sea, a lo mejor ellos saben cosas que yo no sé, pero por lo pronto tengo un principio de toda mi vida que me enseñó mi padre, que me dijo: tú no te echas para atrás ni para agarrar vuelo. O sea que no me voy a echar.³³

³¹ Miguel Angel Granados Chapa, "Plaza Pública. Julio Scherer García", *Reforma*, México, 2 de octubre de 1995.

³² "Pide Julio Scherer García a la PGJDF que llame a comparecer a Ferriz de Con", *Proceso* no. 988, México, 9 de octubre de 1995.

³³ Agustín Ambríz y Martín Morita, "Ferriz de Con, acusado de difamación, se negó a declarar; pidió y obtuvo un plazo de 15 días

Pero se echó. El 24 de octubre, el conductor de *Para Empezar* dijo, textualmente, en su noticiero matutino:

El pasado 25 de septiembre hice una aseveración en la que, palabras más o menos, hablaba de un depósito de cinco millones de dólares que el señor Julio Scherer, director de la revista *Proceso*, había hecho en un banco en los EU. Esto que aseveré lo dije en función de una de mis tantas fuentes de información con las que un reportero como el que le habla cuenta para darle a usted todos los días la información privilegiada, que es información de vanguardia y que es información de verdad, y en honor justo a esa verdad es mi obligación el informarle que no tengo base ni indicio alguno para afirmar que existen documentos a los que yo me refería en ese día. Dentro de mi concepción de ética periodística es también mi obligación la de no revelar el origen de mi fallida fuente, porque por amargo que parezca quiero conservar, al menos, la claridad de que asumo toda la responsabilidad y absorber solo, aquí y ante ustedes, la inexactitud de este comentario. Un periodista siempre honra a su palabra y el anonimato de una fuente es igualito que el sacramento de la confesión, simplemente ahí se quedan las cosas, no voy a revelar la fuente que antes no me había fallado y que en esta ocasión me falla y que espero por razones propias de lo que ha sucedido con esta información, no volverle a creer. A Julio Scherer una disculpa pública. A mi auditorio decirle que siempre será mejor asumir la verdad y con esto rectificar, que tratar de sostener lo que después de un

para hacerlo por escrito", *Proceso* no. 990, México, 23 de octubre de 1995.

tiempo que esperé, veo que no es sostenible. A mi conciencia la libero de un peso y una carga que está siempre en contacto con la opinión pública nacional, a mis colaboradores les digo que en medio de este México que está en medio de un torbellino no podrán seguirse dando los cambios con transparencia y con honestidad si no empezamos por la propia casa y en esto nunca los voy a defraudar. Punto y aparte, vamos a una pausa, y un grande perdón.³⁴

Enredada y equívoca, matizada por el confuso estilo coloquial (que, trasladado a la letra impresa, resulta aún más lamentable) la disculpa de Pedro Ferriz de Con estaba forzada por las circunstancias. Había dicho que tenía las pruebas del presunto enriquecimiento repentino del periodista Scherer y resultó que no contaba más que con un chisme sin respaldo; había asegurado que no se retractaría pero lo hizo, porque de otra manera tenía que haber proseguido el trámite judicial en su contra. De todos modos, se disculpó en medio de tanta parafernalia retórica, que a ratos parecía que en realidad aprovechaba la ocasión para autoelogiarse. El pretexto era su capacidad para rectificar, la cual ofrecía como muestra de rigor periodístico. Al final de la alocución, incluso habla de "un gran perdón" como si él lo adjudicara, no como quien solicita que otro lo disculpe.

Scherer retiró su demanda al día siguiente.³⁵ Su fama pública no sufrió quebrantos, aunque no parece

³⁴ "Ferriz de Con se retractó y ofreció disculpas a Julio Scherer García: el director de *Proceso* retira su demanda", *Proceso* no. 991, México, 30 de octubre de 1995.

³⁵ *Ibid.*, y David Vicenteño, "Retira demanda Scherer", en *Reforma*, México, 26 de octubre de 1995.

que la experiencia padecida por su director, haya variado la costumbre de *Proceso* para exagerar o distorsionar acontecimientos públicos.

Para Ferriz de Con y otros personajes que, en el mundillo de los medios, acostumbran hacer afirmaciones ligeras, la lección debe haber sido enfática. Sería de pensarse que la credibilidad de quienes mienten con tanta alevosía, disminuyera una vez que son puestos en evidencia. Pero las articulaciones de simpatías, complacidades e intereses que hay en la industria de la comunicación, llegan a trastocar incluso ajustes de cuentas como el que Scherer le impuso a Ferriz. Esa misma semana, un comentarista político quería entender la rectificación como una muestra loable de profesionalismo por parte de Ferriz:

Lo triste del caso está en que a Julio Scherer le faltó madurez para ignorar la acusación de Ferriz de Con. En lugar de ello, el director de *Proceso* demandó penalmente al conductor de *Para Empezar*. La verdad de las cosas es que no era para tanto, pero don Julio no puede permitir que nadie le falte al respeto...

Desde un punto de vista boxístico, Scherer ganó y Ferriz de Con perdió; ya estará satisfecho el director de *Proceso*. Pero desde otro punto de vista, el de la calidad humana, el pugilista ganador vio disminuido su prestigio y el perdedor vio aumentado el suyo, y esto es algo que deberá enorgullecer a Ferriz de Con.

El conductor de *Para Empezar*, Pedro Ferriz de Con, sin duda ha salido de esta historia lamentable, con la imagen de un hombre decente que sabe admitir sus errores y que, adicionalmente, fortaleció su propia credibilidad.

En cambio, Julio Scherer se mostró como un ser humano irascible, intolerante, caprichudo, incapaz de aceptar la crítica y evidentemente convencido de que el periodismo mexicano nació con él y morirá también con él. No es para tanto, don Julio.³⁶

La capacidad mitificadora y distorsionadora de los medios, que vuelven villanos a las víctimas y viceversa, ha sido ampliamente documentada en la bibliografía internacional sobre comunicación. Pero pocas veces, en la prensa mexicana, tenemos ejemplos tan claros —por eso nos hemos detenido en su transcripción— de cómo algunos periodistas ven lo que quieren ver y nada más. El autor del comentario anterior, colaborador de un periódico de la Ciudad de México es, además, director de *El Diario* de Monterrey. No se trata de un novato. Para él, sin embargo, Scherer debió haber dejado pasar el infundio y no sólo tolerar que le faltaran al respeto, sino que cundiera la murmuración desatada por Ferriz. El “caprichudo”, no era el locutor que pocos días antes afirmaba tener evidencias de sus acusaciones y que aseguraba que no retrocedería, sino el periodista que en defensa de su fama pública exigió que fuera aclarada una falsedad. En vez de agraviado, por el hecho de inconformarse el director de *Proceso* fue presentado como el auténtico agresor, “incapaz de aceptar la crítica”. ¿Crítica, los infundios? Cuando los valores, en cualquier gremio, se trastocan de tal manera que los injuriados se convierten en ofensores y viceversa, es porque hay una confusión realmente grande. Eso le sucede a nuestra prensa.

³⁶ Federico Arreola, “Ferriz de Con”, *El Economista*, México, 27 de octubre de 1995.

* * *

La infiltración del narcotráfico en numerosas áreas de la actividad pública (y la privada) ha distorsionado en parte las relaciones tradicionales dentro de las élites, y entre éstas y el resto de la sociedad. El narcotráfico está en sitios tan diversos, que con alguna frecuencia surgen acusaciones de vinculación con ese cáncer, en contra de personajes de la política y el periodismo.

No únicamente los medios mexicanos son susceptibles a las informaciones sobre supuesta presencia de los *narcos*. Por un lado se trata de complicidades tan difíciles de documentar, que hacer impugnaciones a la ligera puede revertirse en contra de los medios. Por otro, la idea de que todo está corrompido por el narcotráfico (aunque amplios e influyentes segmentos de la sociedad y la política sí lo estén) lleva a pensar en exageraciones, o afirmaciones sin sustento.

El 23 de enero de 1996, *The New York Times* publicó un editorial titulado "La conexión mexicana" en donde se aseguraba que el exsecretario de Comunicaciones y Transportes, Emilio Gamboa Patrón, había estado relacionado con Juan García Abrego, *capo* del cártel del Golfo (y, en esas fechas, recientemente aprehendido). Ese día, Gamboa envió una carta aclaratoria que en las páginas del diario neoyorquino quizá fue publicada en un sitio no relevante, pero que en la prensa mexicana fue ampliamente destacada. Allí hay otra peculiaridad de los infundios, cuando aparecen en la prensa del extranjero. Esas noticias, en México alcanzan una propagación mayor que en los países en donde son publicadas. En esa ocasión, Gamboa reconvenía y advertía al *NYT*:

La publicación de su editorial, como puede imaginarse, me causa un grave daño moral tanto en mi imagen pública como en lo personal y en lo familiar, por lo que he iniciado consultas para determinar si existen bases para emprender acción en defensa de mi reputación.³⁷

Que se sepa, Gamboa nunca tomó esas medidas legales con las que amenazaba.

Sí lo hizo o dijo que lo hacía, en cambio, Francisco Galindo Ochoa, un viejo experiodista a quien el 16 de febrero de 1996, los diarios *Reforma* y *El Norte* acusaron de estar involucrado también con García Abrego y otros narcotraficantes. Galindo llamó a una conferencia de prensa para desmentir esas informaciones y anunciar que estaba iniciando un proceso judicial. Varios columnistas afines a la peculiar relación de cercanías y complicidades que ese experiodista había tenido con el poder político, le expresaron su amistad defendiéndolo de esa versión.³⁸ Otros manifestaron rechazos por Galindo, aunque sin avalar las versiones de *Reforma* y su filial regiomontana.³⁹

No son pocas las ocasiones en que los informadores se convierten en acusadores de colegas suyos. El 1 de noviembre de 1994, *La Jornada* denunció, con amplio despliegue, que dos personas ajenas a ese medio habían recibido acreditaciones como reporteros del diario para la ceremonia del sexto informe de gobierno.

³⁷ "Responde Gamboa a *The New York Times*", *Reforma*, México, 24 de enero de 1996.

³⁸ Por ejemplo, Juan Bustillos, en su columna "Liturgia Política", de *Ovaciones*, el 18 de febrero de 1996.

³⁹ Miguel Ángel Granados Chapa, "Narcopolítica, narcoprensa", en "Plaza Pública", *Reforma*, México, 18 de febrero de 1996.

"Impostores", tituló ese diario un par de reproducciones de gafetes entregados por el Estado Mayor Presidencial, con las fotografías de Alfonso Morales y Jorge Benítez, tomados como periodistas de *La Jornada*. Luego, se aclaró que había sido un error de los organizadores del evento, pero que Morales y Benítez sí eran periodistas, aunque de otros medios. "Se hicieron pasar como trabajadores de *La Jornada*", se había quejado el diario, imputándoles un error del que no eran culpables.⁴⁰ El periódico no se disculpó por ese abuso.

* * *

Uno de los periodistas que más abusan de la difamación y la mentira, es Carlos Ramírez, colaborador de *El Financiero* y cuya columna se reproduce en una considerable cantidad de diarios en todo el país. El fenómeno que esa columna significa, ameritaría un estudio más detenido. Aquí únicamente la mencionamos como parte de un síndrome más amplio, del cual forma parte. Su éxito, sólo puede explicarse en vista del contexto de desconfianza y animosidades que ha campeado en el escenario público y en las apreciaciones que la sociedad tiene respecto de quienes actúan en él. El mencionado columnista practica un estilo del cual no ha sido autor, ni el único recreador, pero del cual, en los años recientes ha sido uno de los exponentes más represen-

⁴⁰ "Extendió el EMP acreditaciones a dos personas que se hicieron pasar como trabajadores de *La Jornada*", *La Jornada*, México, 1 de noviembre de 1994 y cartas aclaratorias de Carlos Monsiváis, Fabrizio León y Alfonso Morales, en la edición del 2 de noviembre de ese diario.

tativos. Se trata de un *columnismo* que pocas veces ofrece datos específicos y, menos aún, da a conocer las fuentes de sus afirmaciones. Lo que publica, esencialmente, son versiones acerca de presuntas motivaciones de lo que hacen y dejan de hacer los personajes en el poder político y sus periferias. Con frecuencia incurre en afirmaciones equivocadas, o falsas, pero casi nunca se toma la molestia de corregir. Así, los lectores de ese tipo de periodismo se enteran de afirmaciones a veces calumniosas, pero no de los desmentidos que ellas producen. *El Financiero* por ejemplo, cuando publica correcciones a los dichos de ese columnista, lo hace en páginas distintas de aquella en la que aparece su colaboración. El resto de los diarios que en el interior del país contratan y publican la columna de ese autor, ni siquiera suelen enterarse y sus lectores tampoco, de las rectificaciones que suscita ese espacio periodístico.

En una ocasión, Ramírez publicó que tres dirigentes de un partido de izquierda se habían reunido para desayunar en un restaurante de la Ciudad de México para discutir una táctica común ante un problema en la Universidad Nacional. El columnista daba detalles de la conversación, como si hubiera estado presente en el encuentro; la otra posibilidad, era que uno de los tres le hubiera platicado, punto por punto, ese cóncilave. Luego, consultados por el autor de este libro, resultó que al menos dos de esos tres dirigentes de izquierda negaron haber tenido esa reunión. Es más: uno de ellos, jamás había estado en el restaurante mencionado por Ramírez. No se trataba de una equivocación, sino de una fabulación del columnista.

Los errores de ese columnista —y de otros que practican ese género, mezcla de supuestas revelaciones, chismes pequeños o grandes, que pretenden acercar a

los lectores a los entretelones del poder— han sido asiduamente mencionados en la prensa. En una ocasión, en el transcurso de 1995, publicó que el profesor universitario y conductor de televisión, Rolando Cordera Campos, había tenido una actitud sumisa delante del presidente Carlos Salinas durante un viaje de trabajo. La réplica del agraviado por esa mentira, apareció en los siguientes —durísimos— términos:

Señor director:

En su columna del viernes 8 de diciembre de 1995, el señor Carlos Ramírez vuelve a decir que en un viaje a Nueva York exalté exageradamente un discurso del presidente Salinas, a quien además llené de elogios. El señor Carlos Ramírez miente de nuevo y una vez más me difama. Fui invitado en varias ocasiones por el presidente Salinas a acompañarlo en diferentes viajes tanto dentro como fuera de México. Siempre recibí de él un trato respetuoso al que correspondí. Esa fue mi experiencia y me atrevo a decir que fue también la de otros invitados. Siempre he buscado ser cuidadoso en el elogio y, desde luego, alejarme puntualmente de la infamia. Esta última es toda del señor Carlos Ramírez, quien la practica cotidiana e impunemente.

Atentamente

Rolando Cordera Campos.⁴¹

El columnista no sustentó sus fuentes, ni ofreció disculpas, ni aclaración alguna, ante la acusación de falsedad en sus imputaciones.

⁴¹ "Precisiones", carta sin título en *El Financiero*, México, 9 de diciembre de 1995.

Más adelante, comentamos la propensión de algunos columnistas a presentarse como los protagonistas de las noticias, cuando sólo son transmisores o comentaristas de ellas. La oscuridad con que durante largo tiempo se ha desarrollado el debate político en México, forma parte del contexto en el que ese periodismo, de verdades a medias o imputaciones sin pruebas, llega a tener cierto éxito.

No es un problema sólo mexicano —aunque señalar la existencia de ese columnismo de coacción y comadreo en otros países no resuelve sus defectos en el nuestro—. En España, se ha considerado que

el periodista no es otra cosa que un intermediario entre los ciudadanos y la información, no un *hinchicero*. Es un ciudadano como los demás ante la ley, con los mismos deberes. Porque, si un ciudadano no puede insultar, mentir o calumniar impunemente a otro ciudadano, tampoco puede hacerlo el periodista.⁴²

Un acreditado periodista mexicano y que al analizar algunos casos específicos ha llegado a justificar el empleo de filtraciones como fuente de información en la prensa ha considerado, sin embargo, que "en México, infligir un daño moral es materia de todos los días y hay personas que no sólo tienen carta blanca para ello, sino licencia de impunidad".⁴³

⁴² Juan Arias, "¿Es bueno que tantos jóvenes quieran ser periodistas?", en *El País*, 2 de abril de 1995. Arias es Defensor del Lector en ese diario madrileño.

⁴³ Raymundo Riva Palacio, "¿Quién gana?", en *Reforma*, México, 1 de abril de 1996.

La prensa, que llega a ser poco escrupulosa con sus fuentes informativas, también puede engañar alterando intencionadamente una información, o encubriéndola de presunta sofisticación para, oscureciendo sus orígenes, hacer que un hecho posiblemente falso aparezca como cierto.

Entre los cambios recientes de la prensa, motivados por la necesidad de convencer y ya no sólo conservar a los lectores, está el empleo de recursos técnicos antes lejanos del quehacer cotidiano de nuestro periodismo. Allí hay enormes ventajas, que tienden a definir una prensa más profesional e investigativa. Pero en todo hay *peros*. Todavía es frecuente que la técnica, en la prensa, sea utilizada con ignorancia o pretendiendo que ella sustituye al análisis.

El empleo de la tecnología digital para retocar e incluso falsear imágenes, brinda la posibilidad para que los medios de comunicación engañen, a veces sin intención dolosa, a sus públicos. En alguna ocasión, durante las campañas electorales de 1994, el diario *Reforma* presentó en primera plana una fotografía de Cuauhtémoc Cárdenas, candidato presidencial del PRD, cuidadosamente sobrepuesta a una segunda foto, en donde se mostraba a sus seguidores durante un mitin en Ciudad Universitaria. Tal y como era presentada, parecía que se trataba de una sola imagen y Cárdenas se veía presidiendo una concentración mucho más concurrida de lo que en realidad fue ese acto de su campaña. Ese diario ha empleado el retoque digital para mostrar a personajes públicos en situaciones inverosímiles, o chuscas, especialmente en una sección cómica de su suplemento político dominical. En esas ocasiones se

advierde al lector, pero en letras pequeñas, que se trata de "fotoarte".

A veces, no hace falta la adulteración tecnológica para que una imagen propicie equívocos. A fines de 1995, *El Economista* publicó la fotografía de un mitin de miembros del grupo El Barzón, integrado por deudores de la banca, en donde se veía a un caballo a punto de patear una máscara con la imagen de Carlos Salinas. La foto, del reportero Daniel Mendoza, transmitía una sensación de desprecio por el expresidente pero se trataba de una situación prefabricada, porque algún voluntarioso impugnador de Salinas detuvo al caballo en la posición precisa para que pareciera que quería pisar aquella máscara. De hecho, se veía claramente una mano soportando la brida. Un lector del diario reclamó por esa forma de manipulación informativa. Otra fotografía del diario, Adriana Abarca, manifestó que en estricto sentido, todas las fotografías son "fabricadas" y que no hay imágenes objetivas; "el fotógrafo busca un ángulo, una escena, espera un momento para captar aquello que transmita, a modo de resumen, lo mismo que él está viendo. Su visión, por ende, siempre es parcial". Esta era una opinión, como todas las que aluden a la subjetividad del informador, discutible: si las fotografías que se presentan como información en sí mismas son de escenas prefabricadas, entonces no hay una idea clara de cuál es la noticia original y cuál, la que el reportero ha querido que ella sea. El mérito de un buen reportero, escritor o gráfico, es presenciar lo que ocurre y transmitirlo de la manera más fiel a sus lectores. Las fotografías trucadas pueden ser atractivas, incluso como ilustración de materiales editoriales, pero no son noticia por sí mismas. En el caso que comentamos, el caballo de la foto no

había tenido el arrebato espontáneo para pisotear la imagen de Salinas (al parecer, el desprecio por ese exgobernante no ha trascendido tan intensamente al universo caballuno). El diario relató en un recuento autocrítico de esta situación:

Daniel Mendoza, nos explicó cuál fue la circunstancia en que fue tomada: la mano que aparece es, en efecto, la de un manifestante que intenta hacer que el equino pise la máscara. La razón por la que no se cortó la foto para desaparecer la mano es [que] aquello que se buscaba retratar era el odio de barzonistas contra el ex presidente. Era eso y no la eventual furia de un cuadrúpedo, lo que el fotógrafo quería hacer notar.⁴⁴

A veces, los recursos técnicos permiten hacer trampas en la información. En otras circunstancias, son simplemente coartadas para ofrecer, como noticia, lo que no es necesariamente información. Ya vimos, en un capítulo anterior, la manera en que algunos diarios, como *El Universal*, han simulado que hacen encuestas serias para, distorsionando algunos datos, encontrar sesgos que coinciden con sus posiciones editoriales —como en el caso de los sondeos que ofrecían resultados presuntamente contrarios a la imagen de Carlos Salinas—. En un episodio diferente el diario *El Norte*, del cual es filial el defenío *Reforma*, emprendió en marzo de 1996 una campaña político-publicitaria con la que pretendió mostrarse como adalid de la investigación periodística, con vistosas dosis de

⁴⁴ Ernesto Priani Saisó, "El Economista desde dentro. Fotos amañadas", en *El Economista*, México, 4 de enero de 1996.

sofisticación cibernética, en torno al asesinato del abogado Leopoldo del Real.

Un empleado de esa firma editorial, tuvo acceso a la que, al parecer, sería la computadora personal de ese abogado, asesinado el 17 de enero en Monterrey. El caso había sido desde un principio tortuoso, porque el crimen ocurrió delante del jefe de la policía judicial local (quien habría de renunciar) y a la víctima se le asoció con tráficos de influencias y otras conductas ilegales. El técnico en computación que *El Norte* envió para revisar los archivos que Del Real conservaba en el disco duro de su PC, encontró una serie de cartas, presuntamente escritas por ese personaje y en donde se hace alusión a negocios que tenía con el exprocurador neoleonés. Una lectura menos prejuiciada de esas cartas no necesariamente hubiera hallado vínculos incriminatorios, pero eso era quizá secundario. El problema fue que, aparte del testimonio del diario, no había certidumbre de que los documentos hubieran pertenecido a Del Real o hubiesen sido escritos por él. En buena medida, la discusión sobre ellos se derivó de la manera fraudulenta como *El Norte* pudo haber logrado entrar a la computadora. Incluso, se conocieron declaraciones de la policía local en las que se mencionó que en el inventario de la oficina del abogado muerto, no se incluía una computadora.

En la reconstrucción que ese diario hizo de la proeza tecnológica, se hacía un recuento de recursos informáticos que, para cualquier lego en tales sutilezas, podía resultar impresionante.

En una PC con Windows 3.1 y Word 6.0 de Microsoft se localizaron 133 documentos contenidos en el directorio de trabajo de Del Real. La licencia del

Word 6.0 y las firmas electrónicas de cada documento están registradas como sigue: LIC. LEOPOLDO M. DEL REAL IBAÑEZ (*sic*). Con el paquete de compactación PKZIP, los archivos fueron comprimidos y grabados en un disco flexible, para su posterior revisión en las oficinas de *El Norte*... Uno de los programas revisados, el WDrak Word 6.0 Password Cracker V 1.4, fue el que permitió al ingeniero en sistemas computacionales conocer el contenido de los archivos, aunque no la clave de acceso. Para lograr esto se utilizó el Word for Windows Password Cracker (Wfwd R8).⁴⁵

Para terminar de darle al asunto esa aura de revelación futurista, *El Norte* colocó los textos presuntamente obtenidos de la computadora de Del Real en una liga de su página en la WWW de la Internet. Bajo el título *Los archivos secretos de Polo del Real*, se abrió un espacio para la visita de los cibernautas husmeadores.

Así presentada, la indagación de *El Norte* parecía una hazaña de la audacia periodística apuntalada en un conocimiento provechoso de las nuevas tecnologías. Casi tanto como las implicaciones que para la investigación criminal pudieran derivarse de esos archivos, las cartas de Del Real eran mostradas como trofeo de guerra periodística.

Sin embargo, para cualquier usuario medianamente iniciado en el manejo de computadoras y sin requerir conocimientos técnicos avanzados, los terminajos publicitados por *El Norte* no eran más que los de programas de *software* que se usan habitualmente para

escribir, comprimir y traducir archivos en computadora. Es como si, para describir una persecución policiaca, se dijera que los agentes tuvieron la audacia de montarse en un Ford Escort de dos puertas azul metálico, activaron la llave de encendido para desplegar la potencia de sus cuatro cilindros, sacaron el embrague y entonces el sistema de inyección electrónica, regulado por la transmisión manual de cinco velocidades, pudo contagiar la señal de mando al motor 14, cuya potencia desde luego se encuentra atemperada por los poderosos frenos de disco y la suspensión independiente para cada una de las cuatro ruedas. Es decir, puras paparruchas.

El problema principal en ese caso, en términos periodísticos, no fue el manejo artificioso de terminajos informáticos y de la parafernalia internética para hacer creer que *El Norte* cuenta con recursos de los que carecen otros medios de comunicación. Lo grave, era la posible invasión de la privacidad de Del Real quien, aunque estuviera muerto, tenía derechos y junto con él, sus herederos. ¿Cómo fue que el técnico de ese diario (cuyo nombre permaneció en el anonimato) tuvo acceso a la computadora? Puede presumirse que fue de manera subrepticia, porque de otro modo no habría tenido necesidad de comprimir los archivos en un diskette para sacar la información con rapidez.

El colmo fue cuando, enteradas de la "hazaña" del diario, las autoridades judiciales le solicitaron una copia de los documentos aparentemente copiados de la PC del abogado. El periódico respondió con altanería que la colección de textos ya era del dominio público pues se encontraba disponible en su página de la Internet. Como llegó un nuevo requerimiento, los funcionarios de *El Norte* entregaron a la Procuraduría de

⁴⁵ "Ponen en Internet pruebas perdidas por Procuraduría", en *Reforma*, México, 15 de marzo de 1996.

Justicia de Nuevo León ¡tres diskettes! en donde dijeron que iba contenida esa información.

La reacción de las autoridades judiciales, fue tan aldeana como toda la trama urdida por el diario, para impresionar incautos. Solicitaron la asesoría de peritos de la Universidad Autónoma del estado y del Tecnológico de Monterrey, para revisar el misterioso y para entonces candente trío de diskettes.⁴⁶ Es decir, muchos expertos para "abrir" archivos que cualquier niño familiarizado con la computadora podría leer en su pantalla.

Cabe mencionar que *Reforma* nunca presentó el asunto como un tema propio, sino del diario regiomontano. Quizá a los editores del cotidiano en el Distrito Federal, les dio pena ajena el desplante de amarillismo cibernético (o más bien, de coartada computarizada) con el cual *El Norte* quiso ser protagonista de un caso judicial a cuya solución, por cierto, no pareció haber contribuido.

7. Filtraciones. Cuando la prensa no sabe a quién le hace el juego

La intencionalidad en sus contenidos, sobre todo en asuntos de carácter político, se debe también a que los medios a menudo actúan no por motivaciones propias sino por inducciones. Las hay explícitas y entonces nadie puede llamarse a engaño: un periódico que publica como inserción pagada el discurso de un personaje político, o una radiodifusora que toma partido en

⁴⁶ "Revisarán peritos cartas", en *Reforma*, México, 16 de marzo de 1996.

un asunto porque así le conviene (y así lo explica) a los intereses o las convicciones de sus propietarios, están funcionando como empresas al servicio de intereses políticos específicos y con ello no engañan a nadie.

Pero hoy en día, además, desde espacios diversos del poder político o de los grupos que buscan presionar respecto de él, se practica con asiduidad la costumbre de engañar a los medios para que éstos, a su vez, propalen engaños. El periodismo político ha sido espacio casi natural para la proliferación de mentiras o de afirmaciones sin sustento. Las columnas políticas, cuando se destinan a ofrecer información supuestamente privilegiada, le dan al lector la sensación de que está asistiendo a revelaciones que no todos los mortales pueden conocer y, así, se siente más cercano de un poder al que sólo alcanza a través de las compuertas al secreto privilegiado que le ofrecen los medios de comunicación. Las columnas así entendidas, son un espacio habitual para ese periodismo de versiones tenebrosas, aunque desde luego no es ésa la única opción para la información y mucho menos para el comentario político.

En el pasado reciente, las columnas del género chismoso reflejaban, distorsionada pero llamativamente, los rostros, inflexiones y apariencias que el poder buscaba que en la prensa se tuviera de la política. Hoy en día, sin que ese periodismo haya desaparecido, las filtraciones han pasado a las primeras planas. La necesidad de los diarios (y de algunos espacios radiofónicos) para competir por el auditorio, los ha llevado a buscar informaciones más sensacionalistas y la vía más cómoda, para ello, ha sido la presentación de revelaciones, reales o falsas, que suelen provenir de fuentes ubicadas en el poder político mismo. Es decir, por un lado

la prensa requiere de materiales más vistosos, para romper con el viejo esquema de información adocenada y anodina que la singularizó durante largo tiempo; así es como no pocos diarios han enfrentado a la competencia que ya comienza a definir al periodismo mexicano. Coincidentemente, en las élites políticas del país han venido sucediéndose desgarraduras que al ser inocultables se expresan en la prensa pero, además, hay quienes han buscado presionar, deslindarse, promoverse a sí mismos o golpear a otros, favoreciendo la publicación de diversos textos (e incluso imágenes) en una prensa cada vez más deseosa de tales *primicias*.

En el poder político, se asume de una manera intencionadamente utilitaria a los medios y en especial a espacios como éstos. En este sentido, hay poca diferencia entre los personajes de la política tradicional que consideraban a los reporteros como empleados suyos, o casi, y la en todo caso más sofisticada pero igualmente utilitaria relación que se entabla entre el dirigente o el funcionario que le ofrece a un periódico un material escandaloso, a condición de que no revele de dónde surgió. Se trata del mismo carrusel, en donde personajes políticos suponen que se aprovechan de los periodistas. Estos, a su vez, desdennan pero dan presencia a los personajes del mundo y el submundo de la política que de otra manera no tendrían relevancia pública. Antes había una relación sustentada en los sobornos, *embutes* o concesiones de diversa índole. Ahora, la mercancía que algunos personajes del poder (o que han estado cercanos a él) deslizan subrepticamente a ciertos periodistas, son los rumores para que se conviertan en noticia. Quienes quedan a merced de todo ese tráfico de conveniencias, son los lectores.

De esa manera, en el periodismo político, tanto impreso como en sus expresiones electrónicas, con frecuencia tenemos filtraciones en vez de informaciones, intercambios de recados en lugar de revelaciones y venganzas o vituperios, en vez de análisis.

Recientemente, como parte del descontrol en la política de comunicación del gobierno mexicano, pero en busca además de proponer o responder de manera oblicua, sin responsabilizarse de lo que dicen o sugieren, ha venido ocurriendo que en lugar de declaraciones formales, importantes funcionarios del gobierno o personajes del mundo político propician "filtraciones". Muchos medios han dado espacio, a veces de manera destacada, a esas versiones sin fuente conocida y que se haga responsable de ellas, ante el vacío informativo por parte de las fuentes oficiales. Pero en muchas otras ocasiones, la intención de ganar la nota, de ofrecer exclusivas donde de otra manera sólo habría la repetición anodina de lo que dicen los otros, lleva a diarios y radio o televisoras importantes, a comprometerse con versiones a la postre mostradas como falsas, o tan fantasiosas que caen por su propio texto. Abundan los ejemplos. En marzo de 1995, cuando la crisis propiciada por el altercado entre el expresidente Salinas y el gobierno, *La Jornada* publicó, como exclusiva, la información de que ese personaje había salido del país en un avión privado, pero relatando que la noche anterior había recibido a un enviado de Los Pinos ¡con los boletos para el viaje!, como si en las aeronaves privadas requiriesen boletos como en las líneas comerciales. En ese mismo diario, el 2 de marzo, se había presentado un relato *a posteriori* del día de la detención de Raúl Salinas. En algún momento, el autor de la crónica, con creativa imaginación, narraba lo que Carlos Salinas estaba pensando ese día, ¡como si

lo hubiera escuchado o, más bien, como si se hubiera instalado en el subconsciente del exmandatario!⁴⁷

Con frecuencia cada vez mayor, la prensa mexicana se ha venido haciendo eco de versiones no necesariamente acreditadas y que, con la coartada de proporcionar información hasta entonces confidencial, o primicias que de otra manera no serían del conocimiento público, da a la publicidad anticipos, revelaciones o insinuaciones que en muchos casos, resultan ser incompletas, o de plano falsas. En otras ocasiones, se ofrecen como materiales periodísticos revelaciones sobre la vida privada de los personajes públicos. En la prensa mexicana esa costumbre, que en Europa o Estados Unidos ha motivado numerosas tensiones entre la prensa, el poder y la sociedad, apenas ha comenzado a propiciar algunas reflexiones sobre el comportamiento ético deseable por parte de los medios.

En todas las sociedades hay *filtradores*. Pero éstos, indica un estudio sobre tales usos (que llegan a ser abusos) en el trato entre poder y prensa, "serían menos poderosos sin los periodistas. Sin periodistas, no habría orificios para los filtradores y su información. Los periodistas son participantes intencionados en el juego de las filtraciones. Ellos contribuyeron a trazar las reglas, y ellos practican bien ese juego".⁴⁸

⁴⁷ Gerardo Galarza, en "El gobierno prefiere informar a la prensa extranjera y con los periódicos mexicanos juega a las «filtraciones»", en *Proceso* no. 959, del 20 de marzo de 1995, comentó esa nota de *La Jornada* que presumiblemente le hizo el juego a intencionadas filtraciones, pero reconoce que: "aquí mismo, en *Proceso*, se ha tenido, en ocasiones, que recurrir a esta práctica".

⁴⁸ Lou Prato, "The Art of Leaks", en *The World & I*, Washington D.C., diciembre 1994, p. 101.

Eso es en los Estados Unidos. En México, las filtraciones son tan nuevas que ni siquiera tienen reglas, así sea sujetas a un pragmatismo casuístico. La descomposición política exacerbada a partir de 1994 y particularmente en el 95, así como la pugna por avivar el ánimo de morbo de la sociedad —o de sus segmentos más interesados en las noticias políticas— han sido el telón de fondo de esa forma de abigarramiento periodístico.

Algunas autoridades judiciales, sometidas a intensa presión tanto del poder político como de la sociedad exigente, han llegado a ser fuente de notorias filtraciones. Entre las primeras estuvieron, por ejemplo, las versiones de las declaraciones, que luego se sabría amañadas de algunos de los implicados en el asesinato del dirigente priísta José Francisco Ruiz Massieu. El responsable de *filtrar* esa información, intencionalmente parcial, o distorsionada, era su hermano Mario, entonces encargado de la indagación sobre ese crimen (más adelante, nos ocupamos en extenso de ese triste caso).

Extraña, o significativamente, el auge de filtraciones que ha conmovido (y pervertido) a la prensa mexicana en los años más recientes, ha tenido entre sus nichos más destacados las oficinas de algunas autoridades judiciales. No han sido los únicos, pero algunos importantes funcionarios de esa área gubernamental, encontraron hacia 1994, ó 1995, que promoviendo filtraciones, podían aprovechar o al menos eludir parcialmente la intensa exigencia social en torno a las averiguaciones de los casos político-policíacos más célebres. En abril del 95, el periodista Pablo Hiriart escribía, ironizando, sobre varios casos recientes:

Los habilidosos **chicos de la procu** ya habían dado muestras de su eficiencia hace un par de semanas cuando le **filtraron** a la revista católica italiana **30 Giorni**, dirigida por el demócrata cristiano **Giulio Andreotti**, un documento confidencial sobre las investigaciones del crimen del cardenal **Juan Jesús Posadas**, en el que se desmiente la hipótesis de la confusión del purpurado con un narcotraficante. Luego la PCR desautorizó tal versión. No importa, al cabo la iglesia romana ya tenía en sus manos elementos "sólidos" de la inmundicia del sistema político mexicano.⁴⁹

Más tarde, pero sobre el mismo asunto, Raymundo Riva Palacio explicaba en su columna semanal del diario *Reforma* algunos de los comportamientos de funcionarios gubernamentales, especialmente de la PCR, para deslizar noticias supuestamente sensacionales pero a veces con intenciones nada periodísticas. En las averiguaciones de los casos Colosio y Ruiz Massieu,

El subprocurador Pablo Chapa, encargado de las investigaciones, se ha dedicado a "filtrar" anónimamente informaciones no verificadas. La táctica de Chapa fue explicada llanamente a periodistas y funcionarios que la han cuestionado: ante la falta de evidencias de un sospechoso, difunde especies que no son ciertas para ponerlos nerviosos y ver si, en ese estado anímico, cometen un error y se autoincriminan. Menuda técnica de investigación...⁵⁰

⁴⁹ Pablo Hiriart, "Diario Político. Ovalle, un trofeo de la PCR. El PRI contra la pared", *El Día*, México, 19 de abril de 1995. Las palabras en **negritas**, aparecieron así en la mencionada columna.

⁵⁰ Raymundo Riva Palacio, "Estrictamente personal. La paja en el ojo ajeno", *Reforma*, México, 11 de septiembre de 1995.

Política y justicia entrelazadas, produjeron resultados en muchos sentidos malévolos en la prensa y, en general, en la vida pública mexicana. La militancia del Procurador General de la República en el principal partido de la oposición, el de Acción Nacional, les permitía a algunos comentaristas suponer que esa dependencia proporcionaba informes parciales o falsos a la prensa, con tal de ofrecer del sistema político una imagen más desfavorable de la que de por sí tenía. Pero además, el ya señalado afán de ciertos medios para explotar en su beneficio asuntos de escándalo, se correspondía con la necesidad de los *filtradores* para encontrar tribunas accesibles.

Las filtraciones se desplegaron en los mencionados años, con una abundancia que de pronto, permitía pensar que ni en la prensa, ni en el país, había brújula en medio de tantas versiones sobre asuntos políticos que no siempre eran relevantes —pero que colmaban titulares de primeras planas y sobre todo, columnas y otros espacios de especulación en los medios—. Las protestas, fueron quizá menos que las notas celebratorias de esa tendencia, en la prensa misma. En abril de 1995 el director editorial de *El Economista*, Ricardo Medina, escribía: "...en el periodismo mexicano han proliferado los columnistas con fama de *bien enterados* de todos los secretos de la *tenebra* ocultos para el común de los mortales. Del mismo modo, prolifera cierto periodismo que se alimenta día y noche de *filtraciones* y fuentes anónimas."⁵¹ Ese autor, cuestionaba las informaciones sin fuente y los comentarios sin firma o con seudónimo que, más que noticias, ofrecían

⁵¹ Ricardo Medina Macías, "Ideas al Vuelo. Derecho a la Información", *El Economista*, México, 19 de abril de 1995.

especulaciones en torno a las polémicas decisiones económicas en el invierno 1994-95:

En los estándares del periodismo mexicano eso es común. En los estándares profesionales del periodismo de otras latitudes (europeo o estadounidense) esa información no vale nada: es basura. La diferencia se llama derecho a la información. Derecho, por cierto, que no es de los periodistas, sino del público. En todo caso, los periodistas deberíamos salvaguardar ese derecho del público que incluye no sólo saber cosas, sino saber acerca de las fuentes de información.⁵²

Una opinión similar, si bien retóricamente menos drástica, era la de José Woldenberg quien, tres días más tarde, escribía en *La Jornada*:

La filtración es siempre una información parcial, cuya fuente nunca se puede ubicar con precisión. Es un producto altamente buscado por ciertos medios de comunicación, y eventualmente puede servir para establecer una relación de colaboración entre la fuente oculta y el difusor. Sin duda vende periódicos o aumenta el *rating* pero, insisto, nada tiene que ver con la justicia.⁵³

Ese analista político, consideraba que filtraciones como las que en diversos casos habían surgido de la Procuraduría General de la República servían fundamentalmente para alertar a los delincuentes sujetos a investigación,

⁵² *Ibid.*

⁵³ José Woldenberg, "Las filtraciones", *La Jornada*, México, 22 de abril de 1995.

o para dañar intencionalmente la imagen de alguna persona. Y recordaba un ejemplo:

Un exprocurador comentaba en alguna ocasión casos como los siguientes: al desarrollarse una indagación en torno a algún presunto narcotraficante, de repente en un periódico, grande o chico, de la capital o de provincia, aparecía la nota de que la investigación se estaba realizando. La nota no mentía, era una filtración. Pero su intención o sus efectos no escapaban a nadie: se trataba de alertar al implicado, de tal suerte que cuando la autoridad finalizaba su labor ya el tipo había huido o había modificado su rastro o la documentación pertinente.⁵⁴

UN ESCARCEO MUY PUBLICITADO

Una de las muestras más conocidas y comentadas de filtración surgida de algún espacio político y/o judicial, fue la publicación, el 14 de mayo de 1995, de algunas conversaciones telefónicas de la señora Marcela Bodendstedt. Esa dama, había estado relacionada con el jefe de la Oficina de la Presidencia de la República, José Córdoba, pero también con otros funcionarios de primer nivel en la administración de Carlos Salinas. Además, se decía que tuvo vinculaciones con algún jefe de la Policía Judicial Federal quien, a su vez, fue implicado con el narcotráfico.

El perfil de la señora Bodendstedt, como puede verse, era sumamente atractivo en términos periodísticos. Además se trataba de una mujer guapa, que había sido

⁵⁴ *Ibid.*

modelo en Televisa. La transcripción de sus confidencias telefónicas pudo haber interesado a las revistas de chismes ("del corazón", les dicen con eufemística sencillez en España) pero aparecieron en el diario *Reforma*.

El suplemento "Enfoque", publicado los domingos en ese periódico, atribuía al reportero Roberto Zamarripa la presentación de las transcripciones. Allí se decía que

Servicios de inteligencia mexicanos rastrearon las llamadas de Marcela Bodendstedt, justo hace tres años. Pláticas personales que circularon en ámbitos gubernamentales. Pláticas telefónicas de Marcela con José Córdoba. Llamadas del "Número Uno" al nuevo domicilio de José Córdoba, en la calle de Tonala. Casualmente el mismo número telefónico de Marcela. Año: 1992.⁵⁵

No había datos necesariamente relevantes para la vida pública mexicana en esas conversaciones. Se trataba de charlas amistosas o de negocios, en donde las alusiones que podían ser importantes eran tan veladas que no se entendían, o admitían interpretaciones diversas. Sin embargo, el asunto —sin que al emplear esta descripción exageremos—, conmovió al sistema político y a la sociedad. El morbo generalizado en el mundo del poder y en sus periferias, convirtió en pieza de consumo intenso la que en otras circunstancias hubiera sido considerada como muestra de discutible profesionalismo periodístico pero, sobre todo, como constatación del riesgoso desconcierto, cada vez más evidente, en las áreas policiacas del Estado mexicano.

⁵⁵ Roberto Zamarripa, "Contactos a larga distancia", "Enfoque", suplemento de *Reforma*, México, 14 de mayo de 1995.

Los devaneos sentimentales de Córdoba, de pronto pasaron a formar parte de la agenda nacional. Tanto así que cuando, pocas semanas después el Presidente de la República ofreció una conferencia de prensa, hubo quien le preguntó sobre ese tema; Zedillo contestó que la vida privada del señor Córdoba era asunto de él... y de su señora esposa. Desde luego, la prominente posición que Córdoba había tenido en el gobierno anterior, volvía preocupante su relación con una dama acusada de vinculaciones con grupos poco recomendables, si bien tales compromisos no estaban demostrados. Todo, sin embargo, se quedó en la anécdota puntillosa. En gran medida, el escarnio en contra de Córdoba era una manera de recriminarle el enorme poder que ejerció durante el régimen de Carlos Salinas y, así, una forma para golpear, adicionalmente, a ese exmandatario. En *unomásuno*, Jorge Hernández Campos señaló que, en efecto, más allá del juicio que pudiera suscitar el desempeño político de Córdoba, "en el tratamiento dado a la cuestión, sobre todo por el diario *Reforma* y la revista *Proceso*, se subraya con maña el aspecto voyeurístico para explotar e incluso justificar el clima de odio que se quiere cultivar contra Salinas de Gortari y su más cercano asesor".⁵⁶

Casi todos los comentarios sobre ese episodio político-frívolo-periodístico, celebraron el develamiento de la intimidad de Córdoba y su amiga. Fueron escasos aquellos que cuestionaron el procedimiento (nunca esclarecido) merced al cual *Reforma* obtuvo esas transcripciones, o el hecho mismo de que alguien estuviera interceptando los teléfonos, o —más importante aún—

⁵⁶ Jorge Hernández Campos, "¿Y la ética periodística?", en *unomásuno*, México, 28 de mayo de 1995.

el derecho de los personajes públicos a tener vida privada. Rodrigo Morales, en *La Jornada*, escribió:

En México, me parece que habíamos logrado situar los asuntos de alcoba a su justa dimensión: no mezclarlos con la fama pública de los personajes nos había permitido una razonable tolerancia. El tiempo pasado de la frase anterior se explica por toda una oleada de linchamientos públicos, que poco contribuyen a ordenar una transición deseable y más bien abren paso a una frivolidad de la política. En el extremo: cuando se vuelva más importante para la ciudadanía conocer detalles de la intimidad que programas o propuestas para pronunciarse políticamente en torno a la confiabilidad y probidad de los personajes públicos, se habrá completado el ciclo, y los nuevos foros para medir los grados de aceptación de gobernantes o candidatos serán algo muy parecido al *Hola!*⁵⁷

El asunto tenía dimensiones en la coyuntura de ese momento, en tanto que revelaba la distorsión del debate público mexicano, como alertaba Morales. Junto con ello, la tendencia a hacer noticia de la murmuración y a considerar datos políticos los incidentes de la vida privada de los gobernantes, indicaba una descomposición que podía ser de mayores alcances, trascendiendo a la prensa. En el mismo diario, José Woldenberg consideró que la publicación de las presuntas charlas telefónicas,

⁵⁷ Rodrigo Morales M., "Frivolidad de la política", *La Jornada*, México, 16 de mayo de 1995.

debería alertarnos contra la posibilidad de que por esa vía, en el Estado y la sociedad se acabe legitimando lo que es una auténtica agresión a uno de los principios de la convivencia civilizada: la protección a la vida privada de las personas. Interferir llamadas telefónicas, filtrarlas y publicarlas, son eslabones —todos ellos— que ilustran la auténtica degradación a la que puede conducir el afán por escrutarlo todo, tan apreciado por la prensa de carroña y los sistemas totalitarios. Estos últimos, por cierto, se caracterizan por el supuesto de que el Estado lo es todo y el individuo nada, y que el primero puede y debe romper las fronteras entre lo público y lo privado, convirtiendo a las personas en meras piezas de la maquinaria "total".⁵⁸

Sobre la práctica periodística así revelada, el ya citado Hernández Campos, consideraba además, empleando un lenguaje contundente:

Como el salitre, nos está invadiendo carcomiéndonos el sucio modelo del periodismo político practicado en la actualidad estadounidense. A qué me refiero, lo saben todos: consiste en revolver basureños, revolver cloacas, mirar debajo de las camas, olfatear ropa sucia, comprar sirvientes, robar papeles confidenciales, abrirse a transacciones con cualquier empleado u hombre de confianza en ánimos de traicionar por resentimientos o ánimos de revancha o simplemente recibir algún dinero. Hecho esto, el paso siguiente consiste en llevar el excremento así recogido a la primera página de un diario, o a

⁵⁸ José Woldenberg, "Vida privada, vida pública", *La Jornada*, México, 20 de mayo de 1995.

la portada de una revista, a la apertura de un noticiario de televisión o radio, para ensuciar de una vez por todas al hombre público elegido presa, e inhabilitarlo para la política, o simplemente convertirlo en objeto de ludibrio.⁵⁹

En los Estados Unidos, a quienes practican ese tipo de periodismo se les ha denominado *muckrackers*, los que hurgan en la inmundicia. Desde luego no todo el periodismo de aquel país se limita a la propagación de basura e incluso, ese recurso llega a alternarse con auténtica investigación periodística.

En el caso de las transcripciones Bodenstein, como en otros similares, no parece haber existido investigación reporteril. Ni siquiera había certeza de que el documento fuera auténtico, aunque casi nadie, por esas fechas, cuestionó su verosimilitud. De haber sido real, se habría tratado de una transcripción hecha, como señalaba el diario que la publicó, por alguna corporación policiaca. Es decir, el haberlo obtenido no era consecuencia de un hallazgo periodístico de *Reforma* sino de la decisión, en algún nivel del escalafón político-policíaco, para entregar el documento a ese periódico. Es decir, había una deliberada elección para emplear al documento, y al diario, como instrumentos en un juego de golpes bajos (o, en todo caso, de escándalos distractores de lo auténticamente fundamental) en algunos segmentos de la clase política mexicana.

Pocas semanas más tarde, en una segunda conferencia de prensa, el 4 de julio, el Presidente de la República se manifestó contra la sustitución de los hechos,

⁵⁹ Hernández Campos, *op. cit.*

por los chismes. Para entonces, las especulaciones habían inundado de manera tan erosionadora a la vida pública mexicana, que la descomposición parecía comenzar a inundarlo todo: las decisiones del gobierno, el Poder Judicial, el análisis político, el ánimo de una sociedad aherrojada en la desconfianza. Las versiones a medias, o sin apuntalamiento testimonial o documental, corrían con tanta velocidad como el morbo suscitado en torno a ellas. En un contexto de impunidad y oscuridad en el que transcurrían los crímenes políticos, se reforzaba un clima de inquietud en donde cada versión, por descabellada o intrascendente que pareciera, resultaba magnificada en un imaginario social proclive a la reproducción del chisme.

Zedillo reconocía, entonces, cómo los problemas nacionales limitaban la credibilidad de su gobierno pero, peor aún, mermaban el ánimo de la sociedad, cuando en respuesta a uno de los reporteros que cubre la fuente presidencial, manifestó:

...en los últimos meses, quizá en los últimos años, ha proliferado la costumbre de publicar rumores, afirmaciones que no están referidas a una fuente clara, que desgraciadamente afectan mucho el estado de la opinión pública... es muy lamentable que se propalen informaciones, decires, rumores, chismes, sin expresar con precisión cuál es la fuente o el fundamento de esa presunta información.⁶⁰

⁶⁰ "Versión estenográfica de la conferencia de prensa que ofreció el Presidente Ernesto Zedillo en el salón Manuel Avila Camacho de la residencia oficial de Los Pinos", en *El Economista*, México, 5 de julio de 1995.

La prensa escrita y también la radio, habían servido para divulgar versiones como aquellas a las que aludía Zedillo. De parte de los comunicadores, había una suerte de espíritu corporativo que estaba limitando la necesaria autocrítica en el manejo de los medios. La sociedad, a su vez, era poco exigente con las pifias y el poco profesionalismo de muchos medios: diríase que a sectores significativos de los lectores o radioescuchas, les gustaban las especulaciones alarmistas antes que las noticias comprobadas y el impropio como sustituto del análisis político. Había una nueva libertad de expresión que, empleada con ligereza, en algunos casos conducía a repetir mentiras o suposiciones con tal de ganar auditorios. Y existían grupos que medraban en el río revuelto de esa descomposición y a los cuales, en ocasiones, los medios les hicieron el servicio de propagar versiones distorsionadas y rumores interesados.

LA CARTA ZEDILLO-COLOSIO. ¿PÚBLICA O PRIVADA?

El problema no se ha encontrado sólo del lado de los medios. Si tenemos rumores, en algunos casos es porque hay quien los propala y eso a menudo ocurre desde el poder político. Si se ofrecen filtraciones —a veces absolutas mentiras, o en otras ocasiones hechos parcialmente ciertos pero intencionadamente fragmentados— es porque hay quienes las promueven y en varias de las circunstancias recientes eso sólo ha podido ocurrir desde el gobierno. Se han conocido versiones no sustentadas en hechos sino en suposiciones, acerca de las investigaciones por los crímenes políticos, que han sido filtradas a la prensa, o a “cierta” prensa, por funcionarios de la Procuraduría General de la República,

entre otras áreas. Después de una larga época en la cual la comunicación del gobierno estuvo supeditada fundamentalmente a rígidos boletines de prensa, se produjo una transición, por así decirle, perversa (o inversa) en donde a no pocos medios y periodistas se les ha tomado como correveidiles de versiones tan endebles que se proporcionan con la condición de que no se mencione a la fuente. Al mismo tiempo se ha desarrollado una prensa que tiende a la independencia y que gana respetabilidad pero que en ocasiones, junto con ello, incurre en el facilismo sensacionalista y acepta participar en el instrumentalismo de las filtraciones.

El mismo Presidente sería víctima de una filtración muy conocida cuando, otra vez *Reforma*, publicó el martes 3 de octubre la transcripción de una carta privada que, siendo jefe de la campaña presidencial del PRI, Ernesto Zedillo le dirigió el 19 de marzo de 1994 al entonces candidato Luis Donald Colosio. La nota era atractiva, en tanto que se trataba del testimonio, con opiniones políticas, de quien cuando escribió ese documento ni siquiera imaginaba que diez días después el destinatario de la carta habría sido asesinado y él mismo lo habría sustituido en la candidatura presidencial.

El problema, era que se trataba de un documento privado. Aunque el contenido de la carta de Zedillo a Colosio mereció innumerables comentarios, en realidad nada sustantivo añadía al conocimiento de los hechos trágicos y sorpresivos en torno al asesinato en Tijuana. *Reforma* nunca aclaró de dónde había obtenido la carta y al día siguiente, tuvo que publicar una ruda queja de Zedillo, enviada al director general de ese periódico, Alejandro Junco:

Expreso a usted mi más profunda inconformidad por la publicación en el diario a su cargo de una carta personal que dirigí al Lic. Luis Donaldo Colosio el 19 de marzo de 1994, y que por cierto, debió haber sido sustraída dolosamente de los archivos del propio Lic. Colosio. No encuentro ninguna razón moralmente válida para revelar una comunicación estrictamente privada hecha desde la perspectiva de una relación de trabajo, amistad y comunión de ideales, que sólo concernió al Lic. Colosio y a un servidor. Considero que la publicación de la carta viola las más elementales reglas de la ética periodística que ustedes mismos han sustentado de tiempo atrás. Tan lamentable como la publicación de la carta, es el uso que ustedes le dan para introducir, en medio de los elementos informativos de la nota, algunas insinuaciones y conjeturas respecto a un crimen que sigue agravando a todos los mexicanos y que no descansaremos hasta que se aclare plenamente y se haga justicia.

Estimo que si ustedes desean expresar hipótesis en relación a este o cualquier otro hecho de la vida nacional, pueden hacerlo, en ejercicio de su libertad de expresión, con toda transparencia, aclarando que se trata de opinión, no de información.

De mi parte, les aseguro que ningún acto de sensacionalismo, manipulación o presión, me apartará de una línea de conducta regida por el cumplimiento de la Constitución y la voluntad de servir a México.⁶¹

Nunca, que recordemos, había ocurrido que un presidente de la República reclamara de manera tan enfática

⁶¹ "Propuso Zedillo a Colosio pactar con Carlos Salinas" e "Inconforma a Zedillo publicación de carta", en *Reforma*, México,

—incluso invocando la ética profesional de la prensa— el desliz de un periódico mexicano. Nunca, tampoco, el panorama público había estado, al menos de esa manera, tan alterado por informaciones contradictorias, intereses trasminados a la escena periodística y, junto con todo ello, confusión social y en el poder.

Las opiniones se dividieron. Hubo quienes consideraron que *Reforma* tenía razón al publicar un documento que, aun habiendo sido escrito para su lectura en privado, contenía opiniones sobre asuntos públicos. Otros sostuvieron que de cualquier manera, en esa publicación había una transgresión ética preocupante que no sólo afectaba la privacidad de un ciudadano —el Presidente— sino que tendía a constituir un mal precedente.

Entre los defensores de la decisión del diario al publicar la carta de Zedillo, estuvo el columnista de *Reforma*, Miguel Ángel Granados Chapa, quien entre otros juicios dijo:

El Presidente no encuentra justificación moral para revelar una carta privada, y supone que su publicación viola "las más elementales reglas de la ética periodística". Con todo respeto es preciso diferir de ese punto de vista. La tarea de los informadores es dar cuenta de asuntos públicos de relieve e interés general. Estamos delante de uno de ellos. Aun si Colosio no hubiera sido asesinado y, de haber ganado las elecciones fuera hoy el Presidente de la República, tendría trascendencia conocer ese

3 y 4 de octubre de 1995. No deja de llamar la atención el tibia calificativo con que el diario describe, en el segundo titular, la inusitadamente indignada respuesta del Presidente de la República.

documento. Así se escribe la historia y también esa historia inmediata que es el periodismo.⁶²

Por supuesto, hay de historias a historias y no dejaba de haber discrepancias en la evaluación sobre la originalidad y utilidad de las opiniones contenidas en la multicommentada carta, para entender la situación mexicana a la mitad de la última década del siglo. Y subsistía un dilema enorme: ¿es válido transgredir la privacidad de los personajes públicos con la coartada de que así se entiende mejor la historia?

En ese mismo diario, Raymundo Riva Palacio, uno de los subdirectores de *Reforma*, replicó:

...aun cuando el documento fuera confidencial, su postura [del Presidente] sobre violación a la ética periodística es altamente cuestionable. Los asuntos tratados por Zedillo a Colosio no son, en primera instancia, "estrictamente privados". Son de sumo interés para la nación y, al revelarlos, un medio cumple con la función primordial de su existencia: servir a la sociedad... Se equivoca el presidente Zedillo. No se puede argumentar, con el maniqueísmo de la ética periodística, la censura de la prensa. El, como presidente, tiene una responsabilidad moral y política; los medios, como vigilantes de los hechos de los hombres públicos, comparten responsabilidades.⁶³

⁶² Miguel Ángel Granados Chapa, "Poder y ética periodística", en "Plaza pública", *Reforma*, México, 5 de octubre de 1995.

⁶³ Raymundo Riva Palacio, "Cortina de humo", "Estrictamente personal", en *Reforma*, México, 5 de octubre de 1995.

En opiniones como ésta, había miga para una discusión que sin embargo quedó trunca en la prensa, porque la mayor parte de las opiniones se desplegaron en torno a derivaciones de la carta de Zedillo y no sobre el manejo que el diario de la filtración hizo de ella. Riva Palacio suponía que la manera principal como la prensa sirve a la sociedad, es vigilando a los hombres del poder. Quizá haya periodistas que así entiendan su tarea primordial, la cual es discutible: la misión de la prensa es informar y, después, analizar. Si de allí se derivan elementos de juicio sobre los personajes del poder, puede ser útil pero entender a la prensa como inspectora del poder implica reducir sus posibilidades y sobre todo, creer que ella sustituye a otros espacios de expresión, deliberación y sobre todo, decisión que hay en cualquier sistema político.

El alegato de Riva Palacio, además, se ocupaba de los alcances de la ética. Su razonamiento es tan interesante, como discutible, cuando apunta que, el Presidente,

podría, antes de haber decidido enfocar su crítica en torno a la ética de un periódico, haber leído a John Stuart Mill, cuya teoría del utilitarismo es una de las tres fundamentales para regir la ética en la prensa. En el utilitarismo se plantea la búsqueda de la mayor felicidad para el mayor número de personas; es decir, la acción moralmente correcta llevará el mayor beneficio a la sociedad en su conjunto.⁶⁴

Pero no hay coincidencia en torno a quién, y cómo, juzga qué es lo que conviene al mayor número de

⁶⁴ *Ibid.*

personas. Precisamente, a fin de evitar dictámenes sumarios es que, para normar las relaciones dentro de una sociedad, existen leyes y normas éticas. En el caso de la prensa, cada editor o reportero podrá considerar que su diario, o su nota, tienen trascendencia e incluso mérito social. Pero cuando esa publicación afecta los derechos individuales, entonces alegar que los intereses colectivos son más importantes puede ser un camino para legitimar los abusos más desmesurados. Con el pretexto del beneficio de los más, aunque sea con el atropello de los menos, se han cometido lo mismo enormes crímenes que se han sostenido delezna- bles dictaduras.

Pocos días más tarde, en alusión a ese episodio, el sociólogo y articulista José Woldenberg expresaba preocupaciones como las siguientes:

Cuando se borra la frontera entre lo público y lo privado y se hace caso omiso de los derechos humanos, invocando la preeminencia absoluta del Estado y considerando a los individuos como simples rondanas de la vida social, estamos ante lo que se ha denominado Estados totalitarios. Aquellos que pretenden encarnar una voluntad general sin fisuras y para los cuales el ciudadano debe ser subordinado de manera drástica a esa voluntad granítica [...] El derecho a la privacidad (una de las piedras fundadoras de cualquier convivencia medianamente civilizada) no sólo es erosionado ahora por algunos Estados, sino por una forma de entender al periodismo que supone que todos tienen derecho a saber todo de todos, y para el cual la frontera entre lo público y lo privado resulta impertinente. Ese periodismo es aceitado por el mismo resorte que el Estado totalitario, policiaco. Si el Estado total se

justifica en la necesidad de preservar la seguridad nacional o pública, el periodismo que cree que tiene derecho a escudriñarlo todo encuentra sus coartadas en el "interés público" o en la importancia de lo que se devela. Al final, en ambos casos, lo que se hace es destruir la frontera entre lo público y lo privado, y con ello el derecho a la privacidad.⁶⁵

Sobre todo, ¿quién decide, cómo, a partir de qué parámetros? Para eso es que hay contextos de ética profesional, aunque en el caso de la prensa mexicana éstos apenas están siendo construidos. Un problema grave, es que episodios como el que comentamos en este apartado, en vez de servir como experiencias, tienden a refrendar excesos, debido a la reacción autodefensiva y corporativa que se suscita dentro del gremio de los periodistas. Otro asunto por resolverse, quizá el principal es, a final de cuentas, si la prensa se considera supervisora del poder, quién la va a vigilar a ella.

Otras opiniones, cuestionaron la publicación de la carta. El politólogo Mauricio Merino, dijo en *La Jornada*:

...es evidente que el propósito de los directores del diario *Reforma* rebasa con creces la sola función de informar: ellos quieren jugar un rol propio en la política mexicana, y nadie podrá negar que lo están consiguiendo. Lo malo sería que esa estrategia estuviera sustentada en un criterio exclusivamente mercadotécnico, porque entonces comenzaría a exceder las fronteras de las buenas razones para

⁶⁵ José Woldenberg, "Periodismo totalitario", *La Jornada*, México, 7 de octubre de 1995.

comenzar a rayar en la simple producción del escándalo... la carta publicada por *Reforma* no contribuye, ni mucho menos, a la penosa construcción democrática por la que está atravesando el país. Publicada en un contexto completamente distinto del que se vivía días antes del asesinato de Luis Donaldo Colosio, constituye un verdadero atentado contra la moderación que tanta falta nos está haciendo, porque no persigue la aclaración sino el ruido: una primera plana que admite cualquier clase de interpretaciones y de reclamaciones, cuando lo que está haciendo falta son acuerdos y reglas basadas en la prudencia.⁶⁶

Merino iba más allá del debate sobre prensa y ética, para destacar cómo el polémico documento, publicado de la manera en que lo había sido, no ayudaba al fortalecimiento de la maltratada cultura política mexicana. Allí había otra vertiente, ya no sólo en el debate sobre la obligación de la prensa para respetar los derechos de los ciudadanos (aunque se trate de personajes públicos) sino en la responsabilidad con el debate público y su mejoramiento, si fuera posible.

Para Merino, había la intención de *Reforma* para funcionar como proyecto político. Para otros analistas, se trataba de una cuestionable disputa por las audiencias. En *unomásuno*, la columna firmada con el seudónimo Rodrigo Cabrera, apuntó:

Preparémonos para ese periodismo de libre mercado, concebido exclusivamente para vender ejemplares. No nos alarma la publicación de fotos de

⁶⁶ Mauricio Merino, "La carta", *La Jornada*, México, 5 de octubre de 1995.

hombres públicos y famosos con sus amantes sentadas a horcajadas, ni la revelación escandalosa y sensacional de tiernas llamadas telefónicas de hombres del poder con sus "amiguitas". Ni la audaz insinuación de que las campañas presidenciales se financian con dinero del narcotráfico. Ni los pleitos de comadres entre santos apóstoles del periodismo que invocan una virginidad que violan todos los días. Ni la publicación de *memorias*, reales o apócrifas, o de cartas personales sustraídas de archivos privados. ¿Cómo pedirle moderación y ética a ese exitoso periodismo de escándalo, que no hace sino seguir las reglas de competencia de la oferta y la demanda?⁶⁷

Periodismo de escándalo, proyecto político, comportamiento autoritario y transgresión de derechos individuales: ésos eran, entre otros, algunos de los elementos que surgieron a la discusión. Sin embargo, como hemos apuntado, el debate no fue principalmente en torno al comportamiento de la prensa *filtradora*, sino sobre el documento conocido merced a ese procedimiento.

En aquella oportunidad, el autor de este libro escribió lo siguiente, para el periódico *El Economista*:

Cuando un diario de presencia nacional decide hacer pública una correspondencia personal, sin indicar siquiera cómo la obtuvo, es porque la descomposición en la prensa mexicana es tal que el escándalo orienta inescrupulosas decisiones editoriales, pero también políticas. Pero cuando el

⁶⁷ Rodrigo Cabrera, "Prensa: el modelo", "En el llano", *unomásuno*, México, 5 de octubre de 1996.

Presidente de la República se ve precisado a darle lecciones de ética a ese periódico, hay una confirmación de que los parámetros con los que actúa esa prensa están francamente quebrantados. Peor aún: el hecho de que algún grupo, prominente o excluido en la clase gobernante, quiera ejercer presiones con la publicación de la carta que en marzo de 1994 Ernesto Zedillo le dirigió a Luis Donaldo Colosio, indica que las vías ortodoxas del quehacer político se han desfigurado y, especialmente, que hay quienes persisten en hacer política sin decir qué quieren y cómo. La publicación de la ahora famosa carta no ayuda a la claridad sino, al contrario: constituye un intento para, con pretexto de la develación de juicios hasta ahora privados, obtener provecho político a partir de la confusión que despierta dicha publicación.

Reforma puede hacer escándalo, y quizá negocio, con la publicación de materiales del ámbito privado de los personajes públicos. Pero demuestra que no es la calidad profesional, ni el servicio a la sociedad, ni algún parámetro ético, lo que orienta a sus directivos. Qué lamentable. No es cierto que la publicación de la carta, aparecida el martes, sea un hallazgo periodístico. No resultó de una investigación, ni del afán inquisitivo de algún reportero sino, simple y tristemente, de una ordinaria filtración. La prensa, allanada así a intereses confusos pero evidentemente extraperiodísticos, se vuelve instrumento de personajes o grupos que la manipulan.

Del panorama del periodismo casi unánimemente gobiernista que teníamos hace pocos años, ahora estamos en una situación donde algunos diarios reputados como independientes en realidad no lo son, porque están al servicio del mejor postor o, para

decirlo con mayor claridad, de quien les ofrece materiales más vistosos para el escándalo. La semana pasada, el mismo diario desplegó con sensacionalismo una fotografía del señor Raúl Salinas con la joven española que ha aparecido como declarante en el juicio que se le sigue. Nada aportaba esa gráfica al conocimiento, ni al entendimiento, del litigio político-judicial que tiene en la cárcel a ese personaje. Cuando la prensa de información general se vuelve ordinaria imitadora de publicaciones como *Hola!*, es que en el periodismo —y también dentro la clase política que se impresiona con tales recursos— hay una descomposición notable.

El contenido de la carta, está dando lugar a las interpretaciones más variadas. Se trata de un documento de análisis panorámico de una coyuntura específica: así hay que tomar a los juicios allí expresados, que dan cuenta de la perspectiva, e incluso el estado de ánimo, del entonces coordinador de la campaña presidencial del PRI. En ese contexto de competencia preelectoral acicateada por el comienzo de una crisis política que todavía nos alcanza, se entienden afirmaciones de Zedillo, como cuando reconoce el protagonismo de Manuel Camacho, o la estrategia de confrontación del PRD. Nada hay en esos juicios que no se externara, en los más diversos espacios, en aquellas fechas e incluso ahora. El valor que tienen, es el haber sido formulados por quien, sin saberlo entonces, nueve meses después sería Presidente de la República. Pero como consideraciones del jefe de campaña hacia su candidato, podría decirse que Zedillo no hacía más que cumplir con su obligación (con lucidez, por cierto) al describir el escenario político que encontraba delante suyo.

También notable, aunque curiosamente la nota en la primera plana de *Reforma*, el martes, no lo menciona en absoluto, es el aprecio ("admiración y agradecimiento", le comenta a Colosio) que Zedillo manifiesta por el presidente Carlos Salinas. La idea de darle a Salinas una salida decorosa, estableciendo con él una alianza política donde Colosio hiciera un compromiso de lealtad para a su vez exigir confianza era, como el mismo autor de la carta apuntaba, una recomendación "de libro de texto de estrategia política".

El estilo epistolar no es frecuente en un ambiente en donde la política suele hacerse en secreto y sin dejar huellas, como si sus protagonistas se avergonzaran de lo que dicen. ¿Qué valor tiene, sin embargo, publicar un documento privado, escrito en una circunstancia distinta de la actual? Los cálculos que hicieron quienes filtraron ese texto, son tan tortuosos (influidos, sin duda, por una concepción manipuladora de la política) que es imposible comentarlos, puesto que no son públicos.

Zedillo le respondió a *Reforma* con fundada dureza. Es delicado que las transgresiones éticas de un diario de esa importancia, tengan que ser señaladas por el Presidente de la República. Todavía más, da pena ajena el aplauso que entre algunos comentaristas suscitó la publicación de una carta cuyo interés, para muchos, radica en el morbo por asomarse a un documento privado.⁶⁸

A diferencia de otras posiciones discutibles que en la prensa aparecen sobre asuntos de la prensa misma,

⁶⁸ Raúl Trejo Delarbre, "Zedillo y *Reforma*", *El Economista*, México, 5 de octubre de 1995.

ésta sí suscitó réplica explícita. El director editorial de *El Economista*, Ricardo Medina Macías, publicó al día siguiente:

...aun a riesgo de causar penas ajenas (que en realidad son propias de quien las sufre y de nadie más), deseo puntualizar mi opinión:

1. Sí es un logro periodístico del diario *Reforma* la publicación de la carta de marras.
2. Se trata de un asunto de interés público y relevante (no morboso) que cualquier medio enfocado a servir a sus lectores no sólo puede difundir sin violar la ética, sino que *debe* hacerlo y
3. Demasiadas ocupaciones y talentos tiene el Presidente para perder el tiempo en una tarea que le es tan ajena como la de ofrecer lecciones de ética periodística.⁶⁹

El autor de este libro contestaría después lo siguiente, en una *addenda* a un artículo sobre otro asunto:

A don Ricardo le parece que la publicación de la carta que Zedillo le escribió a Colosio, constituye un "logro periodístico". Se equivoca.

En mi artículo consideré, entre otras cosas, que: A) No hubo hallazgo ni mérito periodístico de *Reforma*; ese diario aceptó ser intermediario para dar a conocer un documento, que alguien o algunos querían filtrar. B) La publicación de ese documento, sin precisar cómo lo obtuvo, le hace el juego a quien o quienes lo filtraron. No creo que la prensa haga logros con los tráficos de influencia de quién sabe

⁶⁹ Ricardo Medina Macías, "¿Pena ajena?", en "Ideas al vuelo", *El Economista*, México, 6 de octubre de 1995.

quiénes. C) Hubo una transgresión a la confidencialidad de una correspondencia privada. D) La forma como ese documento fue presentado y publicado, fue tramposa, parcial y sensacionalista.

Se ha dicho que puesto que se ocupaba de asuntos políticos, la carta podía ser hecha pública. Sin embargo, era un documento personal. Si no acotamos esa tendencia de los medios a entrometerse en la vida privada, en poco rato estaremos sumergidos en un deplorable, y quizá entonces sí insalvable, pantano de chismeríos y acechanzas... Creo que a los gobernantes igual que, por ejemplo, a los periodistas, debemos debatirlos a partir de lo que dicen, hacen o dejan de hacer en público. Allí hay bastante de dónde cortar, para tener que asomarnos a los archivos, o a las alcobas de otros...⁷⁰

Más que esa breve polémica en sí misma, al reproducirla queremos destacar aquí uno de los pocos intercambios (quizá el único) que hubo en la prensa, al menos de la Ciudad de México, en torno a la publicación de aquella carta de Ernesto Zedillo en *Reforma*. Aunque fue la comidilla del día y de varias semanas en el gremio de los periodistas y en muchos otros sectores de la sociedad y el mundo político, las discrepancias, en éste como en otros asuntos relacionados con el comportamiento de la prensa, solían manifestarse aisladas unas de otras.

En algo tenía razón Medina. El Presidente estaba muy ocupado. En medio de sus tareas, se dio tiempo para, el jueves 5, citar de improviso a un grupo de ocho reporteros y columnistas (entre ellos el autor

⁷⁰ Raúl Trejo Delarbre, "Preguntas (y respuesta)", *El Economista*, México, 12 de octubre de 1995.

de este libro) con el propósito de precisar su posición respecto de la publicación hecha por *Reforma*. En esa conversación se abordaron muchos otros temas y el hecho mismo de que se haya realizado, con tanta precipitación, indicaba que desde el gobierno se advertían fallas en su política de comunicación social.⁷¹ Zedillo explicó en qué circunstancias había escrito aquella para entonces famosa misiva y reiteró su molestia primero por la publicación y luego porque, a su juicio, estaba siendo utilizada para fincar incriminaciones ficticias sobre la responsabilidad del asesinato de Colosio. En medio de la conversación, el Presidente comentó las reacciones que en las fechas en que fue redactado aquel documento (es decir, poco antes del asesinato del entonces candidato presidencial priísta) despertaba en Colosio la figura de otro personaje de la política mexicana, Manuel Camacho Solís. "No tiene remedio", fue la frase que Colosio le dijo a Zedillo y otros colaboradores suyos, refiriéndose a Camacho.

Esa revelación fue el detonador para una nueva andanada de dimes y diretes en la clase política mexicana. El mismo día que aparecieron las versiones periodísticas del encuentro con el presidente Zedillo, el secretario de Gobernación, Emilio Chuayffet, enderezó una durísima crítica en contra de Camacho.⁷² el

⁷¹ Versiones de esa conversación aparecieron en varios diarios, entre ellos, Raúl Trejo Delarbre, "Lo de Camacho no tiene remedio, habría confiado Colosio a Zedillo", en *El Economista*, México, 6 de octubre de 1995.

⁷² "Que no se vayan a llamar mártires quienes generaban artificialmente problemas para emerger concertadores; quienes usaron sus cargos para reclutar propagandistas; quienes incurrieron en el desvío del poder, en su afección jurídica, para causar daño a México y alcanzar más poder..." Ese tono con tales impugnaciones, desvió

cual le respondió retándolo a un debate público. El secretario rechazó la invitación en una áspera carta. Todo, por una frase que, por cierto, no era de lo más relevante entre los muchos temas que tocó el Presidente en aquel encuentro con ocho periodistas. Recordamos el incidente, como un ejemplo más de lo enconado que era el clima en el cual se desenvolvía la clase política en los momentos en que se publicaban muchos de los ejemplos de comportamiento periodístico que estamos mencionando. Es decir, por un lado la prensa (sobre todo los diarios de afán más sensacionalista) reproducía y estimulaba discrepancias que no siempre eran las centrales, entre los abundantes problemas nacionales en ese momento. Y al mismo tiempo, había en la élite política un ambiente tan ríjoso y de tanta confusión que, a su vez, se retroalimentaba en la prensa.

Antagonismos dentro de la clase política, siempre han existido. Si la vida está llena de pasiones y si la actividad política es intensamente vital, es comprensible que entre quienes ejercen el poder y se lo disputan, existan relaciones inevitablemente tensas. De hecho, para dirimir esas tensiones es que existe la política misma que, entendida en su acepción superior, es la colección de principios, ideas, prácticas y normas para despejar de manera civilizada los diferendos y los proyectos que hay en y para el ejercicio del poder. La

la atención de otros aspectos en el discurso de Chuayffet, que era orador en la reunión nacional de la Cámara de la Industria de la Radiodifusión. En ese mensaje, que fue transmitido por cadena nacional de radio y televisión, el secretario de Gobernación proponía que los radiodifusores tengan un código de ética. "Nadie debe imponer silencio", en *Reforma*, México, 7 de octubre de 1995.

novedad ha sido que las discrepancias antaño privadas, o de las cuales la sociedad sólo tenía referencias marginales, se ventilan de manera pública. Cuando Manuel Camacho desafiaba a Emilio Chuayffet a sostener un debate delante de los medios, le interesaba más el escenario que el contenido de ese, por lo demás, impensable encuentro.

Volviendo a la reunión con el Presidente, es posible recordar además la manera en que ese nuevo episodio molestó a algunos medios, especialmente aquellos que no habían estado representados en el encuentro en Los Pinos. En al menos un caso, esa incomodidad sirvió para que se manifestara una posición crítica respecto de la comunicación del gobierno. La columna política de *unomásuno* publicó, pocos días más tarde:

Ernesto Zedillo Ponce de León puede invitar a su casa a un grupo de amigos periodistas y compartir con ellos sus preocupaciones personales respecto de problemas de comunicación. Pero un Presidente de la República, preocupado porque su posición respecto de asuntos de interés nacional —el asesinato de Luis Donaldo Colosio lo es— no logra llegar a la sociedad, está obligado a diseñar toda una estrategia de comunicación.

Una de las más importantes funciones de la prensa en una sociedad democrática, quizá la más importante de todas, es la crítica (en el sentido y el espíritu constructivo del término), del poder. Por sí sola, sobre todo cuando se ejerce sin un código ético, esa crítica suele ser dañina para la vida institucional de una república. La libertad se convierte en libertinaje y éste en arma devastadora, que animada por la frustración, el rencor, la venganza,

la ambición de poder y de dinero, o el interés político, desvirtúa la función del periodismo.

La función crítica de los medios requiere del poder su réplica natural y legítima; una política de comunicación hacia la prensa, que *media* entre el gobierno y la sociedad....⁷³

FILTRACIONES EXTRANJERAS. TAMBIÉN LA NBC

En el avituallamiento y la propagación de filtraciones, no sólo han participado medios mexicanos. Las agencias informativas, diarios y cadenas televisoras del exterior, tienen en sus saldos recientes la propagación de noticias que, referidas a México, no siempre han sido escrupulosas. (Distinguimos este comportamiento de la propagación de mentiras, como sucedió en el ya comentado caso de las informaciones de la AP sobre un presunto golpe de Estado en México.)

En diciembre de 1995, por ejemplo, el noticiero principal de la National Broadcasting Corporation, NBC, aseguró que el expresidente Carlos Salinas estaba siendo investigado por la DEA —la agencia estadounidense antinarcóticos— por una presunta participación en negocios ilegales de su hermano Raúl. En esa ocasión, se conoció una abierta discrepancia entre la DEA y el Departamento de Estado, en Washington. Una, proporcionó las versiones no comprobadas sobre la supuesta indagación en torno al expresidente mexicano; el otro, las negó.

⁷³ Rodrigo Cabrera, "Zedillo y la prensa", en "En el llano", *unomásuno*, México, 10 de octubre de 1995.

El episodio, permitió recordar que la NBC, con todo y la meticulosidad a la que está obligada debido a su presencia internacional, no es inmune a los yerros, ni a la politiquería. Recordarlo, no salía sobrando delante del clima periodístico mexicano en donde, ante las limitaciones en el ejercicio profesional en los medios, a menudo hay quienes sostienen que lo mejor para nuestra prensa sería imitar a la de Estados Unidos. Pero en aquella nación, con un sistema de medios de gran heterogeneidad, existen lo mismo comportamientos responsables que, como es bien sabido, equivocaciones e incluso acciones de mala fe. Una diferencia, es que en los medios estadounidenses no suelen haber ambages para formular aclaraciones cuando se comprueba que hubo una información falsa. Al día siguiente de la información no comprobada, el conductor del noticiero, Tom Brokaw, dijo que la NBC no había documentado su afirmación de que la DEA acusaba a Salinas. El asunto, al menos por ese momento, quedó saldado.⁷⁴

A propósito de las filtraciones como fuentes indeseables, pero a veces difíciles de desdeñar para quienes tienen a su cargo el manejo de la información en un medio, el ya citado Ricardo Medina escribía, en el

⁷⁴ No era la primera vez que la NBC y Tom Brokaw, se hacían eco de una información atribuida a la Agencia Antinarcóticos respecto de México. En enero de 1990, fue tristemente célebre la transmisión de una teleserie acerca de la muerte del agente estadounidense Enrique Camarena Salazar, que había ocurrido en 1985 en Guadalajara. La NBC difundió la versión de la DEA, con intencionado énfasis descalificatorio de nuestro país y en uno de los programas, Brokaw hizo un comentario que causó singular escorzo en nuestro país: "si ya invadimos Panamá, ¿por qué no también México?".

otoño de 1995, todavía como secuela a la discusión sobre la misiva Zedillo-Colosio:

En cierta forma, el debate sobre la carta filtrada debiera superar sus actuales términos para plantearse como una discusión mucho más urgente e importante, acerca de la responsabilidad de quienes sirven en el gobierno o en entidades de interés público (como los partidos políticos) de cumplir con el derecho que tenemos los ciudadanos a la información.

Y añadía:

Por supuesto, el buen periodismo no se hace solamente, ni en su mayoría, por filtraciones ni a través de fuentes no identificables, pero habría que preguntarnos por qué en México los *noticiones* suelen darse cuando se horada el *secreto* que rodea a los asuntos públicos.⁷⁵

El director editorial de *El Economista*, aunque defendiendo el empleo de filtraciones como recurso periodístico, apuntaba un hecho fundamental. Si la política mexicana fuese menos oscura, las murmuraciones no tendrían tanto éxito. O, en otras palabras, como se insiste en otro apartado de este libro, hemos tenido una cultura política forjada en el secreto y la cual, en ciertas ocasiones, parece develarse ante las miradas curiosas de una sociedad para la que, hasta hace poco tiempo, la política había sido solamente asunto en las cúpulas.

⁷⁵ Ricardo Medina Macías, "Público y privado", en "Ideas al vuelo", *El Economista*, México, 16 de octubre de 1995.

Sin ese secretismo del poder, las filtraciones no causarían tanto interés. Pero también hay que reconocer que las filtraciones no suelen obedecer a descubrimientos periodísticos que muestren de manera palmaria las tortuosidades del poder. Tales filtraciones, suelen originarse en el poder mismo, a partir del cálculo de los costos y beneficios que tendrá la propagación de un asunto hasta entonces privado, con propósitos de fustigamiento, confusión o incluso legitimación de quienes lo dan a conocer.

DE LAS HABLADURÍAS, A LAS INculpACIONES

Imputaciones y réplicas, dimes y diretes, han abundado en la prensa mexicana, a propósito de las indagaciones de los crímenes políticos de 1995 y sus secuelas. El protagonismo, deliberado o involuntario, así como las acusaciones sin pruebas, han sustituido a la presentación de hechos y conclusiones.

Si eso hubiera ocurrido únicamente con los medios de información, o con personajes del mundo político que no tienen responsabilidad directa en la conducción de las investigaciones sobre tales crímenes, podría haberse pensado que se trataba simplemente de una espectacularización exagerada, intencional quizá, en busca de aprovechar el interés público a propósito de acontecimientos lamentables.

Para una sociedad cuya expectación y deseo de justicia han sido abrumados con chismes más que con hechos, la sensación que dejaban tales acontecimientos mediáticos era de hartazgo y sobre todo, desconfianza. En un mundo político que ha sido en buena medida generador de las versiones falsas o a medias, se ha

desarrollado una mezcla de sentimiento culposos y vértigo aprensivo. Sólo en parte, ha existido la sensación de que nadie gana, en la élite gobernante y sus periferias, con la promoción de especulaciones y falsedades (o, en todo caso, versiones sin sustento testimonial) en tales asuntos. Los medios de información han tenido especial responsabilidad en el fomento a un clima de opinión caótico, al dar cabida a las versiones más descabelladas, no tanto para ganar presuntas exclusivas o aumentar el *rating* o la venta de ejemplares, sino simplemente para no quedarse atrás en esa peculiar batalla por la murmuración.

Entre otras vertientes trasladadas de la impugnación judicial parcial a la filtración periodística, estuvo la acusación contra el general Domiro García Reyes, quien fuera responsable de la seguridad de Luis Donaldo Colosio. A ese militar se le enderezaron diversas incriminaciones, pero al menos durante largo tiempo, sólo en el oficioso tribunal de los medios y no por parte, formalmente, de la Procuraduría General de la República. En el imaginario periodístico, proliferaron las versiones que incorporan a ese personaje en la presunta conspiración que habría asesinado a aquel candidato presidencial priísta.

Si hacemos aunque sea someramente la reconstrucción del manejo que el asunto tuvo en la prensa, constatamos la precipitación declarativa de varios funcionarios, que va a la par de la obstinación de no pocos medios para buscar revelaciones sensacionales cuando no las hay. El 22 de febrero de 1996 el Procurador General de la República, Antonio Lozano, se reunió en el auditorio México de esa dependencia, con integrantes de las comisiones de seguimiento del caso Colosio, de las cámaras de Senadores y Diputados.

Alguno o varios de esos legisladores, comentaron con la prensa que Lozano había señalado una presunta culpabilidad del general García Reyes. No fue una acusación formal, ni siquiera la versión autorizada de que tal presunción tendría alguna consecuencia legal. Pero la especie corrió y motivó nuevas querellas y confusiones. Todo ello se debía, entre otras cosas, al procedimiento de consulta entre los legisladores y el Procurador. Los diputados y senadores, con el mandato constitucional que tienen, consideraban necesario enterarse directamente de las investigaciones y el Procurador, funcionario del gobierno como era, se encontraba con ellos en numerosas ocasiones. La índole de los temas que discutían, sobre todo por referirse a una investigación policiaca en curso que además tenía delicadas aristas políticas, obligaba a que las sesiones fuesen a puerta cerrada. Pero no eran secretas y cada vez que se realizaban los asistentes, o el anfitrión, o ambas partes, avisaban a la prensa. Un enjambre de reporteros, fotógrafos y camarógrafos aguardaba al final de cada sesión, porque lo que se decía allí era —o se presumía que era— noticia.

Seguramente los asistentes, diputados y senadores, no hacían un pacto de confidencialidad con el Procurador porque, siempre, varios de ellos —unos más comunicativos que otros— accedían con gusto a ser entrevistados para decir qué cosas, según ellos, les comunicaba Lozano. Estas sesiones, así, se convirtieron en una embrollada costumbre para que algunos legisladores dieran sus versiones de lo que decía el Procurador, o para que este funcionario difundiera, pero de manera indirecta, las revelaciones o insinuaciones que le interesaba sembrar en la opinión pública.

legisladores, Lozano se haya referido a la situación jurídica "ni (a) los indicios sobre los posibles participantes en el crimen". A su vez, García Reyes abandonó el silencio en que se encontraba prácticamente confinado después del asesinato de su exjefe y, con inusitado activismo puntualizador, envió un boletín a los medios, logró ser entrevistado para *24 Horas* de Televisa y, un día más tarde, charló con otros periodistas. Esencialmente, reiteró su inocencia, explicó que no se le consultaba sobre diversos aspectos de la logística de los mítines de Colosio y dijo que estaba a las órdenes de las autoridades competentes y de los medios de comunicación. Además, recordó su pertenencia al Ejército Mexicano —lo cual permitiría suponer que la iniciativa de dar la cara a los medios no fue solamente suya— y recordó, desafiando: "Fuimos capaces de aprehender al asesino y de entregarlo con vida a las autoridades competentes, se declaró culpable, fue juzgado y actualmente se encuentra cumpliendo una condena, ¿qué otra verdad se quiere?"

Esa pregunta se la hacían muchos, con diferentes intenciones. En el caso de García Reyes, hasta entonces no había sido documentada alguna responsabilidad suya en el crimen —tanto así, que se encontraba libre— pero no era un secreto que en la PGR se consideraba que pudo haber un complot del cual ese militar habría formado parte. La especulación periodística, hizo lo demás:

La Procuraduría, coadyuvaba para enturbiar el escenario público, proporcionando versiones no oficiales que hacían las delicias de autores y lectores de las columnas políticas afianzadas en el morbo, pero que sólo aumentaban la confusión. Los legisladores que acudían a escuchar informes de Lozano, ya

fuese por ingenuidad o por imprudencia, formaban parte activa de ese tiovivo de noticias a medias.

Las mencionadas declaraciones, tuvieron un efecto mayor cuando, tomadas parcial pero intencionadamente, varios dirigentes de los dos principales partidos políticos, a propósito de ellas y del caso Colosio, se enfrascaron en un vistoso intercambio de dicterios, el mismo 23 de febrero y al día siguiente. El dirigente priista en el D.F., Roberto Campa, acusó al procurador Antonio Lozano de manipular la información sobre las investigaciones y de proporcionarle información confidencial a Felipe Calderón, el exsecretario general del PAN que era candidato (a la postre ganó) a dirigir dicho partido. Ese mismo día la PGR negó que empleara con fines partidistas la información sobre el asunto Colosio y luego desmintió aquellas presuntas afirmaciones de Lozano. Por la tarde, el aludido Calderón respondió en un noticiero radiofónico, lanzando acusaciones aún más fuertes que las que le habían formulado. Dijo que el PRI "lucra con la muerte de Colosio" y que ese partido, "tendría que buscar al culpable o a los autores intelectuales en sus propias filas". Eso fue suficiente para que, todavía por la noche de ese 23 de febrero de 1996, el presidente nacional del PRI, Santiago Oñate, contestara que lo que había hecho su partido no era sino solicitarle a la PGR información sobre el asunto Lomas Taurinas y consideró injuriosas las acusaciones de Calderón que no estaban acompañadas de pruebas y que dijo, desprestigiaban al partido tricolor. El panísta respondió, casi a la medianoche, que cuál prestigio. Todo este carrusel de impugnaciones y declaraciones, en medio del nerviosismo que había en la clase política al acercarse el segundo aniversario del asesinato en Lomas Taurinas, se había

originado en versiones no confirmadas de unas declaraciones formuladas en privado, y luego desmentidas, del Procurador General de la República. En un par de días, el asunto se había distorsionado de tal manera que ya no estaba a discusión la culpabilidad o no del exguardaespaldas de Colosio, sino del PAN y del PRI que se acusaban mutuamente de lucrar con aquel crimen político. El papel que los medios jugaron en este breve pero intenso episodio, no fue como propiciadores, pero sí como propagadores de una cadena de declaraciones que, por añadidura, eran difundidas con tal velocidad que los afectados por ellas podían responder, quizá sin mucha reflexión pero, eso sí, en vivo y en la radio de cadena nacional.

El asunto parecía que resultaría en una mayor animadversión entre las fuerzas políticas principales del país. Reconociéndolo así, el 24 de febrero la Presidencia de la República emitió un comunicado en donde Ernesto Zedillo solicitaba a los partidos que respetasen la investigación sobre el asunto Colosio y que no lanzaran acusaciones mutuas sin fundamento. Además, reiteraba su respaldo a la labor de la PGR, institución que era, finalmente, la que resultaba más vulnerable en ese intercambio de dicterios.

La manera tan diversa como los diarios capitalinos recogieron esas declaraciones de la Presidencia —presentadas en Los Pinos por el vocero Carlos Almada— también fue sintomática. Para *Reforma*, *La Jornada*, *El Herald*o, *El Sol*, *Ovaciones* y *unomásuno* (este último especialmente enfático, aunque no textual, con un “Presidencia: ya basta”) fue la nota más destacada ese domingo 25 de febrero. *El Financiero* la ubicó también en su primera plana. Sin embargo, los diarios que más importancia habían dado, dos días antes, a las

versiones luego desmentidas por Lozano, soslayaron el exhorto presidencial a los partidos y el apoyo de Zedillo al Procurador: esa nota —que en la radio fue motivo de boletines especiales— no formó parte de las primeras planas de *El Universal*, ni de *Excélsior*. En “El Periódico de la Vida Nacional”, el documento de la Presidencia ocupó una brevísima mención, “coleada” en la página 6 a una nota con declaraciones del Procurador y en un espacio equivalente a menos del 3% de la capacidad de cada plana de *Excélsior*.

Una Procuraduría que informaba mal y a medias, legisladores que no se sabía si eran correveidiles o embusteros y una prensa que un día destacaba un asunto y al siguiente escondía las reacciones que había provocado: éstos eran los actores de los cuales dependía la sociedad mexicana para enterarse de uno de los asuntos que más la indignaban e inquietaban. Con razón, poco antes había escrito Héctor Aguilar Camín en relación a los juicios sumarios desplegados en espacios periodísticos:

Los medios, por su parte, que deberían garantizar para la sociedad la transparencia informativa sobre los ocultamientos, defectos y complicidades de la vida pública, se han vuelto surtidores de turbiedades y calumnias mediante pactos de obtención y distribución de información que son todo menos transparentes.⁷⁸

⁷⁸ Héctor Aguilar Camín, “Compuerta. Famas al pie del cadalso” en “cuaderno de nexos”, México, no. 210, junio de 1995.

Las filtraciones se propagan con más velocidad que las noticias *serias*. Los conductos para ello van desde la versión cara a cara hasta el empleo de los medios tecnológicos más recientes. De ese uso de las nuevas tecnologías, han participado lo mismo el poder político que sus impugnadores más contumaces.

En el conflicto en Chiapas, uno de los atributos del movimiento neozapatista ha sido un enterado e intencionado empleo de los más nuevos medios de propagación de información. No sólo tienen empresas editoriales y de video a su servicio, sino que además los dirigentes del EZLN y sus propagandistas han incursionado, con éxito significativo, en la red Internet, en donde incluso tienen un foro permanente que ofrece transcripciones en inglés y francés de las elegías del subcomandante Marcos. La propagación inmediata de mensajes a través de Internet y sus redes afluentes, le ha permitido al Ejército Zapatista una presencia constante y constante en importantes centros de opinión y de influencia en el mundo entero. Pero además, ya sea deliberada o improvisadamente, respecto del conflicto en Chiapas se han difundido versiones falsas, a veces terriblemente alarmistas y que no corresponden a la realidad. Rumores sobre actos represivos que (afortunadamente) no han sido reales, se irradian con cibernética facilidad sin que las rectificaciones o aclaraciones sobre tales hechos tengan la misma eficacia, precisamente, propagandística. En el conflicto chiapaneco, de hecho, han ocurrido numerosas falsificaciones y mitificaciones, como hemos comentado en otros sitios.

Y ya en el espacio urbano, es ampliamente conocido (lo vemos a diario en calles y restaurantes) cómo los

teléfonos celulares, con enorme rapidez, se asentaron como uno de los instrumentos de enlace preferidos en la clase política mexicana (quién sabe, aún, si con eficacia real o solamente como parte de la parafernalia del poder). Esos artefactos, han sido muy socorridos para la irradiación de informaciones de toda índole, entre ellas versiones falsas.

Más intencionado aún, ha sido el empleo de radiocalizadores personales para enviar mensajes engañosos a algunos de los periodistas políticos más relevantes. El mecanismo es sencillo: alguien consiguió una lista con las claves de los receptores de mensajes propiedad de varios columnistas y de cuando en cuando, les envía recados sin remitente. De esa forma se les avisa cuando varios personajes políticos sostienen una reunión privada pero de la cual alguno de ellos quiere que haya publicidad, o se difunden versiones falsas de acontecimientos que se pretende circulen aunque sea como rumores.

El columnista Fidel Samaniego ha relatado tales avisos que hacia 1995 se pusieron de moda. Periodistas como él, encontraban en sus receptores del tipo Skytel, rumores como: "Confirma la nota, piden licencia tres gobernadores: Manlio, Chirinos y Sócrates", o "Checar lo de la reunión de Carlos Fuentes, Porfirio y Camacho". Ese reportero consideraba que se trata de una: "Siembra de rumores, pues, de quien tiene una lista de claves -PIN, le llaman- de reporteros que usan los receptores mencionados".⁷⁹

Hasta la dispersión de versiones falsas incursiona en la modernidad tecnológica. Pero aparte de la sofistica-

⁷⁹ Fidel Samaniego, columna "Historias, voces, susurros", en *El Universal*, México, 11 de marzo de 1995.

ción de quienes quieren confundir con anuncios ficticios, hay que reconocer que las murmuraciones no prosperarían si no hubiera periodistas, y espacios en los medios, que les dan cabida.

8. Periodistas y políticos

Está archimencionado: la información pervertida, manipulada, parcial o de plano falsa, inunda a nuestros medios. Hay una constatable carencia de parámetros éticos, en tanto los criterios para seleccionar y ponderar a la información toman en cuenta no la acuciosidad sino valores que en esta barahúnda resultan fundamentalmente comerciales, o la posición que alcanzará una noticia en el mercado de la información. Pero si todo eso es posible, no se debe sólo a la unilateralidad de quienes manejan a los medios. Las desviaciones periodísticas y el utilitarismo de los medios, encuentran campo y audiencia en virtud de la tolerancia, o incluso complicidad, que tales comportamientos suscitan en la sociedad mexicana. Todavía no tenemos, al menos de manera suficiente, lectores, televidentes y radioescuchas que les exijan claridad a los medios. Menos aún, contamos con mecanismos para que esa claridad sea resultado de pautas establecidas y no de casualidades u ocurrencias de los operadores de los medios. Y junto con ello, quizá todavía más difícil de remediar, está la tensión permanente entre la prensa y el poder. En los años recientes, la prensa mexicana ha transitado de una situación de casi completa subordinación al poder político, a un *destape* en donde apenas comienzan a construirse pautas para una relación que no sea malsana.

Los políticos y los periodistas, ha escrito el español Javier Pradera, "se miran hoy con la desconfianza y el recelo de dos transeúntes que se cruzaran en un callejón oscuro y solitario durante una noche de invierno; esas situaciones, dominadas por el miedo mutuo, son el caldo de cultivo ideal para agresiones imprevistas entre viandantes paranoicos".⁸⁰ Junto con la paranoia, como complemento o agravante de ella, hay un sentimiento de mutuo aprovechamiento a partir de la suposición de que el prestigio de unos, llega a depender de la ruina o el tropiezo de los otros.

Las reglas del trato mutuo entre políticos y periodistas, dice el mismo autor, hace tiempo quedaron desplazadas por el intento de unos y otros para aprovecharse mutuamente. "Se consideran víctimas los unos de los otros y se refugian en delirios paranoicos simétricos".⁸¹ La información queda matizada, y a veces condicionada, por ese trato brusco pero constante que existe entre periodistas y políticos. Estos, cortejan a los primeros para obtener el servicio de que su nombre o sus proyectos sean mencionados en la prensa y el resto de los medios, o en un uso más perverso, para que los rumores que difunden alcancen propagación masiva. Pero los políticos, a menudo, ven a los periodistas como instrumentos, no como interlocutores. Los periodistas, a su vez, tienen semejante concepción no sólo de los políticos sino de los públicos de los medios.

Los periodistas se han convertido en obsesivos caza-equívocos de los personajes políticos, como si en los yerros estuviera la miga de los acontecimientos

⁸⁰ Javier Pradera, "Políticos y periodistas", reproducido en *nexos*, México, febrero de 1993.

⁸¹ Pradera, *op. cit.*

—y las decisiones— que moldean la vida pública. Los políticos, no son tales si no cuentan con la presencia social que sólo les da su comparecencia en los medios. Unos, dependen de los otros para que su actividad tenga sentido. Pero en lugar de reconocer su mutua e inevitable dependencia, reniegan de ella como si se tratara de una relación vergonzante. Se necesitan, pero se detestan.

En México, esa mezcla de necesidad y rechazo se agrava por el trato autoritario que desde el mundo político se le propinó a la prensa durante una larga época. Numerosos funcionarios, al mismo tiempo que pagaban generosamente (con recursos públicos) la obsequiosidad de una prensa que facturaba cada línea ágata de elogios y de información oficiosa, daban a los periodistas un trato de subordinados. Esa relación no ha desaparecido del todo, pero ahora en ocasiones se traduce en una suerte de revancha gremial, en actitudes que de la desconfianza llevan a la exigencia y, de ésta, al desafío por parte de algunos periodistas. Es uno más de los asuntos que están por ajustarse en la transición de esquemas y actitudes, en el trato entre sociedad y poder político.

Habitualmente, los políticos murmuran de los periodistas en privado, y éstos lo hacen de los políticos en público. Esa no es una relación sana pero no parecen existir más fórmulas que la claridad —incluso y sobre todo en las discrepancias— y el recordatorio constante de que, unos y otros, tienen y defienden intereses distintos. Cuando un político, o un periodista, se sobreactúa en su papel público, es cuando comienzan los problemas. Si un político cree que su función pública le da una suerte de fuero en contra de las indagaciones de la prensa o ante las críticas de los

comentaristas, entonces olvida que toda acción de gobierno, o de representación popular, está sometida a la sanción de la sociedad, que pasa por el escrutinio de los medios. De manera similar, cuando un periodista olvida las limitaciones de su tarea pública y actúa como si fuera un juez omnímodo capaz de censurarlo y sentenciarlo todo, también ha perdido el piso.

Federico Campbell ha citado al italiano Piero Ottone para recordar los riesgos que conlleva el trato entre periodistas y políticos. Entre otras conductas, dice, está la de aquellos informadores convencidos de que tienen un enorme poder:

No falta el reportero que se cree protagonista de la política y trata de participar en la vida de los partidos o de hacerse presente en los corredores del poder. Su convicción más íntima —su fantasía secreta— es que un artículo suyo puede determinar la marcha de la historia, la suerte de un político, la caída de un gobierno. Pero la verdad, piensa Ottone, es que los gobiernos caen por otros motivos. Incluso si eso fuera cierto, el periodista no estaría en su papel: no es asunto de los periodistas tumbar ministros o gobiernos como si fueran boliches. Deben contentarse con juzgarlos.⁸²

CASTILLO PERAZA. UN CASO HETERODOXO Y RÍSPIDO

Uno de los personajes políticos que en los años recientes han quebrantado algunas de las reglas de convenencierismo y tirantez mal disimulada con la

⁸² Federico Campbell, "El peligro de la frecuentación", en "Enfoque", suplemento de *Reforma*, México, 13 de noviembre de 1994.

prensa, ha sido Carlos Castillo Peraza, que entre 1992 y 95 fue presidente del Partido Acción Nacional. Periodista de profesión él mismo años atrás y colaborador de varias publicaciones periódicas, ese líder político ha sido uno de los pocos en tener, y manifestar, posiciones críticas respecto de los que considera manejos poco escrupulosos en los medios de comunicación. Castillo ha insistido en que los medios deben tener parámetros éticos y ceñirse a las tareas que el público espera de ellos, que sea claro "el deslinde entre hecho y opinión: que el que informa, informe y el que opina, opine, porque ahora vemos hechos sensacionales; los mejores datos los dan los que opinan y las opiniones los que reportean, es el mundo al revés".⁸³

En varias ocasiones, de la misma manera que sostuvo relaciones muy ríspidas con la prensa, Castillo fue sancionado por editores y columnistas que se negaron a publicar rectificaciones que él hacía. Por ejemplo, en febrero de 1995 *La Jornada* informó que en una de sus conferencias de prensa, el entonces dirigente nacional del PAN se había rehusado de manera grosera a responder varias preguntas de los reporteros. El autor de la nota, aseguraba que ésa era una conducta frecuente de Castillo.⁸⁴

⁸³ Carlos Castillo Peraza, "El poder de los Medios", mesa redonda con la participación de ese dirigente panista y los periodistas Carlos Marín, Humberto Musacchio, Javier Solórzano y Raúl Trejo Delarbre en *Voz y voto*, no. 31, México, septiembre de 1995.

⁸⁴ Ricardo Alemán, "Crónica de la tradicional conferencia de los jueves. Nueva política informativa del Partido Acción Nacional", en *La Jornada*, México, 3 de febrero de 1995. El reportero ponía la siguiente conversación en boca de varios periodistas asistentes a la conferencia de prensa pero a los que no identificaba: "Castillo Peraza es un maestro en hacer chingaderas. Es común que ni

El dirigente nacional del PAN, quiso responder a las imputaciones que se le hacían en ese diario. Sin embargo, *La Jornada* rechazó publicarle una carta aclaratoria. Enviada el mismo día que apareció la información, la misiva de Castillo nunca encontró espacio en la sección de correspondencia de ese periódico. Para dejar testimonio de su queja, Castillo Peraza envió una copia a Marco Levario Turcott, que mantiene una columna de seguimiento de la prensa en el semanario *etcétera*, en donde se dio a conocer la carta censurada por *La Jornada*. Allí, el dirigente panista desmentía afirmaciones del reportero, adjuntando para ello un caset con la grabación de su conferencia de prensa. Según ese testimonio, el reportero de *La Jornada* había participado en la conferencia, obteniendo respuesta a sus interrogantes. Es decir, paso por paso Castillo demostraba que la nota estaba llena de calumnias. Lo más escandaloso es que el director de *La Jornada*, a quien estaba dirigida, se negó a publicarla. No era una carta cualquiera. Se trataba de una rectificación documentada y argumentalmente sólida, a una serie de imputaciones que el reportero hacía en contra de Castillo. Y no era cualquier corresponsal. Se trataba del dirigente del segundo partido político del país. *La Jornada*, incluso violando la Ley de Imprenta que obliga a la publicación de rectificaciones, escondió y eludió el asunto.⁸⁵

siquiera acepte preguntas. Sólo llega, lee un texto o expone y se va..." Tercia otro colega: "Así como lo ves. Llega, ni siquiera saluda, luego regaña a los periodistas, no los baja de pendejos..." El cronista aseguraba que Castillo Peraza y sus correligionarios, "no quieren saber nada de *La Jornada*".

⁸⁵ Fragmentos de la nota de Alemán y el texto íntegro de la rectificación del dirigente panista, fueron publicados por Marco Levario

Pocos meses más tarde, el trato agrio que Castillo y algunos periodistas se dispensaban mutuamente, desembocó en un altercado público. El 16 de julio de 1995, durante una gira en Morelia, el presidente nacional del PAN se enfrascó en un duelo de impugnaciones que, de su parte, llegó al impropio cuando algunos periodistas querían entrevistarle. Harto de preguntas insidiosas, Castillo perdió los estribos y le respondió a una reportera con calificativos groseros.⁸⁶

En esa relación siempre tensa, es conveniente entender la molestia que para los personajes públicos debe constituir el acoso constante de reporteros, que no siempre se distinguen por sus modales y que llegan a considerar que tienen una suerte de impunidad para preguntar cualquier cosa y amagar con sus grabadoras. Si así ocurre, se debe en parte a la proverbial y ya

Turcott en "¿Mentiras de una «crónica»? Carlos Castillo Peraza se ocupa de una nota en *La Jornada*", *semanario de política y cultura etcétera*, no. 107, México, 16 de febrero de 1995. Allí, entre otras cosas, Castillo replica: "No he llamado «pendejo» a reportero alguno. Ni siquiera a los que inventan preguntas no hechas".

⁸⁶ Ismael Romero, "Mostró Castillo Peraza en Michoacán su manejo del idioma", en *La Jornada*, México, 17 de julio de 1995. Según esa y otras notas de prensa, cuando la reportera Pilar Avila, de Stereorey, le preguntó si era cierto que la candidatura panista para el gobierno de Michoacán sería resuelta con una imposición del centro, Castillo respondió: "¡Esas son chingaderas, señorita!". Antes, Castillo había dicho que no quería hacer declaraciones pero los reporteros fueron más insistentes. El director del noticiero para el que esa reportera trabajaba, Pedro Ferriz de Con, menospreció el acontecimiento ("me habló chillando mi reportera, Carlos", le dijo al día siguiente, al aire, por teléfono) y recogió esta declaración de Castillo: "Yo le respondo feo a quien me habla feo", *La Jornada*, México, 18 de julio de 1995.

mencionada política del secreto, que en México durante largo tiempo reservó la explicación de los asuntos públicos a declaraciones parcas, o que simplemente dejaba de ofrecer explicaciones; los reporteros entonces, se vieron obligados a buscar cualquier declaración, por breve que fuera. Sus jefes de información les suelen exigir que registren cualquier comentario, aunque sea trivial o hueco, con tal de mantener en cada medio el registro de lugares comunes que llega a ser confundido con las auténticas noticias. La "declaracionitis", tan impregnada en el periodismo mexicano y que llena planas y espacios electrónicos con frases de ocasión aunque no digan nada, o nada nuevo, puede ser el único criterio que orienta el trabajo de numerosos reporteros.

La declaración improvisada, comodinamente considerada como noticia, es uno de los peores males de nuestro periodismo. Los reporteros no suelen tener tiempo, ni recursos, ni apoyo ni exigencia en sus medios ni de los lectores para hacer periodismo de investigación, que es el único capaz de encontrar novedades más allá del boletín o la declaración oficial.

Castillo no era, en esas fechas, el único político en problemas con la prensa. No habían pasado 48 horas del incidente en Morelia, cuando en la Ciudad de México Oscar Espinosa Villarreal fue perseguido por una veintena de reporteros empecinados en obtener alguna declaración cuando el regente no quería decir nada. El jefe del gobierno capitalino, había salido de su oficina para cruzar el Zócalo y de pronto se vio rodeado de un tumulto de reporteros de los que intentaba escapar como si fueran el diablo mismo. Ellos, a su vez, lo acosaban como si exprimiéndole palabras Espinosa les fuera a ofrecer revelaciones históricas. El episodio

fue bastante ridículo⁸⁷ y además intrascendente, excepto porque reiteraba esa ausencia de normalidad en el trato cotidiano entre periodistas, y personajes de las más variadas filiaciones políticas.

En ese contexto, el altercado entre el líder del PAN y los reporteros en Morelia y otros episodios, eran vistosas luces rojas que daban cuenta del deterioro creciente en la relación entre periodistas y políticos. Sin embargo, se quedaron en la mera anécdota. El episodio de Morelia, fue considerado por la mayoría de los comentaristas como una muestra de prepotencia del dirigente blanquiazul. Incluso, un recurso frecuente para descalificar a Castillo no era la refutación de sus ideas políticas, sino el recordatorio de sus tropiezos con los reporteros. En su mismo partido, el altercado tuvo consecuencias.

Pocos días después del incidente michoacano, varios reporteros le preguntaron al líder del PAN en la Ciudad de México, Gonzalo Altamirano Dimas:

—¿Usted cree que Castillo Peraza perdió la cabeza?

El dirigente capitalino, aparte de negar que su líder nacional estuviera desvariando, quiso hacer una humorada.

—De ninguna manera. No lo creo pero, además, recuerden ustedes que cuando un yucateco pierde la cabeza, lo pierde todo.

Esa fue la respuesta, más o menos. En diversos medios de comunicación, sobre todo radiofónicos, solamente aparecieron las palabras finales de la frase: *cuando un yucateco...* que bastaron para que existiera la impresión de que Altamirano Dimas estaba aprovechando

esa peripecia para marcar distancias respecto de Castillo Peraza. Para ciertos medios la noticia de que Altamirano cuestionaba, burlándose del incidente, al presidente nacional de su partido, era más importante que el rechazo a considerar que el liderazgo panista estuviera en riesgo por la exasperación en Morelia. No es lo mismo perder la cabeza que perder la noticia y más de un reportero prefirió aprovechar el sesgo parcial para exprimir abusivamente las declaraciones de Altamirano.

Castillo Peraza quiso ofrecer, si no disculpas, una alternativa para resolver problemas como el incidente del que fue protagonista. Propuso que los medios tengan un Código de Responsabilidades, que oriente el desempeño de sus reporteros. Peor le fue. Hubo medios que quisieron entender esa sugerencia como un intento de censura.

El 22 de julio, al dar cuenta de las respuestas del senador panista Luis H. Alvarez a periodistas que lo interrogaron sobre el mismo asunto, el reportero de *El Universal*, Roberto Villarreal, más que las declaraciones de ese político juarense escribió sus propias conclusiones: "No podía evitar el tema de la controversia nacional en la que está metido el presidente de ese partido, Carlos Castillo Peraza, quien en un arranque de coraje tuvo una serie de expresiones altisonantes en contra de diversos medios de difusión, que lo han llevado a proponer una «ley mordaza»". Para el reportero, allí había una "controversia nacional", las expresiones de Castillo eran formuladas en contra de algunos "medios" (cuando en realidad los improprios habían sido a periodistas muy específicos, que no son personificación de las empresas para las que trabajan) y según la información, proponía una "ley mordaza". Ese mismo día, en *Excelsior*, la reportera Esther Riquelme daba a

⁸⁷ Vianey Esquinca, "El Regente y sus muchachos", en *Reforma*, México, 19 de julio de 1995.

conocer las declaraciones de don Luis Alvarez, para quien "se ha hecho una tormenta en un vaso de agua" del incidente de Castillo con la prensa. Pero Riquelme, en la entrada de su nota, por cuenta propia, calificaba el *affaire* moreliano como el "más reciente de los desbarres del líder panista Carlos Castillo Peraza con los periodistas". Meses más tarde, Castillo insistió en el desdén que le suscitaba la prensa:

—¿Odia usted a la prensa?

—No. Para odiarla tendría que pensar que el mundo estaría mejor si no existiera y el mundo sería igual con prensa o sin ella.⁸⁸

Pero como con la prensa hemos de vivir (e incluso para ella, como les ocurre aunque sea en parte a los personajes públicos) es imposible exorcizarla con denuesos, o ignorarla todo el tiempo. El caso de Castillo Peraza es significativo por heterodoxo: pocos políticos mexicanos se han animado a manifestar de manera tan rotunda (incluso con excesos verbales como los que hemos reseñado) su distancia respecto de una prensa que no solía tomarlo como interlocutor, sino como *sparring*. Esa relación amor-odio que muchos políticos y periodistas se profesan, es distintiva del trato entre la prensa y el poder en todo el mundo. Pero en el caso mexicano, ha tendido a ser especialmente críptica de-

⁸⁸ Mireya Cuéllar, "El mundo sería igual con o sin la prensa. Castillo Peraza", en *La Jornada*, México, 17 de noviembre de 1995. Poco después el conductor radiofónico José Gutiérrez Vivó insistió: "Dicen que usted odia a los medios. ¿Es verdad?" "—No. La verdad es que el odio es un sentimiento serio. Yo digo que no hay que desperdiciarlo." "Carlos Castillo Peraza y los medios", en *Medcom*, México, no. 49, febrero de 1996.

bido a que nos encontramos en un proceso de cambios y una de las asignaturas reiteradamente pospuestas en la transición política del país, ha sido el de las reglas para los medios de comunicación.

Sin pautas precisas en el terreno político, la relación poder-prensa-sociedad también ha sido ambigua por la carencia de reglamentos suficientemente claros, actuales y democráticos. Como todo o casi todo ese trato se ha resuelto de manera discrecional, o casuística, han persistido los equívocos y, eventualmente, los abusos.

Impensable de ser contestatario, el escritor Carlo Coccioli, con largas décadas de residencia en México, describía de la siguiente manera la diferencia entre los contextos que tiene como autor en Europa y los que encuentra, con más holgura pero sobre todo con mayor desconcierto, en nuestro país:

Cuando por ejemplo escribo en la prensa europea, debo tener —hoy también— mucho cuidado en el momento de detenerme sobre la naturaleza o actuaciones de determinadas personas o mejor dicho de determinados personajes. A la más mínima insinuación que yo no pueda probar, me cae encima una denuncia/demanda por calumnia, difamación y otros rubros por el estilo. Y allí sí prosperan estas acciones. El "atacado", aunque lo haya sido con el pétalo de una rosa, me otorga (así se dice en italiano) facultad de prueba. Es decir, me reta legalmente a que yo pruebe lo afirmado o insinuado. Si no lo puedo hacer, ¡pobre de mí!

En el marco de la libertad de prensa mexicana, donde estas quisquillas de calumnia, difamación "et simitia" son justamente eso: quisquillas —"aquí esas cosas no prosperan", me amonestaba con voz irónica don Martín Luis Guzmán, mi mentor en los enredos

mexicanos... en el marco pues de la libertad de prensa mexicana la extrema y extremosa reserva concerniente a la figura presidencial es algo de inmenso peso: hay que tener la libertad psíquica de admitirlo...⁸⁹

Sólo con cauces de relación que incluyan la claridad y el respeto mutuos, los políticos y los periodistas pueden trabajar juntos sin tener esa sensación de mutuo temor, desconfianza o desprecio. Como dice Pradera, sería pertinente que de la misma manera que los periodistas critican con tanto afán a los políticos, fueran ellos mismos capaces de autocriticarse, para que puedan "ponerse en el pellejo del adversario e intenten contemplar con la mirada del otro la conducta propia". Tratar de mirarse con los ojos de los otros: así, quizá, tanto políticos como periodistas podrían entender el recelo que sus dimes y diretes provoca en los grandes ausentes en estos litigios: los ciudadanos.

Políticos intemperantes con los insolentes periodistas; reporteros metidos a editorialistas; medios que exageran o cercenan declaraciones para imponerles ángulos vistosos. Las auténticas noticias y desde luego el debate en profundidad, siguen ausentes. Pero eso sí, por adjetivos, de una y otra parte, no ha quedado.

9. Periodistas, policías y jueces: alianza indeseable

Medios de comunicación y corporaciones judiciales tienen espacios por definición distintos. Siendo, ambas,

⁸⁹ Carlo Coccioli, "Libertad de prensa. En México las «quisquillas» de calumnia no prosperan", en *Siempre!*, no. 2156, México, 19 de octubre de 1994.

instituciones que al menos en teoría estarían destinadas a cumplir con propósitos de servicio público, sus procedimientos, plazos y prioridades no son necesariamente coincidentes. Incluso, sobre todo a la luz de numerosas experiencias internacionales recientes, puede considerarse que los medios, en ocasiones, tienden a convertirse en disruptores de la acción judicial.

Ya hemos mencionado, en páginas anteriores, cómo los responsables de indagaciones de crímenes políticos muy relevantes, en ocasiones han conferido gran importancia al efecto de los medios, incluso propiciando distorsiones informativas a través de *filtraciones*. En otros casos, la exigencia de los mismos medios o el afán de los funcionarios judiciales para tener una imagen favorable en ellos, ha implicado apresuramientos en las investigaciones.

El 10 de mayo de 1995, el exprocurador de Justicia del Estado de Jalisco, Leobardo Larios Guzmán, fue acribillado cuando salía de su casa en Guadalajara. Se trataba, según todos los indicios, de una venganza de narcotraficantes. Esa misma noche, la Procuraduría General de la República parecía anotarse un éxito al anunciar que tres de los asesinos ya habían sido detenidos, cuando desembarcaron de un vuelo comercial rumbo a Tijuana. La versión de que había detenidos circuló oficiosamente en los medios de la Ciudad de México desde las seis de la tarde pero, se decía, el procurador Antonio Lozano Gracia quería esperar para darla a conocer, con significativa espectacularidad, a través del noticiero nocturno de Jacobo Zabludovsky. Así ocurrió y, en medio de las enormes tensiones que produce su indeseable trabajo, Lozano difícilmente podía ocultar la satisfacción por lo que parecía un notable acierto policiaco. Desdichadamente el gozo duró

poco y, al menos, en unas cuantas horas ese funcionario tuvo la honestidad de decir que se había equivocado. Los presuntos delincuentes no eran tales y, aparte del daño moral que se les causó acusándolos de un delito del que posiblemente ni siquiera les dio tiempo de enterarse, la PGR confundió a la llamada opinión pública al proporcionar datos falsos.

De aquel episodio, el analista de medios Jaime Septién, escribió lo siguiente:

Da la impresión de que nadie en este país sabe manejarse al respecto: ni los informadores, que corren con un desparpajo desconsiderado a filtrar la nota, ni los informantes que parecen no contar con más de dos horas de vida. Y de pronto surgen acontecimientos como el que relatamos en los que se podría hablar de falta de profesionalismo: un Procurador General que da la nota sin tener todos los elementos en la mano, y un noticiario que no investiga por su cuenta si lo que la autoridad propone tiene síntomas de verdad, son dos caras de una política comunicativa débil, errónea, sesgada a intereses de particulares y sin mucho respeto por el público. No hay control ni evaluación de los hechos. Como en múltiples actividades de la vida neoliberal en México, también lo informativo está regulado por el mercado. Y si el mercado pide declaraciones rápidas, contundentes e inculpatorias, hasta el más recatado de los funcionarios se pone a disparar declaraciones para satisfacción de la clientela televisiva.⁹⁰

⁹⁰ Jaime Septién, "Luz de Alcoba. Disparar declaraciones", en "La Cultura en México", suplemento de *Siempre!*, no. 2188, México, 25 de mayo de 1995.

En los medios, suele haber una real y a menudo descomulgada presión, al exigir velocidad en las averiguaciones pero no por preocupación justiciera, sino por avaricia de noticias capaces de suscitar el interés de sus públicos. Esa actitud, se ha convertido en uno de los principales factores que distorsionan la acción de las instituciones policiacas. La televisión, la radio y la prensa pueden contribuir a balancear las conductas de los funcionarios, incluyendo desde luego a los del área judicial. Pero cuando la agenda de los responsables de la seguridad pública es impuesta por los medios, entonces las sociedades comienzan a tener conflictos adicionales. Así comienza a suceder en México, igual que ocurre desde hace algunos años en países con vicisitudes semejantes.

Los medios de comunicación y los líderes de opinión que los conducen, tienden a cumplir con un papel de contrapeso delante del poder político. Pero en vez de equilibrar al poder con sus exigencias, se han inclinado a perturbarlo, al crear un clima de sensacionalismo enfermizo en el cual hay autoridades judiciales que llegan a considerarse estrellas de televisión⁹¹ —y a comportarse con la frivolidad y el desparpajo de ese gremio—, al mismo tiempo que pareciera que la marcha de la justicia tiene por objeto satisfacer las ansias de espectáculo de un poco respetable pero muy vociferante público. Junto a funcionarios policiacos con síndrome de Elliot Ness, hemos tenido comunicadores que constantemente demandan más y más hechos capaces de ser traducidos en líneas ágata y en minutos

⁹¹ Esa es la crítica que diversos comentaristas, algunos de ellos víctimas de filtraciones a la postre falsas, le hicieron repetidamente al subprocurador Pablo Chapa Bezanilla.

de sensacionalismo desbordado. Unos y otros, son complementarios en su afán para usufructuar a los medios sin advertir que pueden ser víctimas de ellos. Así ocurrió, en medio de una de las confusiones politocoplíacas más complejas en este periodo de acontecimientos tremendos, en la averiguación del caso Ruiz Massieu.

LA FASCINACIÓN MEDIÁTICA DE MARIO RUIZ MASSIEU

Un episodio tan conocido como social y moralmente costoso, en donde justicia y medios se confundieron en medio de intereses políticos tenebrosos, fue la averiguación del asesinato del secretario general del PRI, José Francisco Ruiz Massieu, acaecido el 28 de septiembre de 1994. Por disposición presidencial, la investigación le fue encomendada al subprocurador general de la República, Mario Ruiz Massieu, hermano del dirigente victimado. Ese funcionario judicial, enderezó una campaña publicitaria, sin pruebas, contra varios dirigentes del PRI. Luego se sabría que Mario Ruiz no emprendió una investigación acuciosa e incluso él mismo, fue acusado de enriquecimiento ilegal. Pero en el otoño de aquel año, sus imputaciones fueron recogidas —podríamos decir que con desmedido entusiasmo sensacionalista— por medios impresos y electrónicos de todo el país.

La aprehensión del autor material del crimen, el joven Daniel Aguilar Treviño permitió llegar, según se dijo, a sus patrocinadores, entre ellos un expleado de la Cámara de Diputados, Fernando Rodríguez González. Ese individuo confirmó la posibilidad de que el asesinato se hubiera debido a una conspiración de

políticos revanchistas, hipótesis que coincidía con la que el subprocurador se había formado previamente. Se dijo entonces que en el complot habrían participado varios personajes políticos —entre los que se encontraría Manuel Muñoz Rocha, desde entonces desaparecido— y que habrían querido “rescatar los puestos de dirección del país para aquellos que han sido desplazados”. Todo parece indicar que, convencido o tratando de convencer de la hipótesis de la conspiración, Mario Ruiz aprovechó las declaraciones de Rodríguez y las dotó de una verosimilitud para entonces casi sin discusión en los medios. Allí se mencionaba, por ejemplo, que Muñoz Rocha formaba parte de un presunto grupo político del que se dieron nombres de dos senadores por Tamaulipas como si se tratase de cómplices del atentado. Más tarde, el mismo Rodríguez negó haber dicho tales cosas, pero esos legisladores ya habían sido sometidos al eufórico e inclemente tribunal de la opinión pública. El subprocurador, con una actitud extrañamente hierática primero y eufórica después, declaraba con gran frecuencia ante las cámaras de televisión. La tragedia de su hermano lo había convertido, en ese otoño de 1994, en destacado personaje nacional. Todo parecía indicar, poco tiempo después, que al carecer de elementos suficientes para identificar con claridad a los asesinos intelectuales, o incluso al querer aprovechar en su beneficio ese terrible crimen, Mario Ruiz emprendió una campaña para, a través de los medios, confundir a la sociedad y al mundo político.

En su búsqueda de pruebas, Ruiz ordenó el allanamiento, sin órdenes de cateo, de domicilios privados e incluso, de las oficinas nacionales del PRI y de cubículos de ese partido en la Cámara de Diputados. La secretaria general y el presidente del PRI, María de

los Angeles Moreno e Ignacio Pichardo, protestaron por esos abusos y entonces, se ganaron la animadversión del subprocurador que los acusó a ambos, siempre sin pruebas, de encubrir a los asesinos de su hermano.

Semanas después, el 23 de noviembre, Mario Ruiz renunció al PRI y simultáneamente, al puesto como subprocurador (que de cualquier manera hubiera tenido que dejar una semana después, en vista de que el gobierno de Carlos Salinas estaba expirando). Lo hizo en una tumultuaria conferencia de prensa. Más que hombre de leyes y a pesar de su cargo, en esos meses había sido un personaje de los medios. No pasaría mucho para que los mismos medios de comunicación que creyeron y propalaron acriticamente sus versiones, se entusiasmaran con la imagen que lo mostraba arrestado en Newark, Estados Unidos, las manos esposadas y conducido por un alguacil después de que, huyendo de México, fue sorprendido con una alta suma de dólares que no había declarado en la aduana de aquel país.

Mario Ruiz, subprocurador y por añadidura hermano del dirigente priísta asesinado, tuvo en los medios una presencia dramática e intensa, a pesar del ensimismamiento —la mirada extraviada, la dicción tartajosa— con que aparecía en sus entrevistas para televisión. En el imaginario de buena parte de la sociedad, educada en la idea de que el ejercicio del poder es inevitablemente perverso y azorada ahora ante el espectáculo de personajes políticos enfrentados y que incluso podrían haber llegado al crimen para dirimir sus desavenencias, cobró legitimidad la especie de que el asesinato de Francisco Ruiz Massieu se debía a un *ajuste de cuentas* entre priístas, que era vengado, entonces, por su hermano el subprocurador.

Los medios eran no sólo espacios de las especulaciones, sino además escenarios de los hechos policíacos. Tres de los señalados como cómplices del asesinato de José Francisco Ruiz, se entregaron en instalaciones de empresas televisoras. El 1 de octubre Carlos Angel Cantú Narváez, que ya había logrado cruzar la frontera hacia Estados Unidos, estaba en Houston cuando, según dijo, lo asaltó el remordimiento al ver en televisión a su madre llorosa que lo exhortaba a capitular. Entonces, acudió para ser aprehendido en el edificio de una repetidora de Televisa en Matamoros. Tres días después, María Eugenia Ramírez Arauz acudió a Televisión Azteca en el Ajusco para, antes de ser aprehendida, manifestar que ella y los suyos estaban siendo "chivos expiatorios" de un grupo ubicado en el poder político. El día 12, en Mexicali, Marco Antonio Rodríguez González, hermano del tristemente famoso Fernando, se entregó a funcionarios de la PGR pero sólo después de hacer una pequeña escala en otra filial de Televisa. Rendiciones en vivo y a todo color. Parecía existir un propósito coordinado para hacer a la televisión —y a través de ella, a la sociedad espectadora y expectante— parte de toda esa enredada trama de nombres, antecedentes, inculpaciones y coartadas mutuas. Los *ratings* subían. La confusión, también.

La caída de ese exfuncionario, fue más notable en virtud de la imagen de pulcritud que él mismo se forjó, pero con el concurso de una sociedad dispuesta a tenerle confianza no por sus prendas profesionales o morales, sino por el sencillo hecho de que se enfrentaba a personajes importantes en el gobierno. El arrojo y la decisión del entonces subprocurador, eran reconocidos en medio del júbilo público porque con sus

acusaciones aparentemente develaba, empeorándola, la crisis del PRI y del sistema político en general.

Cuando Mario Ruiz emprendía su huida a los Estados Unidos, en México empezaba a circular un libro suyo escrito con el propósito de ser *best seller* y titulado *Yo acuso*. Luego permaneció en aquel país, cuando fracasaron los intentos legales para extraditarlo a México. Todo parecía indicar que, el suyo, era un caso que no estaba del todo saldado en términos judiciales. En lo que concierne a este libro, lo que nos interesa es destacar el efecto de medios, que durante varios meses sustituyó a las informaciones —y al parecer, a las acciones— de la justicia en torno al asesinato del secretario general del PRI.

¿Por qué la sociedad mexicana otorgó tanto crédito al entonces subprocurador, antes que a los dirigentes políticos que él impugnaba? ¿Qué resortes colectivos fue capaz de mover Mario Ruiz, quizá no del todo voluntariamente, para proclamarse con éxito (efímero, pero en su momento para él útil) como juez moral ya no sólo de los presuntamente involucrados en el crimen de su hermano sino del sistema político todo? Nuestra sociedad tiene ganas de creer. Pero el hecho significativo es que crea en las versiones más tremendistas, aquellas que confirman mejor las percepciones anti-autoritarias que, a fuerza de repetidos abusos, el poder político ha forjado en esa sociedad. La personalización de las culpas, por encima del análisis de estructuras, historias o instituciones, es uno de los rasgos de toda sociedad con problemas. Al señalarse a uno, dos o cuatro individuos, por muy destacados que sean, la atención pública se dirige a ellos y no se pregunta por el contexto en el cual sus errores o excesos fueron posibles. Esa personalización de las responsabilidades, no

sería posible sin los medios de comunicación. De la misma manera que, en los procesos electorales, hay cada vez mayor atención a los candidatos por encima de los partidos y los programas políticos, en diversos casos judiciales se tiende a descargar el interés sobre las acusaciones dramáticas, más que sobre los motivos de los presuntos responsables. Mario Ruiz supo, o pudo, aprovechar ese afán de espectacularidad simplificadora de los medios.

La confusión en el papel social de los medios y las instituciones de justicia, junto con sus respectivos operadores, ha sido advertida en circunstancias distintas a la mexicana. En España, el profesor Gregorio Peces-Barba ha encontrado que entre los signos de crisis en los valores democráticos, está la distorsión mediática en torno a temas judiciales:

Las permanentes noticias y opiniones desde los medios de comunicación alabando, censurando o haciendo juicios de intenciones sobre procesos que impactan a la opinión pública pueden tener, además del indiscutible derecho a la información, dos consecuencias negativas: afectar a la independencia de los jueces o incentivar un inconveniente protagonismo público. No es absurdo sostener que el seguimiento de los asuntos más polémicos por los medios de comunicación, donde, con filias y con fobias, se toma partido y se alaban o critican las resoluciones judiciales según sea la posición del medio o del comentarista, afecta a los jueces.⁹²

⁹² Gregorio Peces-Barba, "La realidad que nos rodea", extracto de un capítulo del libro *La democracia en España* (Temas de Hoy, Madrid, 1996) publicado en *El País*, Madrid, 7 de abril de 1996.

Una situación similar se creó en México alrededor de la indagación sobre el asesinato del secretario general del PRI. Su hermano, actuando como fiscal, se convirtió en centro de un espectáculo para los medios, que tendía a influir en las indagaciones policiacas y en las decisiones de los jueces.

En plena euforia mediática por el *affaire* Ruiz Massieu, fueron pocas las voces que, desde la prensa misma, cuestionaron el sensacionalismo encubridor de las auténticas noticias. La escritora Ikram Antaki fue una de esas escasas firmas. Es interesante su razonamiento, publicado a comienzos de octubre de 1994 y en el que señalaba las perversiones que pueden derivarse de la confusión entre prensa y justicia. Cuando los encargados de aplicar las leyes supeditan sus intereses a los ritmos de los medios, pueden crearse situaciones conflictivas:

El ritmo de las instituciones relacionadas con el derecho no puede ser el mismo que el de los medios de comunicación. El investigador, el juez, el abogado no tienen para qué hacer un anuncio excitante cada 24 horas. Ni tienen que responder al hambre de opinión que espera su plato de noticias frescas y, si es posible, trastornadoras. Las instituciones del derecho dependen de la ley, no de la opinión pública, y no deben verse puestas al mismo nivel que la crónica de prensa, el reportaje, o la nota de primera o última página. Están por encima de ellas. Las exigencias de transparencia democrática pueden entenderse como algo legítimo y sano. La opinión quiere saber, después de largas épocas en que no sabía nada, o sólo sabía lo que querían que supiera. Pero cuando las exigencias, la gula de noticias

que tiene la opinión pública, y la oferta de los medios que quieren responderle, pasan por encima de las instituciones republicanas, cuando las relaciones se transforman en anexos de las delegaciones policiacas y las primeras planas pelean su legitimidad al sistema de derecho, entonces estamos matando la democracia en el nombre de la democracia. Cuando la comunicación —que no la información, que es mucho más noble— pasa por encima de las instituciones, éstas dejan de tener su razón de ser. Y si destruimos las instituciones, ni la democracia, ni la república saldrán ganando.⁹³

GUSTO POR LO ESPECTACULAR Y VENGANZA SOCIAL

Funcionarios filtradores, inocentes o no ellos mismos, al menos han sido responsables de propiciar mayor confusión en la sociedad. Los medios, al dejarse llevar por versiones ciertamente muy llamativas pero que han desplegado sin contexto crítico, contribuyeron a ese panorama de desatinos. Los medios reclaman todos los días su dosis de noticias ligadas con el escándalo político y provenientes de las fuentes judicial-policíacas. Al final de cada asunto se puede constatar que la mayor parte de las declaraciones, insinuaciones, acusaciones y revelaciones que han sido formuladas, resultan huecas. Quizá para lo único que hayan servido sea para mantener nuestra mezcla de tensión y barullo ciudadanos respecto de esos asuntos y para conservar una cortina de humo capaz de nublar, trivializándolos o

⁹³ Ikram Antaki, "El país de la nota roja", en *El Nacional*, México, 9 de octubre de 1994.

distorsionándolos, a los problemas auténticos (por ejemplo, a la necesidad de que la sociedad toda se levante cohesionada delante de la amenaza que significa el narcotráfico).

Policías y periodistas, o jueces y comunicadores, son una combinación poco saludable. En Europa, en donde muy sonados y sorpresivos hechos delictuosos de personajes públicos han crecido y han sido difíciles de evaluar a partir del estruendo trivializador de los medios, el pensador francés Alain Minc ha considerado que:

La trinidad jueces-opinión pública-medios de comunicación es irresistible: todos los demás poderes tienen que rendir armas y cuentas ante ella. En esta trinidad, la exigencia moral ocupa el lugar de la doctrina, el gusto por lo espectacular hace de motor y la venganza social, de telón de fondo. Es una realidad con la que todos los Estados occidentales deberán aprender a vivir, sin que eso signifique que la susodicha trinidad vaya a convertirse en el vector de otra revolución.⁹⁴

La venganza social, con razones o sin ella, ha sido ya constatable en México, cuando han podido apreciarse la sustitución de la razón por la emoción y de los cauces legales por la persecución inopinada a través de los medios —erigidos en fiscales y jueces, simultáneamente—. El hecho de que conductas de similar maniqueísmo existan en otros países, no es el mejor consuelo.

⁹⁴ Alain Minc, *La nueva Edad Media. El gran vacío ideológico*, traducción de José Manuel López Vidal, ed. Temas de Hoy, Madrid, 1994, pp. 197-198.

La capacidad propagadora de los medios no es necesariamente compatible con la escrupulosidad deseable en los asuntos judiciales. El político y académico español José María Benegas, reflexionando sobre los nuevos contrapoderes en las sociedades contemporáneas, ha escrito acerca de

la alianza judicial-mediática, tan explosiva como obvia (más las acusaciones particulares pagadas por personajes desestabilizadores) que conduce a entablar juicios paralelos, crear un estado de opinión pública propicio a la condena, sin que se haya podido ejercitar el derecho a la defensa que le asiste a todo ciudadano, porque el campo donde se dilucida la moralidad de las personas no es el de los tribunales y las sentencias que dictan, sino el de la opinión pública que ha sido instruida antes de que se llegue a aquel trámite procesal.⁹⁵

Más aún, con frecuencia en los medios se dictamina sobre la culpabilidad o no de los procesados en juicios célebres, antes de que concluyan los procedimientos legales. Aunque no haya tortuosidad por parte de funcionarios judiciales interesados en moldear los acontecimientos a través de los medios, el afán de dramatismo de la prensa y los reporteros suele llevar a que, por ejemplo, se presente como culpables a quienes apenas son acusados de estar involucrados en un posible delito. En páginas anteriores, hemos presentado varios casos al respecto. No se trata de un problema sólo mexicano. Pero mientras en nuestro país la

⁹⁵ José María Benegas, "Sobre los poderes del Estado", en *El País*, Madrid, 10 de mayo de 1995.

confusión entre justicia y prensa es tomada como algo normal —e incluso, a veces, es considerada muestra de avance en la libertad de expresión— en otros sitios se ha comenzado a modificar la legislación para evitar que se lastime la fama pública de los ciudadanos involucrados en procesos judiciales. En Francia, durante 1995 el Senado consideró limitaciones a la prensa en varios casos: se trataba de ampliar el recurso de urgencia al juez en caso de violación de la presunción de inocencia, prohibir a las redacciones que comenten los textos publicados en virtud del derecho de réplica y se pretendía aumentar las penas en caso de violación del secreto, de publicación de datos del procedimiento judicial o de mención de una queja formalizada en una denuncia civil. Además se establecían multas para los medios que difundieran la imagen de una persona esposada. Es decir, si en México hubiéramos tenido esa legislación en el caluroso otoño de 1995, muchas de las acusaciones de Mario Ruiz Massieu no hubieran tenido cabida en los medios, pero tampoco hubiera sido legítimo publicar su fotografía esposado en Newark. La transgresión a esa disposición, significaría en Italia una multa de aproximadamente cuarenta mil dólares. En España, al mismo tiempo, si el abogado de un procesado revelaba informaciones sin el consentimiento de su cliente, se hacía acreedor a un castigo de hasta, aproximadamente, veinte dólares. Pero si esa infracción era cometida por un funcionario judicial, la penalidad podía llegar a seis años de cárcel.⁹⁶

⁹⁶ Anne Chemin, "Francia discute un recorte a la libertad de prensa" y B. de la Cuadra, "España: secreto a voces", en *El País*, Madrid, 8 de abril de 1995.

Los medios pueden coadyuvar para que sobre las acciones policiacas y judiciales, exista una vigilancia social profesional. Pero no tienen capacidad, ni atribuciones, ni derecho alguno, para sustituir a las instituciones y a las autoridades judiciales y policiacas. Ambos campos, el de los medios y el del área judicial-policiaca, son antagónicos prácticamente por naturaleza. Cuando se confunden sus funciones (con comunicadores autoerigidos en jueces, o con funcionarios de esa área apantallados por los reflectores de las cámaras televisivas) una sociedad comienza a estar en problemas.

10. Chismes y no hechos. De las columnas, a las primeras planas

Si la prensa, como parece evidente, ha alcanzado un sitio central para elaborar y procesar los hechos y decisiones de la política mexicana, se debe tanto a sus propios méritos como a varias de las pobreza de nuestra vida pública. En una democracia moderna, la prensa es *uno de los espacios* para ventilar posiciones y alcanzar consensos. En nuestro país, por culpa de la debilidad de los cauces institucionales en ocasiones la prensa, y con ella el resto de los medios, pareciera que buscan (y en los hechos logran) llegar a convertirse en *el espacio* del quehacer político.

Aturdido o autoherrojado el poder legislativo, débiles o lentos en sus respuestas e insuficientes en sus convocatorias los partidos, emergentes y aún sin consolidarse otros poderes de la sociedad como podrían ser las nuevas organizaciones ciudadanas —que también están por encontrar una institucionalidad propia y estable—, la prensa tiene una capacidad para

propagar y en ocasiones incluso dictaminar, que llega a convertirla, con y sin eufemismos, en ese *cuarto poder* del que tanto se ufanan sus usufructuarios pero que en realidad no es mérito, sino síntoma de debilidad de la sociedad y sus instituciones. Esa capacidad, que contrasta con el hecho de que la prensa es seguida sólo por minorías, pero influyentes, no siempre es ejercida con sentido crítico y, menos, con responsabilidad.

La competencia electoral que ha sido uno de los ejes de la actividad política mexicana en los noventa, muestra cómo la prensa, lejos de impulsar el desarrollo democrático de una sociedad urgida de paradigmas pero ensimismada en las trivialidades, habitualmente se mimetiza con los rasgos más primitivos sin casi nunca cuestionarlos. En las campañas electorales, ha ocurrido que la confrontación entre los principales candidatos se reduce a la presentación en los medios de actividades proselitistas, a las que no se identifica en su nuevo y complejo contexto nacional. Medios impresos y electrónicos, suelen propagar un ejercicio de amplificación que destaca los gestos, las actitudes, las frases, pero no las ideas, proyectos o propuestas de gobierno, cuando éstas existen.

En un panorama de cultura política insuficientemente desarrollada y de costumbres democráticas precarias, la prensa no ha podido asumir un papel de vanguardia, que fuese capaz de acicatear al segmento de la sociedad que la lee (o la escucha, o la ve) y le da sentido. De esta manera tenemos una prensa poco crítica, o cuya vocación crítica se consume en las banalidades (en el mejor de los escenarios) o en el tráfico de intereses valuados en líneas ágata (en el peor). Además es una prensa que, poco ejercitada en la

reflexión documentada y exhaustiva sobre lo que hacen y dicen otros actores de la vida pública, tampoco es rigurosa a propósito de su propio desempeño. Existen excepciones. Pocas.

Editores que cumplen con sus tareas mecánicamente, privilegiando la declaracionitis sobre la investigación; directores que ejercen el periodismo como fuente de elogios burocráticos; reporteros hipotecados al boletín rutinario; articulistas que glosan declaraciones sin cotejarlas y sin imaginación; columnistas sumergidos en un género propicio a las simulaciones y las presiones en aras de intereses individuales y no públicos. Todos ellos, son actores de una prensa rezagada respecto del desarrollo político que pese a todo alcanza, y quisiera profundizar, este país.

El de la columna política por ejemplo, un género noble y desafiante siempre que ha tenido exponentes profesionales y valientes como el inimitable Manuel Buendía, se ha convertido, con pocas excepciones, en una colección de espacios en donde no se analiza sino se especula. Aprovechando la oscuridad que todavía domina en importantes zonas del poder, numerosas columnas políticas propagan rumores, con frecuencia intencionados, pretendiendo que se trata de revelaciones. La avidez morbosa de los lectores por esas supuestas primicias, pero también el interés de quienes las patrocinan, se mezclan en ese juego de usuras y conveniencias. La impunidad con que en diversos espacios se calumnia y miente, también es posible gracias a la desmemoria de los lectores, que favorece esa peculiar arbitrariedad desinformadora.

La columna, desde los tristemente célebres tiempos de Carlos Denegri en el *Excelsior* de los años cincuenta, se volvió espacio para que los personajes del mundo

político intercambiaran presiones o demostraciones de influencia. Lo más significativo era que tales sitios periodísticos interesaban, y mucho, tanto a los iniciados como a quienes contemplaban desde fuera los intrínquilis del mundo político. Para quienes estaban dentro de la política, las columnas se convirtieron en un termómetro de popularidades y un tablero oficioso de avisos. Para quienes no, existía el atractivo de poder asomarse (o creer que así lo hacían) a los entretelones de un quehacer político del cual habitualmente permanecían distantes debido a la cultura del secretismo. Luego, las filtraciones saltaron de las columnas especializadas, a las primeras planas.

Los lectores, por una peculiar mezcla de curiosidad, desazón, masoquismo y expectación, nos hemos acostumbrado a asomarnos a las páginas de los diarios y especialmente a ciertas columnas políticas, con el afán morboso con que antes devorábamos las novelas de Luis Spota. Allí se nos devela, como si el autor hubiera estado escondido detrás de alguna cortina, qué se dijeron y cómo se trataron los personajes del poder.

Pero en el caso de Spota se trataba de novelas y la coartada de la ficción siempre encubre al autor literario de asuntos políticos. Las columnas son otra cosa: en muchos casos, se han convertido en espacios para que funcionarios y dirigentes políticos se envíen recados; entonces ocurre que unos cuantos entienden realmente lo que cada frase sibilina quiere decir, aunque muchos lectores naveguemos por esos textos con la idea de que estamos asistiendo a develaciones que nos dejan conocer una probadita de los laberintos (de las alcobas, incluso, en ocasiones) del poder.

Las columnas periodísticas son un género riesgoso y perverso incluso. (No nos referimos a todas, sino a

las que se encuentran dedicadas a la especulación, por encima de la información y/o la reflexión.) Cuando quieren sustituir a las noticias regulares del diario, lo hacen en un estilo tal que suelen prescindir de fuentes acreditables, es decir, de la seriedad necesaria para conferir verosimilitud a una información. En muchos casos no ofrecen hechos sino chismes e incluso, las versiones oficiosas que proporcionan suelen ser parciales, equivocadas, o de plano falsas.

Pocos columnistas practican la sana costumbre de la autocrítica porque, aparentemente, suponen que los lectores no tienen memoria. El personaje que recibe la alabanza de hoy, apenas ayer era destinatario de improperios. Pudiendo ser un espacio privilegiado para el periodismo de investigación revestido de un toque personal, la columna de información política (distinta de aquella que no se propone ofrecer noticias, sino comentarlas) es por lo general desaprovechada, o mal utilizada.

Ese es asunto de los columnistas y sus morbosos lectores. Pero el problema ahora es que el estilo esotérico, que ofrece revelaciones pero que no nos dice de qué nos sirven, que se asoma entrometido a los dormitorios y los archivos personales y que para ello encuentra excusa en una convenenciera reivindicación de la libertad de prensa, ya no se despliega sólo en el terreno de la columna de información política. Las primeras planas de la prensa, están llenas de tal contenido.

Esa traslación no siempre ha ocurrido como resultado de decisiones explícitas en la política de los medios. Ellas, en todo caso, han sido alentadas por el interés de personajes o grupos del mundo (y del submundo) políticos, que han querido encontrar en los medios de comunicación el nuevo espacio para

contender entre sí. Unos filtran cartas de inopinada actualidad, otros atacan sin mencionar nombres pero para que los buenos entendedores comprendan, otros más lanzan desafíos que buscan precisamente una exposición adicional en los medios. Las ideas importan poco. Lo relevante, para *estar* hoy en política, es *estar* en los medios.

Los personajes del mundo político más sensibles a esta nueva realidad, procuran una buena relación con los medios con más ahínco que el que invierten para convencer directamente a los ciudadanos. La política de medios, más que instrumento, en ocasiones se convierte en el nuevo vehículo para construir consensos y desplegar proyectos personales. Y a veces, llega a ser entendida como *el fin mismo* de los personajes políticos en sus búsquedas de aquiescencia social y política. Pero a los medios, en la mayoría de los casos, aún no se les asume como espacios con peculiaridades e intencionalidades específicas.

Hay personajes del poder que se consideran capaces de manipular a los medios y que en cada primera plana, o en cada mención en los noticieros de radio y televisión, encuentran motivos para confirmar esa autoadulatoria convicción. Pero igual, existen docenas de periodistas relevantes y sobre todo empresarios de los medios, que piensan que son ellos quienes hacen a los personajes públicos con la misma comodidad que podrían aniquilarlos; suponen que los manipuladores son ellos y no los políticos que los requieren.

Unos y otros, exageran. Los medios son espacios indispensables para el quehacer político, pero la política no se agota en la exposición mediática. Eso es, al menos, lo que todavía puede suponerse y desearse. Otro asunto, paralelo a toda esa colección de intenciones y

rémoras de la vieja clase política, es el protagonismo de ciertos columnistas que consideran que cualquier funcionario o personaje político, está obligado a ofrecerles primicias, ya sea ficticias o auténticas.

LISTAS "NEGRAS": TELEFONAZOS Y PERIODICAZOS

El trato entre políticos y periodistas, como ya se comentó en un apartado anterior, nunca es terso. Unos necesitan a los otros, pero su relación sólo encuentra sentido en una competencia mutua; los políticos requieren de la prensa para obtener o mantener legitimidad, sobre todo en una sociedad crecientemente determinada por los medios; los periodistas, precisan de los políticos como fuentes de información y como protagonistas que son de la vida pública. Claro que no todos los políticos, ni todos los periodistas son iguales. Precisamente, en la variedad que hay en ambos gremios, pueden apreciarse la diversidad que existe en la sociedad misma y que alcanza también al poder político, así como concepciones distintas del ejercicio profesional, la ética y la información. De la misma manera existen versiones distintas, a partir de experiencias pero también de aspiraciones y contextos variados, sobre el trato entre unos y otros. Un ejemplo de ello fue la denuncia, en la primavera de 1996, sobre presuntas coacciones del Gobierno Federal a una curiosa colección de columnistas.

El 18 de marzo de ese año, en su artículo de cada lunes en el diario *Reforma*, el comentarista Raymundo Riva Palacio aseguró que en los niveles más altos del gobierno circulaba "una lista negra de periodistas" con ocho nombres de columnistas a quienes,

supuestamente por iniciativa del secretario de Gobernación, había instrucciones de "que no se les brinde información, que no se tenga contacto con ellos, que no se les levante el teléfono. Kaput en una palabra. Muerte civil por la vía de la inanición informativa. Esa es, queda claro, la intención".⁹⁷

Según Riva Palacio la lista la integraban, además de él mismo, "Juan Bustillos (revista *Impacto y La Prensa*); Francisco Cárdenas Cruz (*El Universal*); Angel Trinidad Ferreira (*La Afición y El Universal*); Félix Fuentes (*El Universal Gráfico y El Universal*); Miguel Angel Granados Chapa (*Reforma*); Carlos Ramírez (*El Financiero*) y Francisco Rodríguez (*El Sol de México*)". El mismo Riva Palacio advertía que el secretario Emilio Chuayffet había negado la existencia de la "lista" pero él se rehusaba a creerle, porque "La política, lo sabe bien él, no opera a través de relaciones candorosas ni de jugar con las cartas abiertas. Por el contrario, es tramposa, siniestra y mentirosa. Aquí y en cualquier lado".

Según esa lógica, el periodismo —y con él, la sociedad— tendrían que entender las acciones del poder político suponiendo de antemano que todo es artificio y asechanzas. Así, cuando un gobernante dice blanco hay que suponer que quiso decir negro, o cuando niega una versión falsa en realidad está reconociéndola. Si esa manera de leer al poder fuera generalizada, estaríamos en un mundo alienado y aberrante. No habría hechos, ni noticias, ni reporteros, sino simplemente interpretaciones sobre lo que en realidad los funcionarios y políticos han querido decir. En parte, esa

⁹⁷ Raymundo Riva Palacio, "La prensa en la mira", en "Estrictamente confidencial", *Reforma*, México, 18 de marzo de 1996.

intención para decodificar los mensajes del poder (que no siempre son precisamente transparentes) en una clave desfiguradora, ha propiciado algunos de los excesos que padecemos en nuestro periodismo político, en donde no se interpretan hechos sino presuntas intenciones.

No quedaba claro cómo Riva Palacio —un periodista culto, partidario del periodismo de investigación— se incluía él mismo en una presunta lista junto a nombres de columnistas que practican estilos y tienen contextos e historias bien diferentes a los suyos. Pero la manera como llegaba a estar convencido de la existencia de esa lista y las implicaciones que le adjudicaba, eran por sí solas muestras de un enfoque profesional discutible. Según ese comentarista, varios funcionarios le habían asegurado que esa relación de colegas suyos, en efecto existía. Pero no acreditaba el origen de su información. Sólo mencionaba a "cuatro fuentes del más alto nivel", con esa misteriosa suficiencia de quien quiere decirle al lector que tiene conexiones con el poder pero que no las revela porque el sigilo, es parte del manejo de sus informaciones. Es decir, le creía más a quienes se negaron a ser citados, que al secretario que explícitamente había rehusado la existencia de la comentada lista.

Ese es un estilo frecuente en el columnismo que en vez de hechos, quiere ofrecer versiones o filtraciones. Cuando un periodista no acredita la fuente de su información sino sólo consigna el manido *se dice que...*, continúa apostando a la especulación pero en relaciones de poder tan inciertas que no siempre se sabe a quién, o quiénes, le hace el juego. Más allá de su discutible forma argumental, la denuncia de Riva Palacio parecía desproporcionada por el personaje político al cual acusaba de una supuesta actitud intolerante. Y sin

embargo, la única imputación era que Chuayffet habría instruido a los funcionarios sobre los que tiene influencia, para que no brindasen información a los columnistas mencionados.

Ese era el centro de la queja. ¿Era válida? Sí y no. En tanto responsables de espacios periodísticos, los columnistas desde luego tienen derecho a consultar sobre los temas de su interés a los funcionarios que consideren que tienen algo que decirles. Pero negarse a responder, también es un derecho que no se contradice con la obligación del gobierno para informar a la sociedad. Una cosa es que en México tengamos un artículo 6º constitucional (por desdicha aún sin reglamentar) que establece ese derecho y otra, que nuestros secretarios de Estado estén constreñidos a tomarle la llamada a cuanto periodista inquisitivo, curioso o quisquilloso le llame. Uno, como ciudadano, espera que los gobernantes tengan asuntos más relevantes en los cuales ocuparse.

El problema quizá, surge de la costumbre de ciertos periodistas para considerar que, en virtud de los espacios que ocupan en la prensa, tienen una suerte de derecho de picaporte o de interpelación que los vuelve privilegiados, a diferencia del resto de los ciudadanos. Tal costumbre frecuentemente ha sido correspondida por los funcionarios que buscan a los periodistas para ofrecerles informaciones que aparecen disfrazadas como revelaciones. Ese trato mutuo, más en la penumbra que en la claridad deseable para que se ventilen los asuntos públicos, posiblemente nunca desaparecerá. Pero el hecho de que un funcionario deje de atender a los telefonemas de algunos periodistas, en realidad no es grave. El se lo pierde, podría pensarse. Pero sobre todo, quienes de verdad son informadores

seguramente no dependen de la displicencia de los gobernantes para proporcionarles noticias. Sólo cierto columnismo aferrado a la indulgencia filtradora del gobierno, puede quejarse porque le dejan de ofrecer rumores.

Todo ello, valdría suponiendo que la denuncia de Riva Palacio hubiera sido auténtica. Varios testimonios aparecidos después de aquel artículo, sugerían que sus fuentes al menos en ese episodio no resultaron tan exactas. Juan Bustillos fue el primero en inconformarse, en primer lugar porque hacía casi dos años que ya no escribía en el periódico con el cual lo identificó Riva Palacio, sino en *Ovaciones*. Ese columnista, dejó constancia de su cercanía con el poder político al relatar cómo, en los días anteriores, había tenido una comida con larga sobremesa con el secretario Chuayffet y una entrevista personal con el Presidente Ernesto Zedillo. Pese a ello, consideró que "para ejercer el oficio no es determinante que algunos funcionarios contesten el teléfono o tengan contacto con periodistas; éstos son apenas algunos de los muchos recursos que un buen reportero debe cargar en sus alforjas".⁹⁸ Bustillos puso en cuestión la verosimilitud de las fuentes de Riva Palacio de la manera más contundente. Este, le respondió en una apostilla a su artículo siguiente: "a varios en la lista y a muchos más dentro y fuera del gremio, lo que nos sorprendió es que figurara en ella Bustillos".⁹⁹ Tal consideración, Riva Palacio no la hizo al momento de publicar su fallida lista.

⁹⁸ Juan Bustillos, "Liturgia política. La lista de Emilio Chuayffet", en *Ovaciones*, México, 20 de marzo de 1996.

⁹⁹ Raymundo Riva Palacio, "Pinocho", en "Estrictamente confidencial", *Reforma*, México, 25 de marzo de 1996.

También de inmediato, aunque no estaba incluido en el litigio, Juan Ruiz Healy en *Novedades*, aprovechó para levantar una vistosa colección de encomios al secretario de Gobernación. Poco después en *El Nacional*, Roberto González Pérez, sin discutir el tema de la lista, enderezó un agresivo florilegio de denuos personales contra Riva Palacio.¹⁰⁰ Estos dos, eran ejemplos de cómo suele pervertirse la discusión sobre las relaciones prensa-gobierno. A la información posiblemente equivocada del periodista de *Reforma*, esos colegas suyos respondían con elogios al gobierno o descalificaciones personales.

Tres más, de los involucrados en la supuesta lista, la mencionaron en sus columnas pero sin considerarse afectados por el supuesto veto. Carlos Ramírez, reconocía que "de esa lista ya se han deslindado algunos columnistas pero en el fondo sí existe no sólo la lista negra sino una lista de publicaciones vetadas por el gobierno con información y con publicidad oficial..."¹⁰¹ Sin embargo no especificaba a cuáles revistas o diarios se refería. Francisco Rodríguez en *El Sol*, tomaba como verdadera a la para entonces ya famosa lista e incluso admitía que le daba gusto estar en ella.¹⁰² Varias semanas más tarde, a propósito de otro asunto, Miguel Angel Granados Chapa se refirió en los

¹⁰⁰ Juan Ruiz Healy, "A Fondo. Tanta es la libertad, que a veces el libertinaje impera", en *Novedades*, México, 20 de marzo de 1996 y Roberto González Pérez, "Lente Político. ...Los periodistas también lloran", en *El Nacional*, México, 25 de marzo de 1996.

¹⁰¹ Carlos Ramírez, "Indicador Político. Prensa-EZ: su lista de Schindler", en *El Financiero*, México, 25 de marzo de 1996.

¹⁰² Francisco Rodríguez, "Índice Político. Gobierno y periodismo", en *El Sol de México*, México, 25 de marzo de 1996.

siguientes términos a la relación de periodistas a quienes los funcionarios tenían supuestas indicaciones de no atender y en la que había aparecido su nombre:

No tengo por qué desmentir a Riva Palacio, al que cuatro personas le confiaron haber recibido tales instrucciones o saber de ellas. Por lo que a mí toca (puesto que aparezco en la lista) declaro que no he resentido sus presuntos efectos, es decir no he sentido obturación alguna en la comunicación profesional con miembros del gobierno, ni ninguno de ellos ha querido venderme el favor de transmitirme en voz baja tal instrucción seguida del susurrante: "Por supuesto, yo no hago caso, estoy a sus órdenes". Debo confesar, en fin, que me ha chocado ver mi nombre en esa lista...¹⁰³

¹⁰³ Miguel Angel Granados Chapa. "Mea culpa", en "Plaza Pública", *Reforma*, México, 22 de abril de 1996. La columna estaba dedicada, en lo fundamental, al caso del periodista Alvaro Cepeda Neri quien, a mediados de abril, se quejó de haber sido asaltado casi a las puertas de la Secretaría de Gobernación cuando acudía a una entrevista con el secretario Chuayffet. Ya en la reunión, el secretario le habló de un artículo del propio Cepeda que aún no había sido publicado en una revista para la cual había sido escrito, lo cual hizo suponer a Granados, con enojo, que Gobernación husmeaba en las imprentas para saber lo que aún estaba por ser editado. Luego, el mismo Granados Chapa aclaró que el texto en cuestión, fue enviado por el mismo Cepeda Neri a varios periódicos del interior del país, que lo habían dado a conocer antes de aparecer en la revista. El asunto de la agresión a Cepeda Neri y sobre todo la versión sobre la presunta censura previa ejercida por Chuayffet, también fue comentado en algunas columnas. De todos quienes se solidarizaron con Cepeda por lo que parecía ser una indebida intromisión del titular de Gobernación en contra de la libertad de prensa, Granados Chapa fue el único que hizo la aclaración de cómo había sido el incidente.

Cierta o no, la *lista* atribuida al secretario de Gobernación parecía, después de todo, inocua excepto por la pequeña tormenta que desató en el mundillo de los columnistas. En caso de haber existido, los sancionados por ella (una vez descontando a los autoexcluidos) podrían haber desplegado imaginación y recursos periodísticos para no dejar de ofrecer noticias y mientras tanto, habrían recibido ya alguna dosis de publicidad, aparentemente involuntaria. De todos modos, los buenos periodistas se distinguen por lo que escriben y no por las dificultades para obtener su información. Si la lista fue inventada por alguien que le tomó el pelo a Riva Palacio para, de paso, quitarle algo de su tiempo al secretario Chuayffet distrayéndolo en este asunto, se habría tratado de un episodio más en donde la buena fe de un periodista servía de instrumento a las maleficencias en algún segmento del poder político, o de sus periferias.

En la discusión de este asunto, quedaron soslayados los vacíos que se padecen para el cumplimiento del derecho a la información. Mientras no existiera una reglamentación coherente, suficiente y precisa que además de normar las relaciones entre los medios y la sociedad estableciera la obligación de los funcionarios para informar de los asuntos públicos, los medios y sus periodistas seguirían teniendo lamentaciones como las que emergieron en torno a la discutida *lista*. Sólo entonces, la información entre el poder y la sociedad tendría pautas claras, para que no dependiese de telefonazos desairados ni de *gargantas profundas*.

SIMPATÍAS POLÍTICAS Y "PERIODISMO DE GUARDIA"

Víctima de los medios, pero también en más de un sentido cómplice de ellos, la sociedad es colocada como coartada de sus operadores y beneficiarios. Sobre todo cuando los medios, para legitimarse o con el propósito de mantener o incrementar sus auditorios, se vuelven receptáculos mecánicos del sentido común de una sociedad confundida (en parte aturdida por los propios medios) y cuyas perplejidades se convierten en certezas amarillistas, fundamentalistas o incluso intolerantes.

En los medios, especialmente cuando sus operadores buscan respaldo populista, se dice que allí se encuentra representada la *opinión pública*. Hay una interminable discusión teórica sobre si esa opinión existe o no y cómo se conforma y evalúa. Pero en todo caso, podemos quedarnos con la definición azorada de sir Karl Popper, para quien:

La opinión pública (sea cual fuere) es muy poderosa. Puede cambiar gobiernos, incluso gobiernos no democráticos. Los liberales deben contemplar semejante grado de poder con cierta dosis de sospecha. Gracias a su anonimato, la opinión pública es una *forma irresponsable de poder...*¹⁰¹

Esa irresponsabilidad, pocas veces surge automáticamente de la opinión prevaleciente entre los ciudadanos. En la conformación de prejuicios —y desde luego en su antítesis, en la formación de una cultura política

¹⁰¹ Karl Popper, *En busca de un mundo mejor*, Paidós, Barcelona, 1994, p. 201.

enterada, informada y razonable— los comunicadores desempeñan un papel muy relevante. La gente, cada vez más, traslada sus fuentes de opinión autorizada y en vez de seguirle creyendo a los líderes sindicales o a los legisladores y gobernantes, deposita su confianza en los periodistas. Sus razones tienen todos esos ciudadanos que en búsqueda de certezas deciden creer a los informadores. Pero, no siempre, unos y otros, se van con cuidado.

El periodismo es, no siempre aunque casi siempre se le conciba así, protagonismo. Una enorme cantidad de informadores cumplen con sus tareas profesionales sin buscar ser ellos el centro de las noticias, pero cuando algunos sí pretenden esa centralidad protagónica entonces subordinan a tal interés la presentación e incluso, a veces, el contenido de lo que buscan comunicar.

Los periodistas, cuando se sobreactúan, llegan a considerarse no los intermediarios, sino los interlocutores del poder político y del resto de los poderes. Entonces surge el síndrome del *periodista respondón*, cuyo interés aparente es develar las triquiñuelas del poder, pero sin reconocer que él no existiría sin el poder mismo.

Ese periodismo respondón, llega a ser popular porque hay ciudadanos que se identifican con las invectivas que quienes lo practican dirigen al poder, desde luego protegidos en la complicidad corporativa que hay en el gremio de los informadores. Se le encuentra con frecuencia en las columnas, uno de los géneros más equívocos, pero más leídos, en el periodismo contemporáneo.

Las columnas, en numerosos casos en los que no aclaran, ni citan fuentes, son el paradigma del chisme y la desinformación. Han llegado a sustituir a otros

espacios del quehacer político y, como ya apuntamos, le dan al lector la sensación de que asiste al ritual herético de la alta política.

Dice Javier Pradera que: “Los columnistas —tan acostumbrados a exigir la dimisión de los políticos por sus errores— ni siquiera se plantean la posibilidad de disculparse ante sus lectores cuando cometen equivocaciones de bulto en los diagnósticos, en las noticias o en los pronósticos”.¹⁰⁵

Esas equivocaciones se deben en parte al apresuramiento inherente al diarismo: el intenso ritmo de trabajo es una de las coartadas, o de las justificaciones más frecuentes cuando se cometen errores, pero no tendría por qué impedir que los periodistas ofrecieran aclaraciones, o excusas cuando publican datos falsos. Sin embargo tales disculpas son poco frecuentes en la prensa mexicana. En otras ocasiones, el comentarista político y sobre todo el columnista, cuando toman partido por alguna causa, trasladan sus prejuicios o intereses personales al texto que le ofrecen al lector. El periodismo de causas, que asume un compromiso político específico, no es desdeñable, al contrario: puede formar parte muy valiosa dentro del elenco de opciones que se le presentan a los lectores. El problema surge cuando, sin serlo, el periodista pretende que es objetivo. El articulista Federico Arreola, antes de ser director de *El Diario* de Monterrey llegó a escribir, autocriticamente, a propósito de las ligerezas con que llega a sustituirse, y no sólo aderezarse, el comentario político en la prensa:

¹⁰⁵ Javier Pradera, *op. cit.*

Dejando a un lado a algunas honrosas excepciones, los que escribimos de política en los periódicos mexicanos solemos hacerlo muy a la ligera. A veces nos dejamos llevar por el gobiernismo y golpeamos con saña a los candidatos de oposición, olvidando por completo que ha sido gigantesca la contribución de éstos al avance de la democracia en México. Y otras veces, antipriistas dogmáticos, publicamos cuanta ridiculez se nos viene a la cabeza acerca de los dirigentes y los candidatos del PRI, con el único propósito de crear confusión...¹⁰⁶

Siguiendo al ya citado Pradera: el abuso de los políticos hacia los periodistas, no justifica el abuso de los periodistas respecto de los ciudadanos. Pero quizá hay que revalorar la condición del periodista en un contexto nuevo. No somos los únicos en esta preocupación. El profesor californiano Daniel C. Hallin, ha escrito que el periodismo de los Estados Unidos se encuentra en declive, porque no ha sabido reconocer las realidades de un entorno cambiante. Antaño, la relevancia pública de los periodistas, que así han sido parte del *establishment*, se ha debido fundamentalmente a dos importantes condiciones sociales: el consenso político y la seguridad económica. Ellas dos, dice Hallin, han quedado rotas, de tal manera que los periodistas tendrían que asumir un papel nuevo. En vez de entender su papel en términos de mediadores entre las autoridades políticas y el público de masas, habría que pensar también en la necesidad de abrir la discusión política dentro de la sociedad civil y en

reintegrarse, los propios periodistas, a esa sociedad. De esa manera, podrían "comenzar a hablarle a sus lectores y espectadores como un ciudadano a otro, más que como expertos que pretenden estar más allá de la política".¹⁰⁷

Aparentemente, al involucrarse en distintos conflictos, más allá de sus responsabilidades estrictamente profesionales, hay periodistas que han buscado asumirse como ciudadanos. Sin embargo, en ocasiones esa es una coartada para hacer lo contrario, es decir, para mimetizarse con alguna franja del mundo político. Elena Poniatowska, al lado del deslumbramiento que ella misma padeció con el neozapatismo, manifestó luego que:

Tal parece que gracias al subcomandante Marcos, se da una purificación de las comunicaciones en México y los periodistas conmovidos se meten a redentores. Durante unos meses el romanticismo campea en la redacción de varios diarios mexicanos y muchos reporteros regresan exaltados a la Ciudad de México diciendo que su visión del mundo y de sí mismos ha sido trastocada.¹⁰⁸

Pero lo que los medios necesitan es informadores, no redentores. En ocasiones como la que comentamos, el voluntarismo sustituye al profesionalismo y las coartadas políticas, por muy nobles que sean, tienden a resultar cada vez más insuficientes.

¹⁰⁶ Federico Arreola, "Civildad en los medios", en *Reforma*, México, 13 de diciembre de 1994.

¹⁰⁷ Daniel C. Hallin, *We Keep America on the Top of the World. Television Journalism and the Public Sphere*, Routledge, Londres, 1993, pp. 172-176.

¹⁰⁸ Elena Poniatowska, "El subcomandante Marcos y la cultura", en *El Nacional*, México, 14 de marzo de 1995.

Las simpatías personales son parte de la propuesta periodística que el escritor político y el columnista hacen a sus públicos. Forman parte del fondo y de la forma, si bien implican limitaciones y pueden ser fuentes de distorsiones. También lo es el apresuramiento que surge del comentario *express*, aquél que se formula de un día para otro y que hace de la columna diaria uno de los géneros más riesgosos, junto con los atractivos que tiene en términos de oportunidad temporal, variedad temática y agilidad estilística. Otro estudioso español, Enrique Gil Calvo, se ha referido a los inconvenientes de lo que llama el *periodismo de guardia*, ése que está todos los días a la espera del comentario tan improvisado que suele limitarse a un juicio de ocasión, casi siempre sumario. El "columnista de guardia", que escribe todos los días o casi todos, se encuentra

obligado a judicializar la política en busca de presuntos culpables en vez de causas explicativas y sin poder presumir la inocencia política, que no *vende*, pues no escandaliza. De ahí que el analista político, como un juez o un médico de guardia, se vea obligado a sospechar al tratar sólo con cuerpos del delito, cadáveres políticos e indicios de criminalidad, cayendo en el peor sensacionalismo amarillista.¹⁰⁹

Tan riesgoso como atractivo, en tanto que se encuentra sometido a la encantadora compulsión de los acontecimientos diarios, ese periodismo de guardia es el que mejor devela el trato lleno de tensiones que existe entre los comunicadores y los políticos. Entre

ellos hay una relación que mezcla el amor y el odio, o que oscila entre el utilitarismo y el cinismo.

11. Precisamente, *medios*

Uno de los problemas centrales, es que los medios y sus operadores no se asumen como lo que son: puentes entre la realidad y la sociedad. Desde luego, la decisión para transmitir una noticia, la manera como se hace, la propagación que tenga, llegan a moldear el acontecimiento que no deja de ser, sin embargo, la materia prima en el proceso informativo. Cuando los medios han olvidado qué son, para privilegiar qué creen o qué quieren ser, es cuando las sociedades comienzan a quedar a merced de una no siempre explícita colección de confusiones, intencionalidades y equívocos. Ocurre, entonces, que:

La batalla se da en los medios de comunicación. La prensa informa y opina cada vez más. Las tertulias radiofónicas y televisivas transmiten ocurrencias improvisadas de tertulianos competentes en todas las materias imaginables. Las entrevistas buscan, con frecuencia por ambas partes, la frase mordaz y la contestación sarcástica a lo que otro ha dicho en otra entrevista.

No se trata de una descripción ligeramente anticipatoria de lo que ocurre en los medios mexicanos, en donde la opinión tiende a desplazar a la información en los diarios, al mismo tiempo que, sobre todo en la radio, comenzamos a tener una hiperabundancia de juicios, aunque pocas veces sustentados en hechos o

¹⁰⁹ Enrique Gil Calvo, "Columnas", en *El País*, Madrid, 20 de marzo de 1995.

en datos. El panorama antes dibujado, lo ofrecía el ya citado Francisco Tomás y Valiente¹¹⁰ para referirse a la situación española. El mal de muchos nunca es consuelo. Menos aún, si reconocemos que lejos de propiciar una información capaz de convertirse en comunicación o, en otros términos, mensajes capaces de contribuir a la democracia, tenemos hoy un panorama de medios que en muchas ocasiones confunden, más que aclarar la situación mexicana.

Los medios, han llegado a ser considerados como un nuevo huevo de la serpiente intolerante y totalitaria. Quizá esa figura no describe la abundancia de posibilidades que ofrece la comunicación de masas. Pero frente a los numerosos acercamientos analíticos que destacan y ensalzan la capacidad democratizadora y educadora de los medios, conviene recordar sus limitaciones y perversiones. En ocasiones ellos, más que propagar ideas, las trivializan o sustituyen. En el campo de la política, por ejemplo, hay el riesgo de que la cobertura de los medios, en vez de ampliar la capacidad de los partidos para difundir sus mensajes, destaquen los recursos hieráticos y caudillistas, más cercanos que el debate de ideas a los parámetros de la industria del espectáculo.

¹¹⁰ Este profesor universitario, ejemplo de lucidez y rigor, acabaría siendo él mismo tema de escándalo (y de profunda indignación dentro y fuera de su país) cuando el 14 de febrero de 1996 fue asesinado en su cubículo de la Universidad Autónoma de Madrid por un enviado del grupo terrorista ETA. Tiempo atrás, Francisco Tomás y Valiente había sido presidente del Tribunal Constitucional de España y era uno de los críticos más autorizados que, desde el terreno del Derecho, cuestionaba la indolencia gubernamental y social respecto del terrorismo en ese país. Su crítica a los medios, formaba parte de sus preocupaciones por la ligereza con que la sociedad española estaba tomando a la violencia política.

Las palabras, si es que alguna vez lo fueron, han dejado de ser transparentes. Sometidas a la simplificación mediática, cuando son manejadas con los criterios de un periodismo amarillista o cuando son subordinadas a los intereses del proselitismo a toda costa, las palabras pueden ser instrumentos de reduccionismo y de encono, incluso.

En México, entre las secuelas de los acontecimientos dramáticos de 1994, estuvo la creación de un clima de emergencia, de manera especial en las zonas urbanas más pobladas, que son peculiarmente sensibles a la politización, pero además extendida a otras áreas gracias a la cobertura de la radio y la televisión. Al año siguiente, el ambiente era de tal turbación que un grupo de escritores encabezados por Octavio Paz, dio a conocer una declaración en la que expresaban, a propósito de la violencia verbal descollante en los medios:

Al conflicto armado de Chiapas se han unido las oscilaciones de nuestra moneda posteriores a su devaluación y el recrudecimiento de los antagonismos y enconos políticos. La crisis financiera puede convertirse en una verdadera crisis económica que, a su vez, podría llevarnos al desastre. Por todo esto, es grave la violencia verbal de escritores y periodistas en los diarios. Esa violencia revive quimeras ideológicas, apenas encubiertas por una fraseología democrática...¹¹¹

A diferencia del periodismo sinónimo de transparencia, en donde las cosas significan lo que cada lector lee (o

¹¹¹ Octavio Paz, Jaime Sabines y otros, "Carta a la opinión pública", en *El Nacional*, México, 24 de febrero de 1995. Ese día, y los siguientes, la "Carta" se publicó en varios diarios.

escucha, o contempla, en el caso de los medios electrónicos) hemos tenido un periodismo turbio y no nos referimos a sus relaciones tortuosas con el poder, sino a la manera como presenta o distorsiona los acontecimientos. La tortuosidad y el enmascaramiento, a veces para conseguir o mantener audiencias y en otras ocasiones como parte de juegos de interés que llegan a ser muy influyentes, son problemas de los medios en todo el mundo. Pero en México, esos comportamientos han causado más daño porque ocurren en una crisis del poder político a la que contribuyen sin que tiendan a existir distancias críticas respecto de tales conductas y efectos.

Tenemos un sistema mediático en donde las imágenes de las cosas, con frecuencia sustituyen a las cosas. A eso, algunos le llaman postmodernismo. Quizá haya que considerarlo ilusionismo. No sólo hay percepciones falsas, ideologizadas, de los asuntos públicos, sino incluso del tiempo y de la realidad. El filósofo francés Paul Virilio, ha identificado la creciente subordinación de la realidad, al menos tal y como tradicionalmente se le conoce, a la imagen.

La imagen, o mejor dicho la pantalla, es hoy en día omnipresente; junto a las telecomunicaciones, los transmisores, los sistemas informáticos, prefiguran y ordenan una percepción del tiempo falsa. Cualquier acontecimiento se convierte en el doble transfigurado de él mismo. En realidad, poco importa que *algo* haya ocurrido efectivamente, con tal de ser computado, transformado en mensaje, inscrito en números e introducido en *canales*...¹¹²

¹¹² Oswaldo Muñoz, "Asistimos a un cambio radical de civilización", entrevista con Paul Virilio, *El País*, Madrid, 12 de noviembre de 1994.

Realidades simuladas, relaciones políticas mediatizadas, sociedad abrumada y, peor aún, en ocasiones fascinada en este desconcierto atolondrador. ¿Qué hacer? Entender a los medios como *problemas* y no como soluciones, puede ser un útil punto de partida. Pero además quizá sea pertinente volver a lo esencial, dejar a un lado las imágenes, en el sentido técnico y simbólico del término, para regresar a las palabras. Cuando en los medios consigamos que con las palabras se quiera decir lo que significan, ni más ni menos, estaremos regresando a una posibilidad auténtica de regeneración no sólo de la confianza en los asuntos públicos sino de la posibilidad de la prensa, la radio, la televisión, para asumir deberes y no sólo tratar de imponérsenos con el deber cotidiano de atender a ellos.

Hablemos de *medios*, no de totems, ni de oráculos, ni de panaceas. Entendamos a los medios precisamente como eso: *espacios intermedios* en las relaciones sociales, así como *instrumentos* de la comunicación. Entonces, los medios (y nosotros con ellos) estarán madurando y tendrán una salud capaz de revitalizar a la sociedad.

II

Prensa y gobierno: las relaciones perversas

Los medios de comunicación ejemplifican, y propician, una de las paradojas más embarazosas de la transición mexicana: se han convertido en actores imprescindibles de los cambios políticos pero, al mismo tiempo, son una de las causas de rezago y atraso de la sociedad; a la vez que son uno de los espacios más dinámicos para la propagación de una nueva cultura política, los medios son ellos mismos uno de los segmentos más rezagados respecto del contexto de reformas que hay en el país. En tanto que en México todo o casi todo cambia, los medios han seguido sin transformaciones estructurales ni legales significativas. Pero aún así, están cambiando.

Los medios ya no son únicamente espacios en los que se reproduce el debate político nacional. Incluso antes de que se pudiera considerar que se ocupan de manera equitativa de los actores de la competencia política, ellos mismos se han vuelto un tema del debate. Pero no porque hayan tenido un comportamiento plural, o profesional. Además de ser territorios del debate y la información, los medios se han convertido en problema específico de la vida pública mexicana. Se han sintonizado, de esa manera, con las tendencias internacionales en donde la comunicación no es sólo escenario, sino también intencionado elemento en la fabricación y destrucción de consensos en las sociedades más modernas. En México sin embargo, apenas comienza a construirse una nueva institucionalidad para los medios, a diferencia de otros contextos nacionales en donde ya existen reglas claras tanto para la competencia entre las empresas de comunicación, como para el trato que tienen con el resto de la sociedad.

El panorama de los medios en México comenzó a cambiar en los años ochenta, pero en la primera mitad de los noventa experimentó una nueva libertad. Por un lado, desde el gobierno dejó de existir (sin desaparecer del todo) la intransigente censura que se había conocido en épocas anteriores. No se trataba de una concesión gratuita del poder político: una sociedad más exigente y menos dispuesta a creerle a medios saturados de mensajes oficiales, así como el interés de algunas empresas de comunicación que buscaban competir entre sí y que para ello fueron creándose una parcial pero nueva independencia, fueron factores de cambio en la comunicación. La unilateralidad de los medios, que en México tradicionalmente, con débiles excepciones, sólo daban cabida a una voz —la voz del

gobierno— se modificó, con gran rapidez. En este capítulo presentamos un panorama, inevitablemente general pero en este caso además intencionadamente esquemático, de algunos de los cambios y tendencias recientes en los medios mexicanos.

1. La prensa. Muchos diarios, mismas noticias, pocos lectores

Primero fue la prensa. Son bien conocidos los intentos de *Excélsior* en la primera mitad de los años setenta y luego de *unomásuno* y *La Jornada*, singularizados por ser espacios periodísticos que daban cabida a versiones, e incluso interpretaciones, distintas de las convencionales. Cada uno de esos diarios, sin embargo, tiene que ser entendido en su propio contexto, pues a menudo se han tejido versiones legendarias (y, en ese sentido, poco realistas) sobre el desempeño y el significado de publicaciones como éstas. En todo caso, puede decirse que durante los años setenta y ochenta en la prensa mexicana, si bien con limitaciones constantes, fueron creándose sitios de expresión en los que podían desplegarse voces distintas de las progubernamentales. De hecho, muchos personajes que luego destacarían en la oposición e incluso parte de la estrategia de organizaciones políticas enteras, se apuntalaban en la presencia pública que podían lograr a través de artículos de opinión en algunos periódicos y revistas. Los medios mismos, en una tendencia que más tarde se repetiría, van encontrando que pueden hacer negocio de esa expresión plural. En los años ochenta, *El Universal* se ufana de ofrecer “La Noticia de Izquierda a Derecha”, no porque sus reporteros buscaran en sus

notas la objetividad sustentada en la presentación de varias versiones de un mismo acontecimiento, sino porque en sus planas editoriales concurrían articulistas de diversas filiaciones políticas.

EL D.F., METRÓPOLI CON 450 MIL EJEMPLARES DIARIOS

Se ha podido suponer que entre otros motivos, la prensa ha tenido una libertad de la que no disfrutaban los medios electrónicos porque su presencia dentro de la sociedad es sustancialmente menor. En junio de 1990, publicamos una estimación del tiraje real de los diarios de la Ciudad de México.¹ Allí encontrábamos que, aproximadamente, los 25 periódicos diarios que se publicaban entonces (incluyendo deportivos, especializados y vespertinos) estarían imprimiendo unos 751 mil ejemplares diarios. Pero si consideramos que en México se imprimen muchos más ejemplares de los que llegan a venderse y que hay un porcentaje de devolución (que los voceadores regresan a las empresas editoras) superior al 50% en prácticamente todos los casos, tenemos que los ejemplares que realmente llegan a los lectores son menos.

Suponiendo que la cifra de devolución fuera, en el mejor de los casos, de un 40% en promedio, tendríamos que cada día los diarios de la Ciudad de México, en el mismo ejemplo, tuvieron una circulación real de aproximadamente 450 mil ejemplares. Cuántos lectores tienen esos ejemplares, es más difícil de evaluar. Como en todo el mundo, es habitual que un mismo ejemplar de

cada periódico sea leído por más de un individuo (no es exagerado suponer que habría un promedio de entre dos y tres lectores por cada ejemplar). Pero en México, además, entre los lectores de periódicos, que suelen ser parte de la élite política e intelectual, es frecuente que una misma persona lea más de un diario.

La confiabilidad de la prensa es tan baja, o sus limitaciones para presentar informaciones son tan altas, que una gran cantidad de sus consumidores no se conforma con un solo diario, sobre todo en los circuitos más politizados de la sociedad. Así, es común que un lector que en *La Jornada* encuentra opiniones que le parecen interesantes, además tenga que acudir a *Excelsior* o a *El Universal* para formarse un panorama informativo más completo, por ejemplo. Los lectores mexicanos que desean estar medianamente enterados, saben que deben revisar más de un periódico.

En todo caso, es indudable que en comparación con la población adulta y alfabetizada, la presencia de la prensa es mínima. 450 mil ejemplares en una metrópoli de 17 millones (tomamos en cuenta al D.F. y su zona de influencia directa) constituyen un contraste muy notable en comparación con los promedios de lectura de diarios en casi cualquier otra ciudad importante del mundo. *The New York Times* tenía en abril de 1994 una venta promedio, entre semana, de un millón 187 mil ejemplares; *USA Today* de un millón 557 mil y *The Washington Post*, 852 mil, en promedio.² En México, una de las manifestaciones del atraso de los medios en relación con el desarrollo de la sociedad, es todavía la falta de información suficiente, a la vez que confiable,

¹ Raúl Trejo Delarbre, "Periódicos: ¿quién tira la primera cifra?", en "cuaderno de nexos", México, no. 24, junio de 1990.

² William Glaberson, "8 of 10 largest U.S. papers have declines in circulation", *The New York Times*, 30 de abril de 1994.

sobre la situación de las empresas de comunicación y su presencia entre sus públicos.

CIRCUNSTANCIA Y SIGNOS DE ALGUNOS DIARIOS

El Universal es el único diario que informa su tiraje, aunque hay motivos para suponer que exagera al respecto. Los editores, dicen que imprimen más de 150 mil ejemplares diarios³ y se respaldan en la auditoría que cada uno o dos años, contratan con una empresa de verificación estadounidense. Sin embargo, es sencillo falsear esa información con propósitos mercantiles (basta con imprimir más ejemplares el día en que la empresa auditora va a efectuar sus mediciones).

Sólo cuando existan cálculos frecuentes, imparciales y de metodología ampliamente verificable, podremos tener datos reales sobre la impresión primero, y la circulación después, de los medios escritos en México. Mientras tanto es posible, a partir de la experiencia propia, suponer que *El Universal*, para seguir con el mismo ejemplo, edita no más de 110 mil ejemplares diarios (de los cuales, es preciso advertir que apenas si se venderá el 60%). Esa circulación, en buena medida se debe a la sección de anuncios clasificados en donde millares de mexicanos sin empleo, buscan trabajo.

Un recurso para aumentar sus ventas, pero también deslindarse políticamente del anterior gobierno, con el cual la empresa editora de *El Universal* tuvo relaciones especialmente cordiales, ha sido la exageración informativa, sobre todo en las noticias relacionadas con

el expresidente Carlos Salinas de Gortari. Ya mencionamos, en el capítulo anterior, el notorio ejemplo de amarillismo que ofreció ese diario cuando, en medio de un clima de gran confusión, culpó en un encabezado a Salinas de haber sido "autor intelectual" en el crimen de Colosio. No había pruebas de ello, sino solamente una encuesta mal hecha y cuyos resultados eran amañados para justificar ese encabezado. *El Universal* mantuvo una actitud de exigencia y escepticismo respecto de las indagaciones oficiales en el caso Colosio, aunque a veces con tal de demostrar la hipótesis de una conjura, le daba crédito a declarantes de poca respetabilidad, o magnificaba como informaciones, versiones que sólo eran especulaciones.

El otro diario de larga tradición en la sociedad mexicana y que ha experimentado problemas de imagen pública en fechas recientes, es *Excélsior*. Dentro y fuera del país, ha seguido siendo el periódico de referencia, por la abundancia de su material informativo que cubre numerosas fuentes y acontecimientos. Se trata de un diario de larga presencia y experiencia, que todavía conserva un reconocible profesionalismo en algunas de sus áreas. Sin embargo sus conflictos internos, así como las oscilaciones en su línea editorial, han propiciado sorpresas como cuando, entre el 15 y el 17 de julio de 1995, dedicó sus ocho columnas de primera plana a propagandizar las declaraciones de un exjefe policiaco mexicano que se encuentra prófugo en los Estados Unidos.⁴ Calculamos que el tiraje de *Excélsior*

³ Todos estos datos, en algunas ocasiones aproximados, corresponden a nuestras estimaciones en la primavera de 1996.

⁴ El reportero Rafael Medina C. le hizo una entrevista al excomandante Guillermo González Calderoni, quien había sido acusado por las autoridades judiciales mexicanas de enriquecimiento ilícito (se aseguraba que su fortuna ascendía a cuatrocientos millones de

debe estar cercano a los noventa mil ejemplares diarios. Editado por una cooperativa, este diario ha padecido una fuerte crisis financiera, junto a la cual durante todo 1995 y al menos la primera mitad del siguiente año, se mantuvieron rumores sobre una posible compra por parte de algún grupo financiero con fortaleza suficiente para cargar con las deudas de la casa *Excélsior*. Ciertas o no, esas versiones afectaron el trabajo de los diaristas del llamado Periódico de la Vida Nacional.

La Jornada es otro diario que ha adquirido indiscutible relevancia. Sin dejar de ser fundamentalmente leído en los circuitos académicos y de la oposición política y por eso mismo, ha ganado presencia entre funcionarios y en distintos segmentos del poder político. Sus virtudes, son sus desventajas: el periodismo de fuerte contenido ideológico, que a menudo sacrifica la acuciosidad informativa en aras del apoyo a una causa política, sacude las emociones de algunos de sus lectores pero suscita la desconfianza de otros. Identificada con el neocardenismo en 1988, con el cual sin embargo mantuvo cierta distancia crítica, *La Jornada* encontró una causa con la que se ha comprometido abiertamente en ocasión del movimiento del Ejército

dólares) y que al momento de esa publicación se encontraba refugiado en McAllen, Texas. La entrevista recibió los encabezados principales de *Excélsior* y provocó comentarios críticos como el de Héctor Aguilar Camín en la columna "Compuerta" del "cuaderno de nexos", no. 213, México, agosto de 1995 y del autor de este libro: "Para el gobierno, delincuente; para *Excélsior*, «experimentado», en *semanario de política y cultura etcétera*, no. 129, México, 20 de julio de 1995.

Zapatista en Chiapas. Los comunicados del subcomandante Marcos han ocupado centenares de páginas en ese diario, a diferencia del resto de la prensa mexicana que no los ha ignorado, pero que no por ello se ha convertido en una suerte de vocero oficioso del neozapatismo. Numerosos medios de información, dentro y fuera de México, alteraron, exageraron, omitieron y distorsionaron sus noticias al ritmo de la emoción y la sorpresa de las primeras semanas del conflicto en Chiapas. Sin ser un problema exclusivo de ese diario, *La Jornada* estuvo entre los medios que, al haber dedicado más espacio a ese asunto, más equivocaciones y alteraciones informativas cometió. Hemos dedicado un libro a describir esos yerros en esa muy singular circunstancia política y periodística en México.⁵ En los días de mayor intensidad informativa cuando el conflicto chiapaneco, a comienzos de 1994, *La Jornada* tuvo su momento de mayor presencia, con tirajes superiores a los 180 mil ejemplares diarios. Más de un año después, es posible suponer que su tiraje es de unos 70 mil ejemplares, de los cuales estará vendiendo entre el 50% y 60%. Desde su aparición en 1984, *La Jornada* estuvo dirigida por Carlos Payán Vélver. En junio de 1996 el grupo de fundadores de ese diario —propietarios de un paquete accionario que detenta el control sobre decisiones relevantes en la empresa que lo edita— designarían a un nuevo director.

⁵ Raúl Trejo Delarbre, *Chiapas, la comunicación enmascarada. Los medios y el pasamontañas*, ed. Diana, México, 1994, 392 pp.

Otros diarios, han participado de la nueva tendencia que consiste en abrir sus páginas a opiniones no necesariamente progubernamentales, reflejando así, y reforzando a su vez, la pluralidad de ideas que tiende a existir en el país. *unomásuno*, con una presencia pública modesta pero periodísticamente sólida y a pesar de la inestabilidad interna que ha significado un frecuente cambio de propietarios, sigue siendo un periódico leído en segmentos pequeños de los ámbitos académico y político. El 2 de marzo de 1989, el diario fue vendido por el señor Manuel Becerra Acosta a un grupo de empleados de la misma empresa, encabezados por Luis Gutiérrez Rodríguez, un antiguo y experimentado reportero de asuntos políticos que desde entonces fungiría como director general. Cuatro años y medio más tarde, el 28 de noviembre de 1993, el diario anunció la asociación a *unomásuno* de un grupo de empresarios, el principal de los cuales era el señor Jacobo Zaidenweber, que adquiriría el 69% de las acciones que conformaban el capital social de Editorial Uno, la empresa editora del diario.⁶ La operación, se dijo entonces, tenía un costo de nueve millones seiscientos mil nuevos pesos, que al tipo de cambio de esas fechas eran algo más de tres millones de dólares. Es decir, podía suponerse que los participantes en esa enpraventa admitían que el diario tenía un valor de aproximadamente cuatro millones y medio de dólares.

Habitualmente, la información sobre los asuntos contables y financieros de las empresas de comunicación

⁶ "Se asocia a *unomásuno* un grupo de empresarios", nota en la primera plana de ese diario el domingo 28 de noviembre de 1993.

en México es casi clandestina. Esto ocurre especialmente en el caso de la prensa, cuyo valor depende de su existencia misma, y por lo tanto de su capacidad de presión e influencia en las élites políticas, más que de la cantidad de ejemplares que edite, del número de lectores que tenga entre los ciudadanos o del precio de sus activos (instalaciones, maquinaria, etc.). Un nuevo consejo de administración se integró entonces en la empresa de *unomásuno*, el 10 de febrero, en representación de los nuevos accionistas. Sin embargo un año más tarde, el 22 de febrero de 1995, se anunció, sin explicaciones, que el grupo de empresarios encabezados por Zaidenweber había decidido separarse de la empresa.⁷

El episodio en *unomásuno*, es paradigmático de dos tendencias, una vieja y otra nueva, que hay en la prensa mexicana. La primera, es la costumbre del secreto respecto de lo que ocurre, y sus causas, en la situación empresarial de los medios de comunicación. Si el caso que mencionamos se puede documentar, aunque sea con algunas lagunas, es porque *unomásuno* dio cuenta de él en sus páginas. Pero también es frecuente que muchos diarios y revistas cambien de dueños e incluso desaparezcan, sin ofrecer explicaciones al respecto. Tampoco es usual que sean conocidos los motivos de la frecuente migración de reporteros, columnistas y articulistas de una a otra casa editorial, debida a circunstancias tan variadas como problemas de censura, ajustes empresariales, decisiones externas a las

⁷ "Accionistas de Editorial Uno eligieron al nuevo Consejo de Administración" y "Zaidenweber y socios se retiran de *unomásuno*", notas aparecidas en ese diario el 11 de febrero de 1994 y el 22 de febrero de 1995, respectivamente.

empresas periodísticas o simple interés profesional o mercantil ante mejores ofertas financieras.

La otra tendencia manifestada en el caso antes comentado, es la creciente participación de grupos empresariales en distintos medios de comunicación, incluso en la rama editorial en la que no era frecuente que tuvieran interés por invertir o crear nuevas publicaciones. Hasta los años ochenta, era posible suponer que las élites empresariales y financieras se consideraban representadas en un par de publicaciones de bajo perfil político pero identificadas con sus valores, campañas e intereses (especialmente *El Herald* y *Novedades*). Pero sobre todo, en esos circuitos del capital económico se consideraba conveniente la preponderancia de una prensa dócil respecto del gobierno (como, entre otros, *El Universal* y *Excelsior*) en tanto que la buena fortuna de ese gobierno parecía ser garantía de estabilidad para los negocios en México.

Esa situación ha venido cambiando, de la misma forma que las expectativas políticas de la clase empresarial mexicana son ahora más agresivas, incluyendo en ocasiones el interés para contar con una participación política directa. En el campo de la prensa, circunstancias como éstas contribuyen a explicar el surgimiento en noviembre de 1993 del diario *Reforma*, que ha destacado con gran rapidez, gracias a la incorporación de una nutrida planta de colaboradores y periodistas profesionales y sobre todo merced a una cuantiosa inyección financiera de sus editores, que son los mismos que desde 1938 publican *El Norte* en Monterrey —el cual en esa localidad fue, desde la época de más rípidos enfrentamientos entre el gobierno y los grupos patronales, un diligente instrumento de estos últimos.

No puede decirse que *Reforma* se dedique a exaltar el interés de los grupos empresariales que lo respaldan o que se identifican con ese proyecto editorial, aunque en varias ocasiones ha podido apreciarse la supeditación de la objetividad informativa a la pelea por posiciones extraperiodísticas.⁸ La calidad de su diseño y la colaboración de escritores de experiencia y firmas reconocidas, le han permitido a ese diario colocarse entre la media docena de periódicos más leídos en las élites decisorias en México. *Reforma*, además, logró notoriedad gracias al enfrentamiento que en noviembre de 1994 tuvo con la Unión de Voceadores, el monopolio de la distribución callejera de publicaciones en la capital del país. Cuando ese periódico decidió tener sus propios expendedores, no afiliados a la Unión, provocó el disgusto de aquel grupo, que envió golpeadores para evitar la circulación de *Reforma*. El asunto no tuvo una solución legal y, por vía de la práctica misma, el periódico mantuvo a sus propios voceadores, a los que denomina "microempresarios". En ese conflicto, *Reforma* fue alabada por distintos comentaristas, especialmente pero no sólo en sus mismas páginas, como abanderada de la libertad de expresión; el desempeño de la Unión de Voceadores, ha llegado a ser considerado como una de las varias trabas para la libertad de prensa en México.

A *Reforma*, el hecho de enfrentar a ese grupo corporativo le permitió aumentar su prestigio. Sin

⁸ Por ejemplo, *Reforma* cuestionó insistentemente la autorización de la Comisión de Competencia a la fusión de Teléfonos de México con Cablevisión, una subsidiaria de Televisa. Esa decisión afectó, indirectamente, el proyecto de los propietarios del mencionado diario para instalar un sistema de información electrónica de paga.

embargo, la ideología del periódico dista de estar comprometida, al menos en todos los casos, con las libertades públicas. Por ejemplo, cuando *Reforma* apareció su dueño, el señor Alejandro Junco, publicó una "Dedicatoria" en la que encomienda a Dios el destino de su nueva empresa y en otra ocasión, el periódico ha tenido expresiones de intolerancia contra grupos de homosexuales.⁹ Luego, el periódico tuvo éxitos publicitarios muy renombrados, aunque harto discutibles en términos profesionales, al promover y practicar la intromisión periodística en casos como los que han sido ampliamente relatados en el capítulo anterior de este libro.

Una empresa de larga tradición dentro del periodismo mexicano y que también ha sido modificada por la expansión del capital privado, es la que edita el diario *La Prensa*, que con posiblemente alrededor de 150 mil ejemplares diarios, puede ser considerada como el periódico de información general de mayor circulación en la zona metropolitana. Esto se debe a que sus lectores son, en promedio, más que los del resto de los diarios debido al carácter popular de sus

⁹ "Este amanecer nace un ángel. Te pedimos, Señor, para él una antorcha que alumbré la oscuridad como lucero de la mañana... Te pedimos que ese ángel dé fortaleza a REFORMA para soportar debilidades, tropiezos... contiendas. Sobre todo, Señor, te pedimos que encarnemos nosotros el ángel, ¡sí, nosotros mismos... toda esta familia! Porque juntos, unidos, somos un ejército para el progreso... soldados de la libertad", A. Junco de la Vega, "Dedicatoria al periódico *Reforma*" en "El Ángel", suplemento dominical, no. 1, 21 de noviembre de 1993. También, Marco Levario Turcott, "Ética de la sobreactuación. *Reforma* intolerante con homosexuales", en *semanario de política y cultura etcétera*, no. 127, México, 6 de julio de 1995.

informaciones: es tradición que en los puestos de aseo de calzado que abundan en la Ciudad de México, los clientes encuentren un ejemplar de *La Prensa*.

La empresa editora de ese diario, fue comprada el 30 de julio de 1993 por una alianza de inversionistas mexicanos y españoles. El grupo del exbanquero Carlos Abedrop (que era propietario del Banco del Atlántico antes de la nacionalización de 1982) y que luego se dedicó a muy variados negocios al frente del Grupo Olmeca, adquirió el 51% de las acciones de la empresa, que hasta pocos meses antes había sido cooperativa. El 49 restante fue comprado por el Grupo Prisa, el consorcio español encabezado por Jesús Polanco y que entre otros medios de comunicación es propietario de *El País*, de Madrid. Se dijo que la venta de *La Prensa* tuvo un monto de noventa millones de dólares.¹⁰ Además del precio del cabezal del diario, se tomaron en cuenta el precio del edificio de esa empresa en el centro de la Ciudad de México y su maquinaria, de gran capacidad de impresión.

A pesar del cambio de propietarios y de las posibilidades de reorientación en su línea editorial una vez que formaba parte de la familia de uno de los diarios europeos más prestigiados, *La Prensa* no cambió de manera fundamental. Quizá por consideraciones financieras, ya que ese contenido es el que más ejemplares vende, la nota policiaca, los espectáculos y los deportes, siguieron siendo el contenido principal de ese

¹⁰ Marco A. Mares, "La venta de *La Prensa*", en la columna "Línea Financiera", *unomásuno*, México, 2 de julio de 1993; Rossana Fuentes-Berain, "Esta semana *La Prensa* pasará a manos de Abedrop...", en *El Financiero*, México, 12 de julio de 1993; e "Impulsora de Empresas Periodísticas compró el diario *La Prensa*", en *unomásuno*, México, 31 de julio de 1993.

diario. Para los copropietarios españoles, al menos hasta dos años después, esa operación de compraventa sólo había significado la posibilidad de, desde junio de 1994, reimprimir diariamente *El País* en la Ciudad de México, aprovechando la facilidad que significa tener a su disposición el taller de *La Prensa*. La edición mexicana de *El País*, que incluye un pequeño encarte de información local de carácter político y cultural, está dirigida fundamentalmente a la comunidad de españoles y sus descendientes radicados en México.

Ovaciones fue otro diario afectado por la traslación de empresas periodísticas que no necesariamente estaban vinculadas con otros negocios, a poderosas corporaciones multisectoriales. La firma que lo edita, fue comprada por Televisa en un 75%, en 1992. Esa transacción implicaría que como director general de *Ovaciones* —un diario de pobre información general, que fundamentalmente es aderezo de una amplia cobertura deportiva— quedara Jacobo Zabłudovsky. El célebre conductor de *24 Horas*, a su vez designó al ex-reportero televisivo Fernando Alcalá para dirigir *Ovaciones*. El problema es que no es lo mismo hacer periodismo en televisión que en tinta y papel. *Ovaciones* ha padecido el desconocimiento que sus editores tienen de la comunicación impresa.

Otro diario de esa empresa editorial, *Summa*, recibió una gran atención por parte de Televisa, que lo quería convertir en su punta de lanza en el terreno de la información impresa, en donde por alguna razón nunca ha logrado éxito. El columnista empresarial José Antonio Pérez Stuart y luego la periodista Isabel Arvide, identificada con la prensa más tradicional en México, recibieron el encargo de dirigir *Summa* y ambos fracasaron. El primero, llevó al diario a una

circulación mínima, de pocos centenares de ejemplares. La segunda, fue despedida cuando su estilo e intereses personales chocaron con las rígidas costumbres y normas de Televisa en materia periodística y política. *Summa* dejó de circular el 16 de enero de 1995.

El expropietario de *Ovaciones*, Fernando González Parra, comenzó en septiembre de 1995 la publicación de un diario en inglés, *México City Times*, propiedad suya y de Fausto Zapata Loredó, exdirector de prensa de la Presidencia de la República y quien tuvo que renunciar en octubre de 1991 —13 días después de haber tomado posesión— a la gubernatura de San Luis Potosí. En la Ciudad de México ya existía un diario en inglés, *The News*, publicado por la empresa que, además, edita *Novedades*.

Dos diarios especializados en asuntos económicos han ampliado su cobertura para convertirse en nuevos competidores de la prensa de información general. *El Financiero*, fundado en octubre de 1981, a fines de esa década se benefició de la crisis de credibilidad de los diarios tradicionales. Al encargarse de temas no económicos, logró ampliar significativamente su presencia dentro de la sociedad activa. *El Financiero* tuvo una presencia importante en las élites políticas y académicas, pero la salida de sus principales colaboradores (muchos de los cuales se fueron a *Reforma*) y una clara tendencia a la exageración y a no aclarar frecuentes errores informativos, le quitó credibilidad.¹¹

¹¹ Sobre algunos manejos tendenciosos en este periódico, puede verse el capítulo "La negociación de la deuda. Confrontación y discusión", en las páginas 38 y ss. de nuestro libro *Ver, pero también leer. Televisión y prensa, del consumo a la democracia*, Gernika e Instituto Nacional del Consumidor, 1991. Más recientemente, *El Financiero* ha sido cuestionado por un manejo no siempre

Ya en los años noventa, *El Financiero*, que inicialmente se publicaba sólo de lunes a viernes, tenía ediciones todos los días y además un semanario en inglés. Su edición de la Ciudad de México es reeditada, con breves encartes con información local, en varias regiones del país, lo cual le permite multiplicar su influencia. En 1996, los directivos de *El Financiero* tomaron la audaz medida de reducir el precio de cada ejemplar, de cuatro a dos pesos cincuenta centavos. Con ello esperaban aumentar significativamente la venta de ejemplares, aunque pocos meses después de iniciado ese experimento no se conocían datos confiables al respecto.

También con ediciones cinco días a la semana *El Economista*, surgido en los primeros días del sexenio gobernado por Carlos Salinas —el 5 de diciembre de 1988— ha mantenido un nivel de calidad escrupuloso y, sin perder su perfil especializado, ha ganado influencia en los circuitos de decisión en México. *El Economista*, como se explica en el tercer capítulo de este libro, es el único diario mexicano que tiene un defensor del lector y un código de ética, recursos, ambos, que conforman un marco de referencia tanto para la discusión al interior del periódico, como en su relación con los lectores. *El Economista*, que se edita en un papel especial (denominado *peach*, por su color durazno) que tiene que ser importado y con el cual busca

escrupuloso de sus informaciones sobre las secuelas de los crímenes políticos de 1994 y por darle voz a narcotraficantes prófugos de la justicia mexicana. Un comentario crítico al columnista más leído de *El Financiero*, Carlos Ramírez, puede encontrarse en Julián Andrade Jardí, "La prensa, el poder y el señor Ramírez", en *semanario de política y cultura etcétera*, no. 119, México, 11 de mayo de 1995.

parecerse a otros diarios especializados en finanzas (especialmente el londinense *The Financial Times*) ha enfatizado la singularidad del público al cual está dirigido y que se conforma por directivos de empresas e instituciones bancarias. Ello no le ha impedido practicar un periodismo de búsqueda en la información política.

¿POR QUÉ HAY TANTOS DIARIOS EN MÉXICO?

En la Ciudad de México existen, hasta donde podemos apreciar, 25 diarios: *La Afición* —deportivo—, *Cine Mundial*, *El Día*, *Diario de México*, *El Economista*, *Esto* —deportivo—, *Excelsior*, *El Financiero*, *El Herald de México*, *La Jornada*, *México City Times*, *El Nacional*, *The News*, *Novedades*, *Ovaciones primera edición*, *Ovaciones segunda edición*, *El País*, *La Prensa*, *Reforma*, *El Sol de México*, *Tribuna*, *Ultimas Noticias*, *El Universal*, *unomásuno* y *El Valle*.

Esa proliferación tiene diversos motivos, entre los cuales se encuentran:

A) La ligereza con que el gobierno federal y, a semejanza suya, los gobiernos estatales y los municipios más poderosos, han (o habían) acostumbrado contratar espacios de publicidad, inclusive en publicaciones de nula presencia política o cultural.

B) El hecho, por lo tanto, de que al menos hasta hace poco tiempo y para la gran mayoría de los diarios, el principal criterio que define su existencia no es la circulación, y ni siquiera la publicidad comercial, sino la publicidad política —que, vale recordarlo, no siempre aparece como tal: no suele distinguirse entre material de la redacción y textos pagados.

C) De esta manera, la prensa escrita llega a ser negocio más allá de su presencia social. La presencia política, así sea muy pequeña, es la que cuenta. La poca importancia de algunos diarios de nula circulación, es parcialmente compensada por la existencia de las llamadas "síntesis de prensa", que son compendios diarios de fotocopias de recortes tanto de informaciones como de comentarios políticos que se hacen en todas las dependencias gubernamentales y que, cada vez más, abundan también entre la élite empresarial.¹²

D) Un negocio adicional, de dimensiones imposibles de cuantificar pero existente aunque sea cada vez menor, ha sido la permanencia de pequeñas o grandes dádivas y tráficos de influencias entre sectores del poder político y algunos periodistas. La expresión más conocida de esas rutinas es el soborno a los reporteros que cubren fuentes gubernamentales (aunque dicha práctica no es exclusiva del gobierno) a quienes ha sido costumbre que los funcionarios de prensa les entreguen variables cantidades de dinero como parte de

¹² Las síntesis de prensa, que implican la impresión de millares de fotocopias todos los días, circulan entre los funcionarios más importantes de cada dependencia gubernamental. Una estimación aproximada nos permite suponer que hay, por lo menos setenta "síntesis" diarias, con un tiraje promedio de trescientos ejemplares cada una. Es decir, una información que no tuviera relevancia debido a la escasa circulación del diario en donde apareciera, podría llegar a más de veinte mil personas en la élite política. Sin embargo, a fines de 1994 la nueva titular de la Contraloría General de la Federación, la señora Norma Samaniego, anunció un plan de restricciones presupuestarias a los funcionarios de rango alto dentro del gobierno y que incluía la prohibición para comprar boletos de avión en primera clase, reducciones en el uso de teléfonos celulares y la cancelación de las "síntesis de prensa". Es posible que esta medida no se haya cumplido del todo.

una relación habitual. No todos los periodistas aceptan esas remuneraciones y algunos, incluso, las han rechazado abiertamente. Menos conocido es el equivalente de esa relación en el nivel de los cuadros directivos de algunos medios de información, en donde las formas de persuasión, para que resalten o marginen una información, pueden llegar a la concesión de favores importantes que en ocasiones representan muy altas cantidades de dinero.

E) La relativa facilidad, hasta hace un par de años, para editar publicaciones. En ocasiones el papel, siendo fabricado por una empresa estatal, Pipsa, era vendido a precios preferenciales e incluso, era fama pública que cuando el gobierno quería favorecer a un diario o una revista dejaba de cobrarle esa materia prima de la misma forma que, al revés, cuando quería presiunarla simplemente le presentaba las facturas atrasadas. Lo mismo ha ocurrido, en épocas anteriores, con el pago de impuestos y de cuotas al Seguro Social que, por ejemplo, tan sólo en la nómina de remuneraciones suelen significar un 35% por encima de los salarios que cada empresa en México paga a sus trabajadores.

F) La escasa exigencia de los lectores, comenzando por la poca costumbre en la sociedad mexicana para leer con frecuencia los diarios. No existen datos recientes a la vez que confiables sobre el consumo de medios impresos, pero puede asegurarse que la prensa escrita, como hemos venido diciendo en estas páginas, llega a una porción realmente pequeña de los lectores potenciales. Además, quienes leen diarios, al menos hasta hace no mucho tiempo, eran muy complacientes con ellos. No ha existido una tradición para criticar a la prensa en la sociedad mexicana.

La mayor parte de esas condiciones están cambiando y de allí se deriva un nuevo marco de referencia para la prensa. La crisis económica nacional, ha tenido entre otras muchas consecuencias una auténtica y a veces drástica reducción del gasto gubernamental destinado a los medios impresos. De hecho, entre 1994 y 1995 han desaparecido varios diarios, todos ellos vespertinos (*Cuestión*, *El Sol segunda edición*, *Últimas Noticias segunda edición* y *El Universal Gráfico*) y es altamente posible que otros más dejen de circular. El hecho mismo de publicar un periódico, más allá de si tiene lectores o no, está dejando de ser negocio en México. Para ello, coinciden tres circunstancias:

—La crisis en la economía, que reduce los gastos gubernamentales en publicidad y en remuneraciones de diversa índole, así como la publicidad en general, incluso de carácter comercial.

—La paulatina, aunque todavía no definitiva, incorporación de intereses y por lo tanto criterios empresariales en el manejo de las casas editoras de diarios. Los grupos de poder económico que invierten en la prensa, esperan dos tipos de ganancias: de carácter político y también, si es posible, de índole financiera.

—Una también reducida aún, pero creciente, exigencia de los sectores más críticos, o más activos, de la sociedad mexicana que han encontrado en la prensa escrita un espacio por excelencia para la discusión de sus preocupaciones e incluso la expresión de juicios críticos.

Todo ello, está conformando un panorama en donde a diferencia de su trayectoria en el último medio siglo, la prensa mexicana comenzará a estar determinada, con todas sus consecuencias, por el mercado.

Sin duda el alejamiento gubernamental, aunque hasta ahora no ha sido definitivo, respecto de las prácticas

de favoritismo y presión ilegítimas que ha ejercido sobre los periódicos, puede repercutir no sólo en una mayor libertad —que de hecho existe; los casos de censura del poder político en contra de la prensa escrita son mínimos y más bien excepciones—. Además, puede coadyuvar para que ocurra un retorno al realismo en la prensa mexicana: que los diarios se publiquen de acuerdo con la cantidad y el interés de los lectores y no a pesar de ellos.

Pero al mismo tiempo, la presencia de poderosos grupos empresariales pudiera llevar a la sustitución de una dependencia por otra. Una vez que el gobierno estaría en retirada, ese vacío de poder lo ocuparían los inversionistas con capital suficiente para hacerse cargo de las empresas periodísticas. En ese punto se encuentra ahora la transición de la prensa mexicana.

Hay quienes, a pesar de la existencia de los 25 mencionados diarios en la Ciudad de México, consideran que hay espacio para otros más. Ya mencionamos cómo, apenas en septiembre de 1995, nació un diario en inglés. Además, se llegaron a tener noticias de que el antiguo fundador de *unomásuno*, Manuel Becerra Acosta, abriría en 1996 un nuevo diario, con dinero de Cuauhtémoc Cárdenas¹³ aunque luego no se conocieron avances para la realización de ese proyecto.

Por otro lado el periodista Pablo Hiriart, exdirector de *El Nacional* y de la agencia Notimex y con una conocida trayectoria como reportero político, anunció que en junio de 1996 iniciaría la publicación del diario *Crónica*, que se proponía hacer periodismo de

¹³ Salvador del Río, "Becerra Acosta regresa al periodismo. Dirigirá un periódico de Cuauhtémoc Cárdenas", en *Siempre!*, no. 2194, México, 26 de julio de 1995.

investigación, "más allá de la pirotecnia verbal". El director de *Crónica*, manifestó que inicialmente el diario imprimiría cuarenta mil ejemplares.¹⁴

Por esas mismas fechas se hablaba también de la aparición de un vespertino, *La Crisis*, dirigido por el columnista Carlos Ramírez.

En este recuento de la prensa mexicana estamos omitiendo numerosos rasgos de los diarios de la Ciudad de México, cada uno de los cuales ameritaría un tratamiento específico. Por añadidura, al lado de ella y en ocasiones con una gran presencia social en regiones muy localizadas, está la prensa del interior del país. En su gran mayoría se trata de una prensa débil, artesanal y, en el sentido más estricto, provinciana. Pero junto con eso, existen periódicos consolidados y con influencia comprobada, como *El Diario de Yucatán* conocido por su adhesión al PAN en las elecciones en ese estado del sureste, *Siglo 21* que ha emprendido un periodismo más fresco y profesional en Guadalajara y *El Norte* de Monterrey, cuya influencia en esa región mexicana ya hemos mencionado.

Y tanta o más importancia que muchos diarios, la tienen unas cuantas revistas, muy especialmente el semanario *Proceso* que mantiene gran notoriedad gracias a su proclividad por el periodismo de escándalo político. Su pronunciada presencia pública, superior a la de la mayoría de los diarios, no ha sido acicate para que *Proceso* se afane en la investigación periodística

¹⁴ Alejandro Caballero, "Próxima aparición de un nuevo diario: *Crónica*. Pablo Hiriart, exdirector de Notimex y *El Nacional* en el sexenio pasado, dice que es el «único dueño» en *Proceso*, no. 1020, México, 20 de mayo de 1996 y Raúl Trejo Delarbre, "*Crónica* se propone ir más allá de la «pirotecnia verbal»", en *semanario de política y cultura etcétera*, no. 173, México, 23 de mayo de 1996.

que sea capaz de conducir a algo más que la denuncia catártica, que tiende a ser obsesiva en sus directivos y redactores. Con todo y esas limitaciones, el semanario ofrece una sobresaliente contribución al saneamiento de los asuntos públicos gracias a su tenacidad en la denuncia de corrupciones y abusos del poder.

En el terreno de la prensa hebdomadaria, prácticamente no hay en México publicaciones que hagan investigación capaz de complementar e incluso superar a la información diaria. El periodismo no diario, se ha cobijado fundamentalmente en los géneros de opinión (como es el caso de la célebre *Siempre!* y, con más modestia, de *Punto*, entre otros) y en la reproducción del escándalo y el sensacionalismo. Seguimos sin tener un semanario de referencia que ocupe en México el sitio que en otras naciones tienen, por ejemplo, *Time Magazine*, *The Economist*, *Le Nouvel Observateur* o *Véja*.

2. La radio. Despertar politizado, o pesadilla matutina en el D.F.

Quizá puede decirse que el cambio en la radio mexicana comenzó cuando el terremoto de 1985. En esa época, las estaciones de la Ciudad de México emprendieron una intensa labor de servicio social (en la ubicación de sobrevivientes, el acopio de víveres y sobre todo el intento para explicar los alcances de esa tragedia) que era, también, de expresión inicialmente politizada. Desde luego, hacía tiempo ya que en la radio existían espacios susceptibles a la información no necesariamente oficial y al comentario crítico, pero eran escasos. Poco más de diez años después, los

cuadrantes de AM y FM en la Ciudad de México prácticamente hierven de intencionalidad política frecuentemente contestataria. La temporada electoral de 1994 fue propicia para que en la radio se desplegaran numerosos espacios que mezclan la información y la opinión y más tarde, la inquietud política de la sociedad se ha traducido, entre tantas otras consecuencias, en politización de la radio.

No pretendemos agotar aquí la descripción de los cambios recientes en ese medio. En el interior del país, además, existen docenas de experiencias de radio que, no sin dificultades, rompe limitaciones políticas para abrir sus frecuencias a la sociedad. Pero en gran cantidad de tales casos además es posible encontrar, primero, una frecuente confusión entre la información y la opinión y, además, ejemplos de parcialidad política ya no sólo por afinidad con el gobierno sino, ahora también, con otras corrientes o posiciones políticas.

El cambio más notable ha ocurrido en la Ciudad de México, en donde la supervisión gubernamental había sido más intensa sobre la radio. Sin haber desaparecido la presión que ejerce a través de diversos instrumentos institucionales y jurídicos, el gobierno se ha encontrado (tropezado, a veces) con el interés de diversos empresarios de la radio para limar el tono oficialista que definía a sus espacios.

Se estima que en todo México, en 1995 había 1 291 estaciones radiodifusoras.¹⁵ La presencia social de la

¹⁵ Este dato incluye estaciones en las bandas de AM, FM y onda corta e independientemente del régimen legal (concesionadas y permisionadas) en que se encuentren. Ernesto Zedillo, *Primer Informe de Gobierno. Anexo*, Poder Ejecutivo Federal, México, 1 de septiembre de 1995, p. 117.

radio en la sociedad mexicana es evidente, pero resulta difícil de medir con certeza. Igual que para otros medios, en este caso no existen indicadores claros, de tal manera que sólo se cuenta con verificaciones impresionistas o con los datos que se elaboran con fines comerciales por parte de empresas de medición de audiencia. En México, a diferencia de otras naciones, no hay certeza de que los datos de las compañías que hacen estudios de audiencia sean del todo confiables. Una de las críticas más sólidas al respecto, ha señalado problemas metodológicos, muestras poco representativas, sobrestimaciones y subestimaciones de sesgos en las encuestas y dependencia de los medios de comunicación tradicionales al no tomar en cuenta canales de transmisión codificada o por cable.¹⁶ Además, se ha dicho que algunas empresas distorsionan sus datos para favorecer a las estaciones de radio o televisión que contratan sus servicios.

Todas las anteriores prevenciones, pueden servir para tomar con reservas las cifras que aparecen a continuación. Se trata de la comparación de los datos que, para periodos de tiempo muy cercanos, proporcionaron las dos principales empresas de medición de audiencias de medios en México. Los datos de esta índole no suelen ser públicos, porque sólo circulan entre quienes adquieren esa información por contrato o suscripción. El diario *Reforma* publicó en octubre de 1994 la información con la que elaboramos el siguiente cuadro, en cuyos datos más allá de las mencionadas dudas metodológicas, puede constatar la enorme presencia de

¹⁶ Francisco Báez Rodríguez, "Su majestad el rating", en *nexus* no. 197, México, mayo de 1994. Ese autor, fue Director de Programación de Televisión Azteca y Director General de *El Nacional*.

Estimaciones de rating de los principales noticieros matutinos en la Ciudad de México, 1994

NOTICIERO	ESTACION	CONDUCTOR	INRA(1)	NIELSEN(2)
<i>Monitor</i>	Radio Red*	José Gutiérrez Vivó	19.7	3.46
<i>Para Empezar</i>	Stereorey	Pedro Ferriz de Con	1	0.48
<i>Panorama</i>	Acir*	José Cardenas	4.3	0.36
<i>Buenos Días</i>	XEDF-FM	Guillermo Ochoa	3.2	n.d.
<i>Línea Directa</i>	XEDF-AM	Eduardo Ruiz Healy	2.9	0.36
<i>Perfiles de la Noticia</i>	R-790	J.M. Navejera/F. Prieto	1.2	0.29
<i>Fórmula Financiera</i>	R. Fórmula	Oscar M. Beteta	1.2	n.d.
<i>Enfoque</i>	Stéreo 100	Enrique Quintana	0.6	0.22
<i>Formato 21</i>	F-21	Varios	0.5	n.d.

* Noticieros transmitidos simultáneamente por AM y FM.

(1) Rating promedio de las seis a las nueve de la mañana, de lunes a viernes, medido por la empresa INRA en julio de 1994.

(2) Rating en enero y febrero de 1994, según la empresa Nielsen.

Fuente: Datos publicados en Ciro Gómez Leyva, "Los días de la radio", en *Reforma*, México, lunes 3 de octubre de 1994.

un solo noticiero, *Monitor* de Radio Red, que tiene más de la mitad de la audiencia matutina en la zona metropolitana de la Ciudad de México. Eso significa, según algunas estimaciones, cuatro o cinco millones de personas todos los días. Es revelador el hecho de que ese noticiero, transmitido de seis a diez de la mañana e indudablemente el de más influencia no sólo en la sociedad sino, por lo tanto, en el mundo político,

alterne la presencia de funcionarios que todo el tiempo acuden para hacer declaraciones y explicaciones, con voces críticas tanto de los partidos como de los ámbitos periodístico y académico. De hecho, la presencia en la radio se ha convertido en uno de los foros más importantes para los personajes de la política mexicana, igual que para profesores e investigadores que son convocados con frecuencia ante los micrófonos de ese medio.

VARIEDAD DE ESTILOS E INTERACCIONES CON LA TV

En la zona metropolitana del D.F., hay 56 estaciones radiodifusoras: 32 en la banda de Amplitud Modulada y 24 en la de Frecuencia Modulada.¹⁷ De ellas, por lo menos quince tienen programas matutinos de noticias, de acuerdo con la que se ha convertido en costumbre diaria de muchos de quienes viven en esa región y que es la atención constante a la radio, lo mismo para enterarse de las noticias nacionales e internacionales que para conocer las vicisitudes del tránsito o los índices de contaminación del aire en la ciudad. En esa variedad de opciones, hay diferentes presencias y estilos profesionales, así como búsquedas empresariales en la disputa cotidiana por las audiencias. Los tres competidores más fuertes de *Monitor* de Radio Red y su conductor José Gutiérrez Vivó, son Pedro Ferriz de Con en Stereorey (que ahora también se transmite

¹⁷ A partir de la relación de la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal, en el folleto *Radio*, s.f. (1995), México, D.F. (Esa lista no incluye a las estaciones permisionadas, Radio Educación y Radio UNAM.)

simultáneamente en AM y FM), José Cárdenas en Acir y Guillermo Ochoa, que ha cambiado de una estación a otra recientemente. Los tres, significativamente, fueron primero personajes de la televisión y luego consolidaron audiencias en la radio.

Más que hallazgos informativos o periodismo de investigación, que apenas comienza a existir en la radio mexicana, la mayoría de esos programas se distingue por el tono personal del conductor, que debe equilibrar el antigobiernismo exigido por los sectores más contestatarios del público, con la prudencia requerida no sólo por el gobierno sino, fundamentalmente, por los dueños de cada estación que no quieren enemistarse con el poder político a tal grado que pierdan el privilegio que significa tener una concesión radiofónica.

Así, junto al desparramo que busca ofrecer Ferriz de Con, la crítica a veces políticamente contradictoria de Cárdenas o la filosofía personal de Ochoa, hay presencias como la ostensiblemente inquisitorial (a veces bordando en la injuria) de Eduardo Ruiz Healy en Radio Fórmula; la búsqueda plural de Carlos Ramos Padilla que invita a personajes de todas las posiciones a sus tertulias en Radio 13; la seriedad incluso rígida de Carlos Aparicio en 790; la convocatoria frívola de Tere Vale a nombres de la política tradicional en ABC o el tenso esfuerzo de Enrique Lazcano en XEB, estación gubernamental, para darle algo de frescura a un noticiero inevitablemente oficial.

El panorama de la radio matutina está lleno de contrastes. Dos de los espacios de comentario político de mayor audiencia son conducidos por cómicos, el Payaso Brozo y Héctor Lechuga, ambos en Radio Fórmula. Completamente distinto es el tono y el contenido del programa diario, *Plaza Pública*, del periodista

Miguel Ángel Granados Chapa en Radio Universidad Nacional Autónoma de México.

Por la tarde, aunque con audiencias menores, la radio tiene opciones también conocidas, hacia las 13 y luego las 18 horas. En Radio Red transmiten Enrique Muñoz y Martín Espinosa. En Stereorey han ganado muy especial presencia Carmen Aristegui y Javier Solórzano, otros personajes de la televisión que han tenido fortuna en la radio y que, por la noche, conducen un interesante programa de actualidad informativa en el sistema de televisión de paga Multivisión. Nino Canún, que se hizo famoso en Televisa, ahora es crítico del sistema político en Radio Fórmula. Curiosamente, uno de los programas en donde se hacen los cuestionamientos más ácidos al gobierno, con denuncias muy precisas a cargo de grupos urbanos radicalizados, es *Voz Pública*, de Francisco Huerta, que luego de haber sido cancelado en varias estaciones comerciales terminó encontrando un espacio vespertino en Radio Educación, estación de la Secretaría de Educación Pública.

Sería harto extenso revisar los contenidos y estilos de cada programa y conductor. Pero es evidente que dentro de esa variedad de opciones, hay para casi todos los gustos en una fase de intensa polémica, con valores nuevos y otros no tan definidos, tan sólo en la radio matutina. Ya comentamos en el capítulo anterior el inusitado episodio que se produjo cuando, en marzo de 1995, varios conductores radiofónicos se negaron a transmitir las llamadas telefónicas de Carlos Salinas, que menos de cien días antes era Presidente de la República.

La radio está experimentando una suerte de introspección ante esa manera quizá excedida de asumir su

libertad y que, a tono con el contexto de murmuraciones y confusiones que ha existido en la vida pública mexicana, le ha llevado en numerosas ocasiones y espacios, a privilegiar el amarillismo antes que la búsqueda informativa.

Junto con ello, hay un proceso de reestructuraciones empresariales que tendrá dos consecuencias: por un lado, una nueva distribución de la propiedad de las estaciones de radio en el país, con la creación de nuevos grandes grupos y alianzas. Por otro, esos grupos empresariales manifiestan interés en incursionar en otras formas de comunicación. Los dueños de Stereorey desde 1989 tienen el sistema Multivisión, de televisión codificada que pretende expandirse en alianza con otros grupos latinoamericanos y que anunció para el verano de 1996 el inicio de transmisiones por el sistema Direct-TV. Los propietarios de Radio Programas de México (que incluye a Radio Red) se asociaron en 1995 con la Organización Radio Centro con el propósito de tener capital para un ambicioso proyecto de televisión. Así fue como crearon el Grupo Medcom, que incluiría la participación en un satélite de comunicaciones que conectaría a los usuarios a otro sistema de Televisión Directa. Proyectos como éstos, habían sido pospuestos debido a la crisis económica que, entre otras cosas, significó un drástico cambio en la paridad del peso respecto del dólar.

3. La televisión. Sobresale Televisa, pero ya no está sola

El gran motor, de la misma manera que el gran dique de la televisión mexicana, ha sido Televisa. Todavía a mediados de la última década del siglo, ese consorcio

mantiene la presencia predominante que gracias a la complacencia del gobierno construyó, y afianzó, desde que comenzaba la segunda mitad del siglo.

Con cuatro cadenas nacionales (encabezadas por los canales 2, 4, 5 y 9 de la Ciudad de México) Televisa, además de experiencia profesional, protección gubernamental y recursos financieros, tiene capacidad suficiente para equilibrar cualquier competencia. Cuando en 1992 el gobierno decidió poner a la venta a Televisión Azteca, la principal exigencia de los posibles compradores fue que las cadenas nacionales de los canales 7 y 13 se subastaran juntas, porque consideraban que de manera separada ninguna empresa podría competir, aunque fuese de manera modesta, con el virtual monopolio que ha ejercido Televisa. La red nacional del canal 7 constaba de 78 canales de televisión en todo el país y la del canal 13, de noventa.

EL DUEÑO DE LA NUEVA OPCIÓN: "MÉXICO NO PIENSA"

Así fue como, ya en 1993, el 18 de julio, el empresario Ricardo Salinas Pliego compró en 645 millones de dólares los activos y derechos de transmisión de Televisión Azteca. Tres años más tarde, no podía decirse que esa transacción hubiera significado la creación de un perfil nuevo en la televisión mexicana. Igual que cuando eran manejados por el gobierno, que nunca pudo precisar una idea peculiar de televisión estatal y menos pública, ya como propiedad de ese empresario el 7 y el 13 siguieron siendo malas copias de Televisa.

En lo que toca al manejo informativo y de opinión política, Azteca mantuvo el programa *TV nexos* y, dentro de sus noticieros, incorporó algunos puntos de vista

diversos de los oficiales, sobre todo en la cobertura de campañas políticas. Pero si bien, en ocasiones, esa empresa ha experimentado algunos intentos de renovación, éstos se han producido en un contexto definido por las convicciones del señor Salinas Pliego, que en una ocasión dijo: "México es un país que siente, que no piensa", al explicar que en sus canales de televisión las noticias y más aún la reflexión, importan poco.¹⁸

Pese a ello, los propietarios de Azteca designaron en 1995 como director de noticias a uno de sus comentaristas más ponderados, Sergio Sarmiento, que además es columnista en el diario *Reforma* y colaborador de varias publicaciones. Entre otras búsquedas de alianzas y apoyos, el 26 de julio de 1994 Televisión Azteca suscribió un convenio de colaboración con la National Broadcasting Corporation, NBC, fundamentalmente para el intercambio de material informativo. En 1995, el noticiario de Tom Brokaw comenzó a transmitirse por las noches, con traducción simultánea, en el canal 7, aunque esa experiencia no duró.

Televisa, por su parte, asumió la posibilidad de una nueva competencia por parte de Azteca, reforzando su estructura empresarial y, debido a la crisis económica en México, pospuso proyectos de expansión sin por ello perder su presencia internacional. En 1992 el dueño de Televisa, Emilio Azcárraga, volvió a ser copropietario de la cadena Univisión de los Estados Unidos, de

donde había sido desplazado seis años antes debido a una resolución judicial apoyada en la ley antimonopolios de ese país; el empresario mexicano compró, según la información hecha pública, el 25% de las acciones de Univisión. A partir de entonces, la programación de esa cadena en español apoyó a la de Televisa, y viceversa. Sin embargo el área de noticias de Univisión ha mantenido una autonomía, relativa pero real, incluso en asuntos delicados como la información de temas mexicanos.

Con el propósito de capitalizar su empresa, Azcárraga vendió las áreas relacionadas con la producción y distribución de video, pero tomó el control de segmentos como Televisa radio y en octubre de 1993, el consorcio colocó una pequeña parte de su capital en Wall Street. A fines de ese año, la colocación de acciones fue ampliada hasta alcanzar casi mil millones de dólares en varias plazas financieras que, según se dijo entonces, representaba el 10% del capital de la empresa.

En el otoño de 1994, Azcárraga quiso encabezar la compra de Tele 5 de España, pero dificultades financieras y políticas dificultaron, o al menos pospusieron esa operación. En noviembre de ese mismo año Cablevisión, una subsidiaria de Televisa, vendió a Teléfonos de México el 49% de sus acciones, estableciéndose así una importante alianza entre las dos empresas de comunicación más grandes en México. Esa compraventa fue cuestionada ante la Comisión Nacional de Competencia, que tiene la tarea de impedir la formación de monopolios, pero las quejas fueron desechadas en mayo de 1995. Un año más tarde, Televisa y Telmex mantenían conversaciones para que la empresa telefónica le comprara a su socia el resto del capital de Cablevisión,

¹⁸ "México no piensa: Salinas Pliego", en *semanario de política y cultura etcétera*, no. 72, México, 16 de junio de 1994. Esas declaraciones se produjeron en una reunión con corresponsales extranjeros, a la que asistió el autor de este libro. Allí, el dueño de Televisión Azteca estimaba que las elecciones presidenciales de 1994 las ganaría el candidato "que convenza los sentimientos de la gente a través de la televisión".

sistema que se mantendría con programación proporcionada por Televisa.

En contraposición con la búsqueda de pluralidad en la televisión, que era uno de los propósitos del gobierno para vender Azteca, el 30 de noviembre de 1993 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes autorizó la concesión, en beneficio de Televisa, de 62 nuevas frecuencias para transmitir por TV. Es decir, se le permitió a Televisa tener una nueva cadena nacional de televisión, que estaría encabezada por el canal 9 de la Ciudad de México. Esa decisión fue ampliamente criticada en los mundos político y académico, pero además también entre los hombres de negocios que habían querido, sin éxito, comprar los canales 13 y 7 y que luego no tuvieron oportunidad de competir por la compra de los otros nuevos 62 canales, distribuidos por todo el país. Si bien la legislación mexicana no establece que los canales otorgados en concesión a las empresas privadas deban tener un precio y aunque en otras ocasiones sus concesiones le habían salido gratis a Televisa, en esta ocasión el gobierno le cobró a ese consorcio 93 millones de dólares por el derecho a transmitir en esas 62 frecuencias.¹⁹

Es decir, en los años recientes y junto con las vicisitudes financieras que afectaron a todo el país, Televisa encontró una nueva pero inhábil competencia y, de todos modos, fue resarcida con la adjudicación de

¹⁹ Para antecedentes sobre ese consorcio, pueden consultarse nuestros libros colectivos *Televisa, el Quinto Poder* (Claves Latinoamericanas, México, 1985) y *Las Redes de Televisa* (Claves Latinoamericanas, México, 1988) así como los dos primeros capítulos de nuestro libro *La sociedad ausente. Comunicación, democracia y modernidad*, Cal y Arena, México, 1992.

cinco docenas de concesiones que le costaron 1.5 millones de dólares cada una. Podía ser considerado como un precio barato, en comparación con los 645 millones de dólares que pagó el grupo de Salinas Pliego por los 168 canales de televisión que constituían las dos redes nacionales de Televisión Azteca, es decir, 3.8 mdd por cada frecuencia. Por supuesto, ese precio incluía las instalaciones y estaciones repetidoras. Salinas Pliego consideró que le habían cobrado mucho más de lo pertinente. En junio de 1994, logró que la Secretaría de Hacienda le reembolsara aproximadamente 18 millones de dólares después de un nuevo avalúo de los bienes que había comprado. De todos modos, a Azcárraga su nueva cadena nacional le costó menos que a Salinas Pliego, las dos suyas.

Otras opciones en el panorama de la televisión mexicana han seguido siendo el canal 11 del Instituto Politécnico, cuya programación cultural se difunde en una docena de repetidoras en el país y las televisoras regionales que, propiedad de gobiernos estatales, existen en una veintena de entidades aunque sin continuidad y en una cada vez mayor precariedad (varias de esas emisoras locales, han sido vendidas a particulares).

En junio de 1993 inició sus transmisiones el Canal 22, también sostenido por el Estado y cuya creación se debió a la petición de un grupo de intelectuales y artistas que solicitaron una nueva estación cultural cuando el gobierno decidió vender Televisión Azteca, de la cual esa frecuencia formaba parte. La señal del 22, difundida a través de uno de los satélites de comunicaciones propiedad del Estado, podía ser "bajada" por antenas parabólicas en todo el país y así era incorporada a varios sistemas locales de cable. El contenido

especializado de esta emisora, no incluía espacios de información que no fuese cultural, ni de reflexión o análisis políticos.

Todo lo contrario pretendía ser un nuevo canal de propiedad privada, el 40. Esta nueva opción comenzó a transmitir en 1995 difundiendo la señal de *Telenoticias*, de la cadena Telemundo de Miami, y paulatinamente comenzó a tener una modesta producción propia sustentada en mesas redondas y reportajes sobre asuntos de actualidad política y social.

TELEvisa, AÚN CINCO O SEIS DE CADA DIEZ ESPECTADORES

Más oscuros que en el de por sí difícil caso de la radio, son los datos sobre las audiencias de la televisión mexicana. Las empresas de *ratings*, como ya apuntamos, no son confiables y de todas maneras, sus informaciones son confidenciales.

En febrero de 1995 y enero de 1996, el diario *Reforma* publicó los resultados de dos encuestas sobre consumo cultural en el Valle de México. De allí surgieron los siguientes datos que no dan cuenta del auditorio por programas ni en horarios específicos, sino de preferencias generales. En tal información, en todo caso, es evidente la preeminencia del llamado Canal de las Estrellas. Pero también puede advertirse que Televisa ya no tiene el monopolio de las preferencias mayoritarias. El tercer lugar asignado a Canal 13, con una respuesta favorable del 12%, es indicativo de posibles tendencias de cambio que sin embargo serían lentas (en ambos años, los entrevistados dieron el mismo porcentaje al canal cardinal de TV Azteca). Hay que tener en cuenta, que estos datos son sólo de la Ciudad de

México y alrededores, de tal manera que no involucran a los públicos del interior del país en donde la presencia de Televisa —entre otros motivos porque ocurre en un panorama de menor competencia— es presumiblemente mayor.

En estas dos encuestas pareciera que, si bien con variaciones susceptibles de mayor explicación, la presencia de los canales de Televisa, siendo hegemónica, se complementa con opciones nuevas. Los canales 40 y 22, a pesar de su juventud, tienen pequeñas porciones de audiencia que los considera como la mejor, aunque también han ganado descalificaciones. La falta de la variable “ninguno” en la primera encuesta, implicó una distorsión que aparentemente abultó los porcentajes para los canales de mayor audiencia. En todo caso, éste puede tomarse como un ejercicio representativo de tendencias en el aún desigual pero ahora diverso panorama de la televisión mexicana.

4. El gobierno y las normas. Lenta ruta de cambios y ajustes

El Estado mexicano ha tenido, en los medios de comunicación de masas, una fuente de consensos habitualmente incondicional. No es exagerado decir que, tanto como el PRI, ya en la segunda mitad de este siglo la legitimación del poder político pudo descansar en la televisión, así como en otros medios. Todo ello, igual que tantas cosas en el país, comenzó a cambiar y de allí las novedades que se describen en este capítulo.

En los años recientes, el gobierno ha tenido en los medios interlocutores, en lugar de simplemente

Preferencias televisivas en el D.F. y zona metropolitana

¿QUE CANAL ES SU FAVORITO?			¿QUE CANAL LE DISGUSTA MAS?		
	1994	1995		1994	1995
2	39%	31%	4	28%	8%
5	18	20	2	24	20
13	12	12	11	10	8
7	9	6	5	8	6
4	6	4	9	8	7
11	6	6	7	7	5
9	5	5	13	7	6
22	2	2	22	2	1
40	0	1	40	0	2
otros	3	3	otros	6	1
ninguno	0	10	ninguno	0	36

Fuentes: "La TV: Un medio cultural cuasiúnico" y "Televisión, sí, aún hay más", encuestas entre habitantes del D.F. y municipios conurbados, mayores de 15 años, realizadas entre noviembre y diciembre de 1994 y en diciembre de 1995, por el Equipo de Investigación de *Reforma*, coordinado por Rafael Giménez, *Reforma*, 14 de febrero de 1995 y 22 de enero de 1996.

subordinados, como era costumbre. Se mantienen fuertes vínculos de dependencia entre los medios y el Estado, pero comienzan a construirse nuevas formas de equilibrio, todavía insuficientemente sólidas. En el caso de la prensa, el gobierno tiene en su favor el enorme interés de los editores para contar con la publicidad oficial. En los medios electrónicos, la existencia de una legislación que establece restricciones que, gracias a

autorizaciones que da el gobierno, dejan de cumplirse, mantiene una forzada pero constatable relación de beneficio mutuo.²⁰

La normatividad que existe para los medios en México, es atrasada tanto política como tecnológicamente. La Ley de Imprenta, que data de 1917, está impregnada de un moralismo tan conservador que, si se cumpliera, centenares de revistas y periódicos no podrían circular.²¹ La Ley de Radio y Televisión, de 1960, no toma en cuenta novedades tecnológicas como el video, el cable y las parabólicas —modalidades de transmisión que, entonces, son reguladas por otras legislaciones— y confiere al gobierno grandes atribuciones para revisar y censurar la programación de esos medios, así como para autorizar las concesiones para transmitir señales.

Por lo que toca al gobierno, en los primeros meses de la gestión del Presidente Ernesto Zedillo se emprendieron innovaciones simbólicas pero que han tenido amplia repercusión pública, especialmente la realización de conferencias de prensa presidenciales que inicialmente fueron anunciadas para realizarse cada mes.

²⁰ Por ejemplo: la Ley Federal de Radio y Televisión prohíbe la transmisión de anuncios comerciales de bebidas alcohólicas antes de las diez de la noche, pero a todas las estaciones les conviene no cumplir con esa disposición; así lo hacen, merced a una autorización de la Dirección de Radiu, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación. Pero a cambio de ello, no pueden regatearle favores y servicios políticos al gobierno. Esta situación posiblemente comienza a modificarse.

²¹ Por ejemplo, el Artículo 2º de esa Ley considera como "ataque a la moral", y entonces motivo para impedir su circulación, a los escritos o imágenes de cualquier índole "de carácter obsceno o que representen actos lúbricos".

Al mismo tiempo, dentro de la administración pública se ha discutido si sería pertinente o no conservar los medios de comunicación de propiedad estatal, entre los que destacan los canales 11 y 22 de televisión, las estaciones del Instituto Mexicano de la Radio, la Agencia de Noticias Notimex y el periódico *El Nacional*. Estos medios, en todo caso, no siempre obedecen a una coordinación común, de tal suerte que no puede decirse que haya una política homogénea de comunicación social por parte del gobierno.

Por otro lado, la carencia de reglas que permitan alguna forma de escrutinio social sobre los medios de comunicación, cuya supervisión formal hasta ahora es exclusivamente del gobierno, ha sido argumento de los partidos políticos (incluso, en ocasiones, el PRI), así como de grupos profesionales y académicos, para demandar la reglamentación del artículo 6º de la Constitución mexicana que se refiere al derecho a la información, pero que no cuenta con un cuerpo de normas que lo hagan cumplible. En junio y julio de 1995 la Cámara de Diputados organizó una consulta sobre las leyes de la comunicación social. Algunos de sus resultados y perspectivas iniciales, se comentan en el capítulo III de este libro.

5. Nuevos rasgos. Mercado incipiente, sociedad trastornada

Las elecciones de 1994 fueron uno de los momentos en que los medios estuvieron a prueba, no sólo por parte de la sociedad sino entre ellos mismos. Pocos meses antes, en enero, la rebelión del Ejército Zapatista de Liberación Nacional había sido cubierta con

gran confusión en los medios, de México y de otros sitios del mundo, tanto por la falta de censura explícita como por su propia falta de preparación ante un conflicto de esa índole, en este país. A partir de entonces y durante ya dos años y medio, los medios mexicanos han ofrecido una visión del país que destaca la zozobra, la incredulidad y la descomposición en la sociedad y en las percepciones que ésta tiene del poder político.

Sin lugar a dudas, han ocurrido numerosas cosas muy graves. Entre otras, la terrible crisis económica que ha paralizado a la planta productiva pero sobre todo ha descuartizado las expectativas de la sociedad, y la descomposición que se advierte en un poder político escindido por los tráfico de influencias, la demolición de referencias ideológicas y el pragmatismo sin principios en importantes segmentos de la clase gobernante. Los medios han sido espejos de esas situaciones graves, pero con frecuencia, además, han contribuido al empeoramiento de los asuntos de los cuales se ocupan. El capítulo anterior abunda en ejemplos al respecto.

Los medios mismos, están en una situación de tránsito. Ya no padecen las viejas riendas y reglas, pero en la búsqueda de nuevas pautas experimentan una confusión inédita.

De manera sintética podemos considerar, a la luz de esas y algunas otras experiencias recientes, que hoy en día el panorama de los medios en México presenta, entre otras, las siguientes singularidades.

A) Competitividad creciente, pero insuficiente. Las reglas del mercado comienzan a determinar la presencia social de cada medio, en una situación en donde cada empresa de comunicación ahora tiene que mejorar sus contenidos, para participar en la competencia

por los públicos. Pero ésta es apenas una tendencia, que está en sus inicios.

B) Hay una situación dual: por un lado, persiste el viejo sistema de conveniencias que compromete a medios y comunicadores con el poder político tradicional, no sólo por las ventajas económicas y la influencia pública que pueden estar involucradas. Además hay convicciones, o concepciones del país, compartidas por los operadores más tradicionales en los medios y la vieja clase política.

C) Pero al mismo tiempo, existe una creciente actitud para hacer periodismo de investigación, ir más allá del boletín y la inserción pagada y, así, ofrecer informaciones menos anodinas, por parte de periodistas casi siempre jóvenes, con formación universitaria y en empresas de comunicación que entran cada vez más de lleno a esa disputa por los auditorios.

D) Sin embargo, tanto en los medios acartonados en el viejo estilo, como también dentro de aquellos en donde se aprecia alguna vocación renovadora, han existido actitudes de mimetización al panorama de desconfianza que se extendió en la sociedad desde fines de 1994. El rumor y no la noticia, el amarillismo y no el profesionalismo, han abundado en medios de todas las filiaciones ideológicas. Para numerosos medios, participar por la disputa de los auditorios en el contexto de un nuevo mercado de la información, ha significado orientarse por el escándalo e incluso la publicación de informaciones falsas, exageradas o distorsionadas. Venden más, pero contribuyen a la ya notable turbación de la sociedad.

E) Tenemos, en la prensa, muchos medios para pocos públicos. Centenares de diarios y revistas que apenas llegan a unos cuantos millares de lectores cada

uno, representan en la prensa escrita un panorama de desajuste entre los costos de edición y la poca gana de la sociedad para ser lectora consuetudinaria.

F) La contraparte es, en la televisión, la presencia de pocas opciones que no llegan a constituir contrastes significativos entre sí, para públicos muy amplios, que con frecuencia no tienen otra fuente de información. El modelo Televisa sigue imperando aunque, por primera vez en cuarenta años, comienzan a existir otras opciones, locales y nacionales.

G) En este tránsito, no hay aún condiciones para que, en todos los casos, rijan las leyes del mercado. La publicidad, tanto gubernamental como comercial, sigue siendo definida a partir de datos de audiencias falsos, o por otro tipo de consideraciones, pero sin atender necesariamente a la presencia real de cada medio de comunicación. En el campo de la prensa, hay medidas de liberalización importantes como la posibilidad de comprar papel de importación (la PIPSA ya no es monopolio) pero se conservan barreras como las que hay en la distribución callejera de diarios y revistas que en la Ciudad de México sólo se realiza a través de la Unión de Voceadores, salvo en el ya mencionado caso del diario *Reforma*.

H) La comunicación electrónica sigue siendo privilegio de unos cuantos. Las concesiones para transmitir por radio y televisión continúan siendo otorgadas de manera discrecional, sin explicaciones ni justificaciones, por parte del Gobierno Federal. Una de las principales exigencias de los sectores sociales y políticos que han presentado proposiciones para reformar la legislación para los medios, ha sido la creación de un espacio colegiado en donde no sólo el gobierno, sino también miembros del Congreso y quizá del mundo

profesional, empresarial y académico, definan a quiénes y en qué términos se otorgan las concesiones para usufructuar frecuencias de radio y televisión. Por ejemplo, un esquema de asignación de concesiones como los consejos que hay en varios países de Europa Occidental o, con variantes, la Comisión Federal de Comunicaciones de los Estados Unidos.

1) Hay una nueva libertad de expresión, ejercida con más amplitud que en el pasado, aunque no sin dificultades. Más que del gobierno, las taxativas para ese ejercicio suelen surgir de los propietarios de las empresas de comunicación. En los años recientes, en la radio de la Ciudad de México ocurrieron despidos y suspensiones de periodistas, conductores de programas de análisis y comentaristas, que en la mayoría de los casos perdieron su empleo, o fueron removidos a otros horarios u otras frecuencias. Todo ello, no fue como resultado de exigencias específicas del gobierno —como se creyó en varios casos— sino debido a decisiones de los dueños de esas emisoras.

6. Medios: espacios democráticos y propagadores de confusiones

En pocos meses los medios de comunicación de masas, que se habían convertido en jueces de la vida pública mexicana, pasaron a ser acusados de algunas de las distorsiones y descomposturas políticas que hay en el país. No es que la conciencia crítica, la acuciosidad profesional o la obsesión denunciatoria hubiera singularizado antes a los medios mexicanos. Al contrario, muchos de ellos han mantenido las mismas inercias que durante largas y aburridas décadas los convirtieron,

más que en espejos o contrapartes, en amplificadores del poder político. Pero en una sociedad con espacios de organización y expresión tan precariamente desarrollados como sigue siendo la mexicana, el hecho de que en algunos medios se asumieran posiciones menos complacientes llamó poderosamente la atención de la clase política y de los sectores más atentos de esa misma sociedad.

El desamodorramiento de algunos medios, fue una de las novedades que acompañó al proceso social y político mexicano al comenzar esta década de los años noventa. Una precaria pero consistente discusión política se hizo presente en las páginas de algunos diarios y en espacios acotados, pero sintonizables, en la radio.

La crítica al poder político fue severa como nunca antes, al menos en esta mitad del siglo. Dejaron de existir tabúes para la prensa. Incluso la figura presidencial, tan tradicionalmente intocada, comenzó a ser motivo no sólo de fuertes cuestionamientos en los artículos de fondo escritos por dirigentes de la oposición política, sino que además —y luego especialmente— en las caricaturas de diarios de casi todas las tendencias.

Pero la crítica ácida no basta. Los medios que la han practicado, en ocasiones se han solazado tanto en ella que no hacen más que reproducirla, a veces con más adjetivos que argumentos. Sintonizados con el clima de desconfianza que ha recorrido al país en todo lo que va de 1995, muchos de los medios críticos, o que con tal actitud querían manifestar un perfil distante de las posiciones oficiales, terminaron por alimentar ese panorama de rumores, confusiones y desinformaciones. Ha podido decirse: "Tenemos, así, que en el último año los «más informados» fueron frecuentemente quienes

más desinformaron; los medios «más oportunos» se convirtieron en los más irresponsables; los «más comprometidos» fueron los menos profesionales; los «más independientes» los más entregados a los intereses del mercado». ²² Hay una descomposición de la política mexicana, manifestada en los conflictos dentro de las élites tradicionalmente unidas en acuerdos fundamentales y ahora con frecuencia desgarradas en fuertes conflictos. Esa situación se reproduce en una sociedad que cada vez desconfía más de todo, en uno de los momentos de mayor turbación pública que México haya conocido.

Hemos arribado a una situación de desconcierto, en donde los afanes mercantiles diluyen, cuando los hay, a los parámetros éticos y en donde la competencia entre los medios no suele ser por consolidar audiencias en el conjunto de la sociedad, sino por recibir la anuencia del mundo político escindido por numerosas tensiones, rivalidades y murmuraciones. La descomposición que existe en la clase política tradicional y que se traduce en tensiones en todos los partidos, indecisiones en el gobierno y exigencias insatisfechas en la sociedad, ha llegado también a los medios de comunicación que en ocasiones reproducen mecánicamente, cuando no magnifican, esos signos. No queremos decir que esa es la constante en todos los medios. Pero sí es el rasgo más notorio en un panorama en donde, durante muy largo tiempo, no pasaba nada con los medios de comunicación en México.

²² Ariel González Jiménez, "Democracia e información", en *semanario de política y cultura etcétera*, no. 123, México, 8 de junio de 1995.

Tenemos, se ha dicho, una suerte de "paparazización" de la política nacional ²³ que no obedece sólo al afán efectista de los medios, pero que encuentra en ellos su principal elemento propagador y amplificador. Así ha sido como los excesos de varios de los medios más notoriamente emancipados de rutinas y tradiciones, han constituido el tema fundamental en la situación de la comunicación mexicana al llegar a la mitad de la década.

El escándalo como ingrediente substancial de la información política y pública, es una realidad en los medios de numerosos países en todo el mundo. La diferencia, en México, es que ello ocurre cuando los medios, de la misma forma que la sociedad, apenas comienzan a madurar. Entre otras consecuencias, eso significa que los ciudadanos —e incluso el poder político, en algunos casos— no cuentan con elementos para defenderse de las versiones parciales, o calumniosas, que los medios llegan a propalar. El de la ética y la comunicación, es un tema que apenas, y no sin dificultades, comienza a tener presencia en la sociedad y en los medios en México. Allí hay, sin embargo, una posibilidad muy destacada para que los medios emprendan un ejercicio de autoevaluación. Lo mismo, el debate sobre asuntos de la ética y la comunicación permitirá que la sociedad tenga parámetros, surgidos de los medios mismos, en los cuales pueda ubicar la información que recibe.

Desorientación y descomposición: una de las dos, o ambas, han sido pautas en el comportamiento reciente de medios de comunicación antaño rigurosamente

²³ Jaime Ramírez Garrido, "Intimidación y libertad", en *semanario de política y cultura etcétera*, no. 122, México, 1 de junio de 1995.

institucionales. Los medios son hoy más exigentes que nunca con el poder político y esa actitud indudablemente puede ser un ingrediente de la nueva democracia mexicana, pero sólo en la medida en que, de forma correlativa, los medios sean exigentes con ellos mismos.

III

De la crítica a la ética. El nuevo contrato público

—¿Sabes la diferencia entre Dios y un periodista?

—No, claro.

—Pues que Dios sabe que no es periodista.¹

¿Q

ué les pasa a los medios? ¿Se consideran más allá de los poderes? ¿Se han ensoberbecido ante su enorme influencia? O, al contrario, ¿han llegado a tal realismo que se reconocen por encima de la sociedad y de cualquier entrega de cuentas? Por dondequiera, pueden hallarse muestras de la actuación de medios de comunicación irresponsables. En Inglaterra publican conversaciones íntimas de la familia real, en Estados Unidos la deificación de la violencia es cotidiana, en México el sensacionalismo cabalga sobre la nueva

¹ Contado por Juan Cruz en "Dios sabe que no es periodista", en *El País*, Madrid, 23 de diciembre de 1993.

libertad de la prensa, en Francia un ex primer ministro se suicida ante el acoso de los medios. Jean Daniel, el agudo director del *Nouvel Observateur*, se levantaba hace no mucho contra los falsos asombros y contraba

una peculiar mojigatería en escudarse en la defensa de la libertad de prensa cada vez que alguien de fuera pretende poner en cuestión nuestro oficio. ¿Desde cuándo se supone que estamos, por supuesto que no por encima de las leyes —a nadie se le ocurre— pero sí de las costumbres, de los códigos, de la decencia, de la ética colectiva o íntima?

para luego considerar que la muerte de Pierre Bergovoy pudo haberse debido, en parte, al funcionamiento de los medios de comunicación.²

El auge de los medios en la vida de todos nosotros y también como instituciones fundadoras de nuevos mecanismos de legitimación, regulación o convivencia sociales, parece evidente. Sin embargo resulta curioso cómo los medios de comunicación de masas, que son tan agresivos para examinar el desempeño del resto de los actores sociales y políticos, no lo son con ellos mismos. Menos aún, existen pautas para evaluar sus efectos más allá de asuntos circunstanciales.

COMPLACENCIA CON ELLOS MISMOS

Profundamente críticos, pues a su actitud inquisitiva y reflexiva deben su prestigio y en ella tienen una de sus

principales utilidades para la sociedad, los medios de comunicación de masas no siempre son, consigo mismos, autocríticos. En todos lados, se echa de menos una conducta cuestionadora respecto de su propio funcionamiento, así como lo son respecto del resto de las instituciones o figuras públicas, por parte de la televisión y la radio, así como también por amplios segmentos de la prensa.

Conforme es mayor su capacidad para propagar informaciones, los medios, evidentemente, logran más influencia social. Pero no necesariamente han tenido contrapesos capaces de frenar la presencia a veces desmedida que llegan a alcanzar en nuestras sociedades. En todo el mundo, al menos en el que conocemos como mundo occidental, la discusión sobre el marco legal de los medios se ha encontrado a la orden del día desde fines de la década de los años ochenta y ya entrado el último decenio de siglo.

En algunas naciones, el debate principal se ubica en torno al régimen legal que habrán de tener los medios electrónicos, que habiendo sido de propiedad fundamentalmente estatal, ahora se han abierto al desafío de la privatización. Así sucede, especialmente, en países europeos como Italia, Francia, Gran Bretaña y España. En otros casos los medios, sobre todo electrónicos, han permanecido en manos privadas, salvo excepciones en las que se ha desarrollado una presencia estatal minoritaria y que incluso se ha encontrado en vías de ser cancelada. Ese fue el caso de México.³ Pero en todas las discusiones sobre el régimen legal de los medios,

² Jean Daniel, *El País*, Madrid, 17 de mayo de 1993.

³ La televisión del Estado, organizada en torno a las cadenas nacionales de los canales 7 y 13, fue vendida en julio de 1993. De esa manera, todas las redes de alcance nacional quedaron en

aparte de la regulación de sus formas de propiedad tiende a estar presente un elemento que no siempre puede resolverse con legislaciones nuevas o más exigentes. Se trata de la responsabilidad social —y así política, y cultural, e incluso moral— de los medios de información y de los informadores que trabajan para ellos. En este último capítulo, se ofrece un recuento, de ninguna manera exhaustivo, en torno a experiencias de distintos países en la búsqueda para tener marcos normativos del comportamiento profesional de los informadores. Se destaca el establecimiento de Códigos de Ética, como una de las modalidades que mejor propician la responsabilidad mutua, entre propietarios, trabajadores y públicos de los medios, así como entre éstos y las autoridades e instituciones estatales. Por último, se mencionan brevemente algunas experiencias mexicanas en el intento para arribar a formas de regulación y sobre todo, precisión de las obligaciones profesionales de los informadores.

Este es, como se muestra en las páginas siguientes, un largo recorrido que la prensa del mundo —y tardíamente, la de México— han seguido para retornar a lo obvio: la responsabilidad, el respeto a los públicos, los frenos a la excesiva jactancia. La gracejada con la que comienza este capítulo no despertaría sonrisas en las redacciones si no tuviera algún asidero en la realidad.

manos privadas. El Estado mexicano conservó únicamente el canal 11 de televisión en el área del Distrito Federal y algunas frecuencias de menor cobertura, como el nuevo Canal 22, de índole cultural. En algunos estados del país existen sistemas de televisión (y/o radio) locales, propiedad de gobiernos de las entidades federativas.

1. Moralidad, sentido común y el Código de la ONU de 1952

La libertad, la igualdad, la resistencia a la opresión y, a partir de ellas, la libertad de opinión y publicación, han sido pilares de las prácticas periodísticas y de la relación entre los medios y la sociedad y el Estado, desde tiempos decimonónicos, e incluso antes. Sin tener precisiones en un ordenamiento específico, tales aspiraciones han formado parte de un cuerpo de ideas orientador y, si bien no siempre cumplido, entendido de manera tácita como marco general. Al respecto, Federico Campbell ha escrito que:

A través del tiempo, a lo largo de los dos últimos siglos en que se ha venido practicando el periodismo —primero de forma rudimentaria, luego de manera industrial desde mediados del siglo XIX—, se ha venido estableciendo en la práctica un código no escrito, reflejo de incipientes pero elementales ideas democráticas que tuvieron su origen tanto en *The Bill of Rights* (1689) como en la Revolución francesa y la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano (1789)...⁴

El célebre Reporte McBride sobre la comunicación internacional y sus desigualdades —que ha constituido el intento más acabado para lograr una visión panorámica de los medios desde un punto de vista que, haciéndose cargo de sus implicaciones económicas y empresariales, busque enfatizar también sus consecuencias culturales

⁴ Federico Campbell, "Deontología periodística", en *La Jornada Semanal*, México, 7 de junio de 1992.

en el contexto de la disparidad dentro y entre las naciones— señalaba que:

Las normas éticas empezaron a codificarse en los años veinte; ahora, cerca de sesenta países de todo el mundo han adoptado códigos de alcance variable que con frecuencia han sido aceptados por los propios profesionales. Las normas de conducta definidas son en general universales —libertad de acceso a las fuentes de información, objetividad, la obligación de abstenerse de calumniar, entre otras—, pero a menudo se expresan en términos vagos, a veces ambiguos. Por otra parte, pocos códigos contienen principios que gobiernen los deberes y las responsabilidades de los periodistas hacia la comunidad internacional, o los demás países.⁵

El 14 de marzo de 1952, después de tres años de trabajo, la Subcomisión sobre la Libertad de Información y de la Prensa, de la Comisión de Derechos Humanos de la ONU, aprobó —por siete votos a favor y con las abstenciones de Estados Unidos, el Reino Unido y la URSS— un proyecto de *Código Internacional de Ética Periodística* en donde se reconoce a la libertad de información como derecho fundamental y piedra de toque de todas las libertades consagradas en la Carta de las Naciones Unidas y en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Esa libertad, se dice, estará mejor garantizada si los trabajadores de los medios “se

esfuerzan por tener el más alto sentido de responsabilidad, y se hallan profundamente compenetrados en las obligaciones morales, de ser verídico y de buscar la verdad en el relato, en la explicación y en la interpretación de los hechos”.⁶ Esa identificación entre libertad de información y responsabilidad de los informadores, tiende a volverse frecuente cuando se buscan garantías para la primera, o cuando se discuten obligaciones de los segundos. De allí resulta una tensión permanente que ninguna disposición coercitiva, independientemente de su pertinencia o no, puede resolver: los medios de difusión de masas tienen tal alcance, con tales repercusiones sociales, que no basta con penalizar los abusos en su funcionamiento o en el diseño y transmisión de los mensajes que ofrecen. Es preciso reconocer el papel social de los medios, y entonces de quienes trabajan en ellos, para advertir también que por esa importancia, es necesario que los informadores cuenten con pautas que, más allá de la necesidad de evitar castigos penales, permitan que su desempeño esté orientado por reglas asumidas como compromiso profesional.

El Código de 1952 de la Comisión de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, tiene cinco artículos. El primero, establece que el personal de prensa y de información, debe hacer “todo lo que esté a su alcance por asegurarse de que la información que reciba el público sea exacta en cuanto a los hechos” y debe comprobar sus fuentes. El segundo artículo, considera como no compatibles con una conducta profesional la “búsqueda de ventajas personales y la promoción de

⁵ Sean McBride y otros, *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, traducción de Eduardo L. Suárez de la edición abreviada en inglés de 1984, Fondo de Cultura Económica, México, 1988, p. 199.

⁶ El Código de la Comisión de Derechos Humanos de la ONU, es citado por José Martínez de Souza, en *Diccionario general del periodismo*, Paraninfo, Madrid, 1981, p. 73.

intereses privados contrarios al bienestar general" y condena como delitos profesionales la calumnia, la difamación, el libelo deliberado, las acusaciones infundadas y el plagio. "Toda información publicada que resulta ser perjudicialmente inexacta debe ser rectificada en forma espontánea e inmediata" y los rumores y noticias no confirmadas deben ser indicados y tratados como tales.

El tercer artículo sugiere que sólo sean asignadas, por el personal de prensa e información, tareas compatibles con la integridad y dignidad de la profesión y que quienes publiquen una información asuman la completa responsabilidad por ella, a menos que en su momento la hayan rechazado explícitamente. También se dice que: "Debe respetarse la reputación de los individuos y no deben publicarse informaciones ni comentarios sobre su vida privada que puedan ser perjudiciales a dicha reputación, a menos que sean de utilidad pública, distinguiendo esta última de la curiosidad pública". Otro apartado, reconoce la discreción sobre las fuentes de información.

El artículo cuarto del Código de la ONU, muy a tono con el momento de postguerra que se vivía al comenzar la segunda mitad del siglo, señala que: "Quienes relatan y comentan acontecimientos relativos a un país enemigo, tienen el deber de adquirir los conocimientos necesarios de dicho país que les permitan relatarlos y comentarlos exacta y correctamente". El último artículo, especifica que el Código no se sustenta en ningún gobierno sino en la responsabilidad ética de los informadores, de tal manera que la intervención gubernamental con el pretexto de hacer observar las obligaciones morales allí establecidas, sería considerada como injustificada.

PRENSA DE GERENTES Y PRENSA DE PERIODISTAS

Los parámetros que estableció la ONU cuando comenzaba la segunda mitad de este siglo, eran pertinentes en aquel momento y lo siguen siendo ahora. De hecho, pueden ser considerados como pioneros de una preocupación que se ha mantenido y ampliado. Si los criterios de verificabilidad informativa, escrupulosidad profesional y respeto a los individuos que, entre otros, sugería la Comisión de Derechos Humanos hubiesen sido tomados como pautas de comportamiento por los medios, hoy en día no tendríamos el panorama de confusiones y excesos que, en buena medida, configura la relación entre los espacios de comunicación y las sociedades contemporáneas.

Cualquier intento de autorregulación de los medios, se beneficiaría de aquellas normas de la ONU que pronto cumplirán media centuria. Además, sería preciso actualizarlas, a la luz de las realidades de los medios actuales. El papel social de la comunicación, hoy es evidente que se encuentra matizado por los intereses empresariales y políticos de los medios.

En los años cincuenta y sesenta, sobre todo en las naciones occidentales de mayor desarrollo económico, la presencia pública de los medios era asociada a funciones de servicio colectivo y no era frecuente que se les impugnaran transgresiones éticas, profesionales o legales. Hoy en día, el crecimiento que en todos los sentidos ha experimentado la influencia de los medios, junto con el debilitamiento de otros espacios de acción pública, haría más importante la creación de pautas lo mismo estrictamente legales que, más allá de ellas, de autoverificación ética. Más aún: la diferencia que podía apreciarse entre una prensa escrita fundamentalmente dedicada a

la información y la reflexión y los medios electrónicos destinados al esparcimiento y a la cultura *light*, está cambiando pero no de la manera más edificante. La prensa, ha tendido a ser cada vez más trivial, en parte porque así compite de manera más directa con la televisión pero también, posiblemente, porque los lectores —formados en y ante los medios electrónicos— llegan a pedir menos texto y más ilustración y condensación.

A comienzos de los años noventa, el periodista James D. Squires, antiguo editor del *Chicago Tribune*, pudo escribir que:

Durante la última década, la cultura de la prensa ha cambiado de ser una institución dedicada a la educación del público a ser como su rival, la televisión, la cual está dedicada a entretener a los consumidores para tener una ganancia. Al mismo tiempo, los nuevos propietarios corporativos de la prensa han relevado a los periodistas profesionales, con experiencia y entrenados, cuyo objetivo era ser reconocidos por un periodismo de calidad, de la responsabilidad del contenido de las "noticias", el cual han puesto en las manos de gerentes de negocios con experiencia y entrenados, cuya meta es ser reconocidos como exitosos gerentes de empresa. Y debido a los dramáticos avances en la tecnología, la evaluación al desempeño de esas "noticias" ocurre en un mundo en donde las organizaciones que acumulan y distribuyen información tienen una crecientemente expandida habilidad para enfocar la atención nacional y mundial de manera instantánea sobre un solo asunto o acontecimiento. Irónicamente, la decadencia de los valores periodísticos ha ocurrido precisamente cuando la naturaleza específica de la tecnología de las comunicaciones

modernas —la transmisión instantánea de fotografías digitalizadas por satélite y cable directamente hacia las pantallas de los televisores— ha permitido que los medios informativos sean capaces de hacer mejor periodismo que nunca.⁷

Cuando buscan el rédito financiero fácil por encima de la responsabilidad pública, los medios no parecen tener freno. La trivialización de temas *serios* y la introducción en las vidas personales de personajes públicos, no ocurrirían si no hubiera espectadores para todo ello. Y viceversa, si los hay es porque los medios despliegan una oferta de mensajes de esa índole. Pero no puede decirse que haya una relación invariablemente mecánica entre el interés sensacionalista de los medios y las reacciones sorprendidas del público. Hay escándalos mayores por asuntos aparentemente menores y viceversa. Un periodista neoyorquino, al revisar varios casos de alboroto mediático en los años noventa, encontraba que las faltas legalmente pequeñas e incluso las acusaciones infundadas, llegaban a conmover a los televidentes y lectores más que los problemas que llegan a poner en riesgo al sistema político:

La respuesta a la pregunta "¿cuáles escándalos cautivarán al público y por qué?", es misteriosa y aparentemente impredecible. Las transgresiones relativamente menores, como aquellas asociadas con cuentas sobregiradas en el banco del Congreso, pueden enfurecer al público, en tanto que deformar aquello que desafía al corazón del

⁷ James D. Squires, *Read All about It! The Corporate Takeover of America's Newspapers*, Times Books, Random House, Nueva York, 1994, p. 211.

gobierno constitucional (como el asunto Irán-contra) puede irritar sólo a los columnistas y a los profesores de civismo.⁸

No hay recetas, o en todo caso las reacciones del público (mejor dicho: de los públicos porque a ese respecto es preciso referirse en plural) llegan a ser cambiantes, impredecibles o veleidosas. El ascendiente de intereses empresariales sobre los estrictamente profesionales y la espectacularización de las noticias —para que sean antes que nada entretenimiento— contribuye a poner a la orden del día el tema de la ética en los medios. Todavía hay quienes insisten en que la mejor (y casi única) manera para que los medios y sus operadores sean responsables, consiste en atender a pautas de comportamiento personales, que serán los públicos de cada medio quienes reconozcan o descalifiquen.⁹ Otras tendencias, más modernas, reconocen que los medios pueden (y algunos consideramos que *deben*) tener catálogos de principios profesionales a partir de los cuales los periodistas orienten sus decisiones en cada paso del proceso informativo, desde la selección de un tema noticioso o editorial, hasta la manera como una nota ha de ser presentada. Eso valdría lo mismo para el periodismo impreso, que electrónico.

⁸ David E. Rosenbaum, "Whatevergate. The mysterious chemistry that turns whiff to stench", en *The New York Times*, Nueva York, 13 de marzo de 1994.

⁹ El periodista mexicano Héctor Dávalos H., adversario de la regulación de los medios, ha citado al colega argentino Ricardo E. Trotti quien recomienda: "La única forma de ser buen periodista es tratando de ser mejor persona". Citado en "Comparecencia de los medios de comunicación ante la crítica", en *Novedades*, México, 6 de octubre de 1994.

2. Privacidad. El lindero entre la indiscreción y la información

Entre las transgresiones éticas más frecuentes —y más sabrosas, considerarán ciertos lectores de la prensa sensacionalista— está la intromisión de los medios en los asuntos personales de las mujeres y los hombres que desempeñan actividades de relevancia o responsabilidad públicas. Ejemplos de ello, han sido significativamente abundantes, sobre todo en los años noventa.

Uno de los sitios en donde más preocupaciones se han expresado sobre el quebrantamiento de la privacidad, ha sido la Gran Bretaña. Allí, la continua incursión de los medios en la vida privada de los gobernantes ha intensificado los intentos para que existan reglas de conducta, lo mismo para salvaguardar derechos individuales que para propiciar una información sustentada en hechos y no en chismes. Tales medidas y propuestas, si bien incipientes, demuestran una profunda preocupación no sólo del mundo político (cuyos principales integrantes querrían defender sus propios intereses e intimidad personales) sino de sectores más amplios, por la actuación de los medios escandalosos. Sin embargo, la proliferación de noticias sobre la vida privada de personajes británicos, especialmente los miembros de la familia real, ha sido mayor que cualquier intento para regular informaciones amarillistas y, sobre todo, no siempre verificables. Durante 1992 las habillitas sobre la familia de la reina Isabel II eran disputadas por medios de información de todas las latitudes y de todas las calidades profesionales: la separación del príncipe Andrés de la duquesa de York, Lady Ferguson (mejor conocida como *Fergie*) quien fue fotografiada

desnuda, las biografías escritas por gente supuestamente allegada a la princesa Diana y las versiones sobre el distanciamiento primero y el divorcio luego entre ella y el príncipe Carlos de Gales. Ya en 1993, el escándalo de invierno fue la publicación de una charla íntima —muy íntima— reproducida por *The Sunday Mirror*, que el príncipe Carlos y su amiga Camila Parker Bowles habían sostenido en diciembre de 1989.¹⁰ Así, simplemente, no se puede vivir, consideraban los personajes públicos, acosados en su vida personal, en la Gran Bretaña.

La princesa Diana ha sido uno de los personajes más fotografiados en la historia de la humanidad. Cuando sale de compras, cuando tiene pareja, cuando no la tiene, cuando hace ejercicio, cuando dormita... no hay momento de su vida que los tabloides británicos no hayan querido registrar. A fines de 1993, un fotógrafo logró eludir la seguridad que rodeaba a la princesa —para entonces ya separada de Carlos de Inglaterra— y consiguió varias imágenes de ella, haciendo gimnasia en ajustados pantaloncitos cortos.

La publicación de esas gráficas suscitó protestas de la familia real. El presidente de la Comisión de Reclamos contra la Prensa, Lord McGregor, tuvo que admitir que la revelación de tales fotos, constituía “una flagrante violación de la carta y el espíritu del código de ética de la industria editorial”.¹¹ Pero las fotos más codiciadas de la princesa, fueron las que algunos fotógrafos

consiguieron en la primavera de 1994, cuando ella disfrutaba del sol, de vacaciones en Málaga. Diana estaba tendida boca abajo, con la parte superior del bikini desabrochada y cuando se incorporó para acomodarse, la prenda se le deslizó por un instante. Eso bastó para que los fotógrafos más veloces, que la contemplaban desde cerca, imprimieran placas muy reveladoras que llegaron a cotizarse en casi medio millón de dólares. Lo más curioso, es que las fotos no se publicaron. La revista *Hola!*, que las adquirió en una cantidad que no fue especificada, manifestó que negociaría con las fotos alguna entrevista con un personaje de alta relevancia en la política española.¹²

Por episodios como ése una tarde de 1993, cuando salía de un cine con sus hijos, la princesa Diana se enfrentó a improperios con una parvada de fotógrafos que la esperaban. Más tarde demostraría que estaba al tanto no sólo del poder de los medios sino de cómo utilizarlo. En noviembre de 1995, Diana ofreció a la BBC de Londres una extensa y reveladora entrevista, en donde supo mostrar una imagen dulce y a la vez inteligente que le permitió acordar mejores condiciones en su juicio de divorcio con Carlos de Inglaterra.

Las vicisitudes de Diana en los medios, han sido paradigmáticas de las que surgen cuando no hay una distinción clara entre la *vida pública de los personajes públicos* y su derecho a tener, además, *vida privada*. Los medios de información han brindado grandes servicios a la democracia, cuando han servido como acicates para que se conozcan negocios sucios o decisiones políticas controvertidas de personajes en el

¹⁰ Un extracto de la conversación lo publicó en México la revista *Epoca*: “Evidencias del Camillagate”, no. 86, México, 25 de enero de 1993.

¹¹ Reuter, “Provocan la ira de Palacio, por publicar fotos de la Princesa Diana”, en *El Financiero*, México, 8 de noviembre de 1993.

¹² Beatriz Alvear, “No publicar tiene un precio” en *El País*, Madrid, 8 de mayo de 1994.

poder político. Empresarios y gobernantes han estado sometidos al nuevo escrutinio, severísimo con frecuencia, de medios de comunicación cada vez más agresivos e indagadores. La crisis de Watergate en los Estados Unidos no hubiera ocurrido sin la decisión de *The Washington Post* para publicar las investigaciones de los desde entonces famosos reporteros Woodward y Bernstein. Pero hay una gran distancia entre investigar, más allá de las declaraciones y los actos oficiales, las acciones de consecuencias públicas a cargo de los personajes con responsabilidades públicas y entrometerse en sus vidas personales. Sobre todo, llega a ocurrir que en el afán por ganar audiencias o vender ejemplares, algunos medios exageran o, de plano, mienten. Allí no hay ningún servicio a la sociedad, sino abuso de ella y de los personajes públicos.

Unos días antes de la queja de la princesa Diana ante los fotógrafos que no la dejaban en paz ni para acudir al cine, el primer ministro John Major había ganado una querrela judicial a la revista *The New Statesman* que, en enero de 1993, publicó un rumor sobre una presunta relación sentimental entre él y una mesera, llamada Claire Latimer, que trabajaba en la casa del gobierno británico. A pesar de que es una publicación considerada como seria, con una línea de izquierda, ese semanario se arriesgó a publicar las versiones sobre los supuestos amoríos de Major y pagó por eso. Le salió muy caro. Una decisión judicial obligó a *The New Statesman* a entregar como indemnización mil y una libras (a precios de entonces, unos cinco mil nuevos pesos mexicanos) al primer ministro y una cantidad idéntica a la señora Latimer. Pero además, se estimaba que los costos del juicio implicarían para esa revista una erogación cercana a las doscientos cincuenta mil

libras (casi un millón doscientos mil nuevos pesos). El semanario tuvo que levantar una colecta entre sus lectores —que así, curiosamente, se harían solidarios del abuso informativo contra Major— para reunir esa cantidad.¹³

LA EXPERIENCIA BRITÁNICA Y LOS INFORMES CALCUTT

Episodios como éstos, fueron a la vez causa y contexto de un largo proceso de deliberación en el poder político y en la sociedad británicos, sobre los derechos de los medios y las maneras como no cumplen siempre sus cometidos públicos. En junio de 1990, se conocieron las conclusiones del Informe Calcutt para garantizar la privacidad y otras prerrogativas similares. Ese documento, resultado del trabajo de una comisión reunida por el gobierno y presidida por Sir David Calcutt, propuso la configuración de tres nuevos “delitos” que afectan a la privacidad: intromisión física a la propiedad privada, colocación de aparatos de escucha en propiedad privada y fotografía de individuos o grabación de sus voces en propiedad privada. En los tres casos, se consideraba que habría invasión de privacidad si tenía como propósito obtener información personal para publicarla y sin autorización del afectado.¹⁴ El reporte, después de extensas deliberaciones, sugería darle a las posibilidades de autorregulación de la prensa

¹³ “Major acepta una reparación de *The New Statesman* y retira la querrela”, en *El País*, Madrid, 8 de julio de 1993.

¹⁴ Carlos J. García, “El mundo de la prensa”, en *El Nacional*, México, 23 de febrero de 1991.

“una última oportunidad” para probar que el sistema de control voluntario podía funcionar.¹⁵

Entonces, el Informe Calcutt sugirió la creación de un Código de Prácticas del Periodismo y de una Comisión de Quejas contra la Prensa, que sustituyera al Consejo de Prensa, un organismo independiente creado en 1944 y sostenido por los periódicos como un espacio para recibir reclamaciones sobre noticias y comentarios aparecidos en sus páginas. El Informe Calcutt terminaba con la siguiente admonición:

La libertad de prensa es vital en una sociedad democrática. Está en los intereses de todos el hecho de que eso debería ser apoyado, en vista de que no es a expensas de otros importantes derechos. Todos los derechos conllevan responsabilidades, especialmente cuando aquellos que los ejercitan tienen la posibilidad de afectar las vidas de otras personas. El desarrollo de la prensa en esta área, no siempre ha sido bueno. Ahora debería demostrar que puede descargar su responsabilidad y que a través de su propia conducta y autorregulación, puede ganar la confianza del público. Si no está preparada para poner y mantener su propia casa en orden, lo que siga deberá ser una próxima legislación.¹⁶

Dos años después, la situación de la prensa británica no había cambiado sustancialmente. Al contrario, la información sobre asuntos como la vida privada de la familia real o el primer ministro era comida de todos

los días. En enero de 1993, Sir David Calcutt preparó, otra vez a petición parlamentaria, un nuevo informe. Ahora concluía que el nuevo esquema de autorregulación de la prensa bajo la Comisión de Quejas, no había resultado suficientemente efectivo y que, por ello, se necesitaba un nuevo cuerpo doctrinario. La sugerencia del nuevo reporte Calcutt para la creación de un Tribunal para los medios de comunicación, se filtró a la prensa.¹⁷

Esa publicación no oficial del contenido del informe, conocido como Calcutt II, amenazó con frustrar los intentos para establecerle límites a la prensa sensacionalista. Sin embargo, a fines de enero de 1993, el Parlamento británico aprobó por 119 votos contra 15 (en una sesión de la que se habían retirado casi todos los 651 miembros del Parlamento) un proyecto de ley para crear un organismo independiente, con poder para obligar a la prensa a publicar rectificaciones de noticias consideradas como incorrectas.¹⁸ Durante todo 1994 y 95, se mantuvo una discusión parlamentaria y en los medios mismos, sobre las reglas pertinentes para propiciar —y garantizar— mayor responsabilidad de los medios británicos. Un acucioso estudio de este proceso, consideraba que tarde o temprano tendría que surgir un estatuto reglamentario del derecho a la privacidad, para los medios. Las recomendaciones de los informes Calcutt, así como otras influyentes exhortaciones, pero sobre todo los continuos abusos de medios entremetidos en

¹⁵ Charles J. Hartmann, “The emergence of a statutory right to privacy tort in England”, en *Tolley's Journal of Media Law and Practice*, vol. 16, no. 1, Surrey, Inglaterra, 1995, p. 13.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ “Rechaza Major la creación de un Tribunal que controle los medios en Gran Bretaña”, en *unomásuno*, México, 14 de enero de 1993.

¹⁸ “Limita el Parlamento de GB la libertad de prensa”, en *La Jornada*, México, 30 de enero de 1993.

la vida privada de personajes públicos, así lo sugerían. El profesor Charles J. Hartmann, consideraba que: "Finalmente, el comportamiento de la prensa en los tres años recientes, ha creado un clima en el cual la reforma legal para la privacidad es deseable e inevitable".¹⁹

ITALIA, EFECTISMO E INTIMIDAD

En Italia, el periodismo sensacionalista no ha contribuido, tampoco, necesariamente a una mayor información de los ciudadanos, aunque por otro lado ha estado muy ligado con la crisis de los partidos y de la política que ha afectado a esa nación. En enero de 1993 un proyecto de ley del Ministerio de Justicia proponía que los periodistas italianos tuvieran el *derecho*, considerado simultáneamente como *deber*, de publicar las noticias de interés social o público que fueran de su conocimiento. Pero al mismo tiempo, se establecía que serían condenados a cárcel de seis meses a cinco años cuando, acogiéndose al secreto profesional, se negaran a revelar las fuentes de informaciones que hubieran considerado mantener como secretas, a pesar de que su identificación fuera requerida por un juzgado.²⁰

Las vicisitudes de la política italiana, afectada por sucesivas crisis parlamentarias, impidieron que al tema de los derechos y deberes de los informadores se le diera mayor precisión. De cualquier manera, ésta ha seguido constituyendo una asignatura pendiente en la agenda tanto de legisladores como de periodistas en ese país.

¹⁹ Hartmann, *op. cit.*, p. 18.

²⁰ "El Gobierno italiano quiere encarcelar al periodista que no revele sus fuentes", en *El País*, Madrid, 28 de enero de 1993.

El derecho a la privacidad por encima del derecho a informarlo todo, es el más contrapunteado con la libertad de información tal y como se la entiende en el contexto de una economía —y así, una sociedad— abiertas al mercado. Podría decirse que la ética en los medios viene a resultar uno de los pocos recursos ciudadanos para hacer frente al imperio de las fuerzas desatadas en un mercado sin regulaciones explícitas, o suficientemente sólidas. Además, incluso en los términos más liberales, habría que reconocer que los derechos individuales no pueden ser subordinados a intereses mercantiles como los que animan a los periódicos y otros medios de comunicación. El psicólogo mexicano Pablo Fernández Christlieb ha escrito al respecto, que:

La intimidad parece contradecir a formas de comunicación tales como la democracia y la libertad de expresión, y sobre todo parece frívola frente a éstas. Pero la intimidad es la forma de comunicación más sofisticada, porque no se puede reglamentar en una constitución, porque nadie puede entrar a ella si no lo llaman y nadie la puede ofrecer sin que se la pidan, porque no expresa nada más que las ganas de comunicarse en el entendido de que la comunicación es un fin y no un medio, mucho menos un "medio de comunicación", y todo esto se hace con sutileza, tacto, cuidado minucioso por la sensibilidad del otro, tan sofisticadamente, que cuando se alcanza la intimidad, resulta que la democracia, la tolerancia y la libertad de expresión eran prerequisites comunicativos tan cumplidos de antemano que hasta parecen frívolos.²¹

²¹ Pablo Fernández Christlieb, "La intimidad publicitaria", en *La Jornada*, México, 12 de septiembre de 1990.

La democracia, finalmente, no es tal si no respeta los derechos de los individuos.

En los años recientes, la discusión sobre los alcances de la privacidad se ha emparentado con las posibilidades de intromisión y espionaje que ofrecen las nuevas tecnologías. Por ejemplo, hay una intensa polémica sobre el significado de la privacidad en las redes de comunicación electrónica —la Internet y sus afluentes— en donde incluso los mensajes persona a persona pueden ser interceptados por un usuario de medianos conocimientos técnicos. La vigilancia electrónica, en otros casos, puede aprovechar desde microcomponentes casi invisibles, hasta rastreos desde satélites. Las reflexiones más recientes sobre el alcance social y político de los medios, pasan necesariamente por el tema de la privacidad, poniendo a discusión, a fines del siglo, el dilema entre derechos de los individuos y atribuciones de la prensa.²²

Pero aunque exista una discusión frecuente y constante, el asunto de la privacidad después de todo no es tan complicado. Difícil de definir —y aún más en términos jurídicos—, la privacidad es entendida por cualquier editor o reportero que saben cuándo comienzan a transgredir límites delicados con tal de lograr una nota. Entonces, siempre es pertinente evaluar si el interés noticioso es más importante que la intromisión

²² Las publicaciones especializadas ofrecen una amplia hemerografía sobre esta inacabada discusión. Por ejemplo: Rex Winsbury, "A clash of freedoms: defending «private space» against the communications intruder" y Rohan Samarajiva, "The democratic test is —can individuals negotiate their own boundary conditions in telecoms?", en *Inter Media*, revista del International Institute of Communications, Londres, vol. 21, no. 4-5, agosto-septiembre de 1993 y vol. 22, no. 1, febrero de 1994.

en un asunto privado. O, en otras palabras, evaluar si un material de esa índole merece ser considerado como *noticia*, en términos profesionales y no sólo comerciales. La discusión proseguirá.

3. Del sensacionalismo al sentimentalismo. Penalizar o educar contra las calumnias

El periodismo de escándalo ha estado mezclado con las revistas denominadas como "del corazón". El *Hola!* español ha sido paradigmático de esa tendencia mercantil-periodística. Sensacionalismo político y criminal, se funde así con sentimentalismo ramplón. En ambos casos, se trata de exacerbar las reacciones más catárticas de las lectoras y los lectores, aunque ese género también ha tenido incursiones en la televisión. Aparte del montón de trivialidades que se difunden de esa manera, contribuyendo a la confusión y dispersión de mensajes que, de manera desordenada pero apabullante, reciben los ciudadanos, ese periodismo padece la desventaja de transmitir, con gran frecuencia, puras mentiras. Incluso ha surgido toda una industria del escándalo prefabricado, que busca sorprender a editores poco cuidadosos de sus fuentes, para que a su vez los lectores sean sorprendidos, con acontecimientos inventados, ya sea actuales o históricos. Fue muy conocido el engaño en que cayeron los editores del semanario alemán *Stern* cuando aceptaron comprar los "diarios" de Adolfo Hitler, que a la postre fueron identificados como apócrifos.

El hecho de que importantes personajes de la vida pública empezaran a vender "en exclusiva" sus revelaciones o sus memorias, decidió a algunos vavales a

inventar sus propias noticias. Así, por ejemplo, de la misma manera que, a mediados de los años ochenta, personajes de la vida artística y política comercializaban los derechos para fotografiar o filmografiar sus bodas o sus viajes, también había "divorcios y hasta matrimonios ficticios, con falsos sacerdotes, falsos certificados, para obtener dinero", lo mismo en España que en otras naciones europeas —según denuncia de la periodista Rosa Montero, de *El País*—. ²³ La competencia entre publicaciones amarillistas —prensa mundana se le llamaba, aunque en realidad habría que ubicarla en el bajo mundo de la comunicación— tenía como consecuencia que los precios por una "exclusiva" subieran de acuerdo con el expectante morbo de los lectores.

En otros casos, ha sido frecuente la divulgación de comunicados y conversaciones privadas de personajes de la política en distintos países. ¿Hasta dónde la publicación de un encuentro particular puede ser considerada como de interés público? Aquí hay un debate inacabable. Por un lado, los editores y reporteros involucrados tienden a considerar que el derecho de la sociedad a estar informada justifica toda indagación que se haga sobre personajes que tienen vida pública. Por otro, los políticos así afectados llegan a sostener que su vida privada es amenazada, y transgredida, cuando se dan a conocer actividades suyas que no son públicas.

En 1981, para citar un solo caso específico, la cadena radiodifusora SER, en España, presentó la grabación de dos conversaciones del secretario de organización del PSOE, Txiki Benegas, sobre las relaciones entre el

²³ "Dificultades en la prensa mundana española por el alto precio que tienen los «chismes»", reproducido en *Excélsior*, México, 7 de diciembre de 1985.

partido y el gobierno. Los directivos de la empresa de radio dijeron que el interés público justificaba la divulgación de esas charlas privadas. Sin embargo un abogado de Benegas acusó a la emisora por obtener las cintas con el argumento de que se había cometido un delito.

En España la Constitución prevé garantías de los informadores, como la cláusula de conciencia y el secreto profesional. Los reporteros cuentan, así, con un marco legal que protege su desempeño, así como su derecho a no trabajar en un medio con cuyos contenidos no estén de acuerdo y el derecho a no revelar las fuentes de sus informaciones. ²⁴ Sin embargo tales derechos no se encontraban desarrollados en una ley secundaria, al mismo tiempo que no están del todo regulados los derechos de los ciudadanos ante los informadores y los medios.

A comienzos de 1992, una iniciativa del gobierno español para modificar el Código Penal establecía que, aparte de las penas específicas del propio Código, cuando se cometieran delitos contra el honor a través de los medios de comunicación los profesionales de la información responsables recibirían la pena de inhabilitación de su oficio de seis meses a cuatro años. Si el periodista sancionado insistiera en ejercer su profesión, podría ser llevado a la cárcel. Por otro lado se establecía, en ese proyecto, el encarcelamiento de seis meses a dos años, a quienes resultaran culpables de calumnias reiteradas contra una misma persona. ²⁵

²⁴ "Abogados y periodistas, a favor de equilibrar la libertad de prensa y el derecho a la intimidad", en *El País*, Madrid, 10 de junio de 1991.

²⁵ "El Código Penal plantea delitos «modernos» para una sociedad con problemas nuevos", en *El País*, Madrid, 20 de febrero de 1992.

No parecía, sin embargo, que la sola penalización fuese remedio para las transgresiones que la prensa es capaz de hacer de los derechos individuales. En 1993, los tribunales españoles habían conocido 129 casos en relación con delitos contra el honor, lo cual en opinión de algunos expertos implicaba que algunos profesionales de la prensa estaban convirtiéndose en "clientes habituales de los juzgados".²⁶

VACÍOS LEGALES. LA "SANCIÓN DEL LOCUTOR"

En Francia e Italia, entre otros sitios, hay legislaciones específicas que tanto por la vía penal, como la civil, establecen sanciones a los periodistas que por iniciativa propia o al ser vehículos de terceros, cometan difamaciones o calumnias. En varios de estos países, se ha venido discutiendo si la especificidad del trabajo de los informadores los hace merecedores de un trato especial, que reconozca circunstancias atenuantes. Los defensores de esas excepciones, consideran que el derecho de la sociedad a conocer lo que se dice de los ciudadanos justifica la publicación de imputaciones, aunque no se tenga seguridad sobre su verosimilitud. Quienes las impugnan, sostienen que los periodistas antes que nada son ciudadanos con todos los derechos, y las responsabilidades, de cualquier otro miembro de la sociedad.²⁷

²⁶ Ignacio Francia, "Los medios de comunicación son un «factor criminógeno», dice Martín Pallín", en *El País*, Madrid, 21 de marzo de 1994.

²⁷ Cfr. Sarah Illien, "Droit de critique, injure et diffamation...", en *Journaliste Infos*, no. 19, París, diciembre de 1994.

¿Está la función social de los medios reñida con su reglamentación? ¿Bastan las leyes o además de ellas se requieren normas surgidas de los mismos informadores? En todo caso, pareciera necesario tomar en cuenta no únicamente los derechos, sino junto con ellos las enormes capacidades de influencia —superiores a las de un ciudadano común— que tienen aquellos con acceso a los medios. Estar en los medios, como periodista o con otra competencia, implica una responsabilidad mayor. Ello sólo podrá conseguirse en la medida en que la sociedad y los medios mismos insistan, más allá de la retórica de ocasión, en esos deberes de la comunicación. Propagarlos, discutirlos incluso, tiene una función didáctica. Sin embargo ni las costumbres, ni las normas frecuentes, parecen hacerse cargo de esa responsabilidad específica de los medios y sus operadores.

En tal sentido, la escritora Ikram Antaki ha publicado consideraciones como la siguiente:

En una democracia tradicional, el hombre político tiene la sanción del voto; aun en un sistema medianamente autoritario, el hombre político tiene la sanción del éxito o del fracaso de su acción; en una universidad, un maestro tiene la sanción de los estudios y de los exámenes. Pero, ¿cuál es la sanción del locutor? Ninguna. Este puede dirigirse a seis millones de personas (cuando el más diligente de los maestros se dirige a 35), puede hacer caer a un gobierno, enlodar el nombre de quien sea, influir en la marcha de un país, e incitar a la guerra civil, por la sola voluntad del propietario del medio (es decir: el metal). Pero ¿cuál es la garantía de formación, lucidez, ética, responsabilidad, que tiene que

ofrecer a la nación? Hoy estamos viviendo estos problemas, al mismo tiempo que seguimos luchando por el derecho a la información y su libertad. Dos épocas, dos niveles se suman. Urge un gran debate nacional sobre el papel y la responsabilidad de los medios. Cómo urge legislar. La ley es uno de los elementos más necesarios al juego de los poderes y contrapoderes que es el Contrato Social democrático. ¿Puede ser un elemento de censura? Por supuesto. Y depende de nuestra vigilancia que no lo sea. Lo que sí es seguro, es que la falta de ley —y de un debate de altura— es el mejor camino para el triunfo del no-derecho, de la pasión ciega y de la retórica de los demagogos. En pocas palabras: de la barbarie.²⁸

El razonamiento de esa autora es interesante. Habrá comunicadores que consideren que la "sanción social" que reciben los medios está en la decisión para cambiar de canal de televisión, mover el dial radiofónico o dejar de comprar un diario o revista. Pero ese argumento, muy socorrido por ciertos periodistas pero sobre todo por propietarios de medios electrónicos, no toma en cuenta la omnipresencia que en la vida contemporánea tiene la comunicación, delante de la cual el ciudadano, si bien no está del todo inerte, sí se encuentra en numerosas ocasiones sin contexto ni opciones para poder elegir entre unos y otros espacios mediáticos. Además está el ya mencionado hecho de que, aun cuando los públicos puedan otorgarles la penitencia de no atenderlos más, los mensajes en los medios ya habrán calado cuando difundan mentiras, o calumnias.

²⁸ Ikram Antaki, "Cuaderno del sábado", en *El Nacional*, México, 9 de abril de 1994.

La misma Antaki, en continuación de la reflexión anterior, decía pocos meses más tarde, para insistir en la urgencia de legislar para los medios y en desacuerdo con las pautas de autorregulación éticas:

Por el otro lado, la cuestión de la responsabilidad se encuentra totalmente liquidada en la práctica mediática. Si un diputado se equivoca, o actúa mal, tendrá la sanción del voto. Pero ¿cuál es la sanción del "hombre de los medios" en el caso de una actuación mala? Basta con que tenga el beneplácito del propietario del medio y del anunciante, es decir, en ambos casos, del dinero. Esta sustitución de los instrumentos probados de la democracia por el poderío arrasador de los medios ha sido vista, por primera vez, en Italia, con el triunfo de Berlusconi y de Forza Italia, tres meses apenas después de que se hayan constituido en partido y que llevó al poder a las fuerzas neo-fascistas, menos de medio siglo después de la Segunda Guerra mundial. Frente a esos peligros, una pretensión a la autorregulación interna no tendría sentido, ni eficacia. El único "eticómetro" válido sigue siendo la ley y ésta tiene que darse las armas para impedir a estos hijos predilectos de la democracia que son los medios, de transformarse en los sepultureros de la democracia.²⁹

4. Autorregulación

Unas, son las leyes que la sociedad, a través de sus representantes, sea capaz de establecer para los

²⁹ Ikram Antaki, "La democracia y los medios", en *El Nacional*, México, 24 de octubre de 1994.

medios. Otros, inclusive tomando objeciones como las que se manifiestan en el apartado anterior, serían los parámetros de conducta profesional creados por los informadores mismos.

Tales pautas, como ha sucedido en experiencias que se detallan más adelante, tendrían que surgir de los periodistas pero no de manera tan complaciente que sólo piensen en reglas huecas, ni tan flagelante que se impida la investigación noticiosa. Para ello, pueden tomarse en cuenta de dónde toman los informadores sus comportamientos éticos, cuando los hay de manera explícita. Un estudioso de estos asuntos, relata que a un grupo de periodistas en los Estados Unidos se les preguntó de dónde habían adquirido sus principios éticos. Respondieron lo siguiente:

- La sala de redacción: 88.3%
- La familia: 72.3%
- La escuela: 53.2%
- La iglesia: 34.7%³⁰

Las respuestas fueron múltiples, de tal manera que hay quienes admiten haber aprendido parámetros éticos en más de uno de esos sitios. Con ese dato, puede enfatizarse el hecho de que la sociedad y la formación académica propician pautas de comportamiento; pero el trabajo mismo, ya en el desempeño periodístico, es el que suele inculcar lo fundamental de tales principios. Otro problema, es de qué sirven y cómo se ponen en práctica.

³⁰ John Virtue, "¿Para qué sirve la ética periodística?" en *Pulso*, revista del Programa Latinoamericano de Periodismo de la Universidad Internacional de Miami, no. 21, enero-marzo de 1995.

CÓDIGOS ESTADOUNIDENSES, DUREZA Y DISPLICENCIA

En los Estados Unidos, se han establecido numerosos Códigos de Ética para los medios de comunicación. En el campo de la prensa, entre los más importantes se encuentran el de la Sociedad Americana de Editores de Periódicos (ASNE), la Sociedad de Periodistas Profesionales Sigma Delta Chi y el diario *The Washington Post*.³¹ En casi todos los casos, se trata de declaraciones de principios sujetas a valores entendidos que resulta difícil precisar. Por ejemplo, el Código de la ANSE indica que los periodistas tienen "que evitar la falta de propiedad y la apariencia de falta de propiedad".

¿Quién califica qué es "falta de propiedad"? es otro problema. Sin embargo, allí radica una de las principales limitaciones de los Códigos de Ética que acuden a valores morales sobreentendidos, cuya definición y, más aún, interpretación, suele quedar sujeta a criterios subjetivos.

Estos Códigos insisten en el mantenimiento de la "objetividad" y en el despliegue de un "juego limpio" por parte de la prensa. El Código de la ANSE, dice específicamente que: "Los periodistas deben respetar los derechos de las personas involucradas en las noticias..." Y también, que: "A las personas acusadas públicamente se les debe dar pronta oportunidad de responder a los cargos". Un problema frecuente radica

³¹ Esta síntesis de códigos estadounidenses la hacemos a partir del libro de William L. Rivers y Cleeve Mathews, *La ética en los medios de comunicación*, traducción de Elsa Ruth Martínez Conde, Ed. Gernika, México, 1992, especialmente el capítulo "Códigos de los medios de comunicación", pp. 307 y ss., y los anexos con los textos de los principales códigos.

en cómo aplicar, específicamente, esos principios. Rivers y Mathews comentan que:

El juego limpio es un concepto noble, y está bien que el código señale que hay que dar a las personas la primera oportunidad de responder a cualquier acusación de mal comportamiento. Aún así, bajo el código, uno podría imprimir situaciones y hacerlo con una conciencia clara, siempre y cuando el acusado tenga el derecho de decir: "Sin comentarios. Hablen con mi abogado". Esta falla en el Código recuerda los excesos del macartismo, cuando la prensa creyó que cumplía con su deber cuando obtenía el "sin comentarios" de parte de quienes McCarthy había llenado de lodo.³²

El Código Sigma Delta Chi, indica que el periodista no debe aceptar obsequios de valor pero a veces es difícil precisar en qué casos se corre ese riesgo. El Código del WP es más claro, aunque más restrictivo de situaciones habituales: "Pagamos nuestros propios gastos. No aceptamos regalos de las fuentes noticiosas. Las excepciones son mínimas (debe revisarse la cuestión de boletos a actividades culturales) u obvias (invitaciones a comidas)". Sin embargo, aún en este Código, que es el más duro de los tres, hay margen para la discrecionalidad. Allí se recomienda al periodista que si tiene dudas sobre los alcances de un compromiso que puede aceptar, consulte con su editor o con el gerente del diario.

El Código Sigma Delta Chi y el del WP advierten contra las limitaciones a la objetividad que para el

periodista, puede significar el tener ingresos ajenos al medio de comunicación para el que trabaja. El primero de ellos, especifica que "Los empleos secundarios, los compromisos políticos, la función pública y el servicio a organizaciones comunitarias deben evitarse, si comprometen la integridad de los periodistas y de quienes los emplean". En el *Washington Post*, los periodistas se comprometen a no trabajar para nadie más, salvo permiso excepcional de sus supervisores; eso incluye la prohibición para escribir en otras publicaciones sin permiso especial.

Respecto de las prácticas en el manejo de información, el Código de la Sociedad de Periodistas Profesionales reivindica la objetividad, establece que "no hay excusa para la inexactitud y la falta de meticulosidad" y considera que los titulares deben confirmarse en el contenido de los artículos que los acompañan. También aconseja diferenciar claramente entre los reportajes de noticias y las expresiones de opinión. El Código de *The Washington Post* compromete a sus reporteros y redactores a citar las fuentes a menos que esté en peligro la seguridad del informante, condena tajantemente el plagio y también postula la separación clara entre información y opinión. Su manejo de noticias es regulado a partir del compromiso "con la justicia" que, al respecto, se dice es consecuencia de las siguientes prácticas:

1. Ninguna noticia es justa si omite hechos de importancia o significación primordial. De modo que la justicia incluye totalidad.
2. Ninguna noticia es justa si incluye información que esencialmente no viene al caso, a expensas de hechos significativos. De modo que la justicia incluye pertinencia.

³² *Ibid.*, p. 310.

3. Ninguna noticia es justa si consciente o inconscientemente lleva a conclusiones equivocadas o incluso engaña al lector. De modo que la justicia incluye honestidad: tratar al lector en el mismo plano de entendimiento.

4. Ninguna noticia es justa si los reporteros ocultan las tendencias o emociones que están tras palabras sutilmente peyorativas, tales como "rehusar", "a pesar de", "admitir" y "masivo". De manera que la justicia requiere que las expresiones directas estén por encima de la retórica. Los reporteros y editores deberán preguntarse al final de cada artículo, por norma, "¿he sido todo lo justo que podría haber sido?".³³

Un aspecto más de las reglas de ética en ese diario de la capital estadounidense, aborda el problema del vocabulario y las situaciones que pueden ser consideradas como obscenas. Aquí, se abriría una amplia discusión nunca completamente resuelta, porque lo que algunos pueden considerar lesivo de las *buenas costumbres*, para otros puede ser tolerable e incluso habitual. En el Código que comentamos, el asunto sólo se menciona brevemente y se resuelve de manera elegante, aunque no definitiva. Se dice en el marco de reglas éticas del *WP* que: "Como periódico, el *Washington Post* respeta el buen gusto y la decencia, entendiendo que los conceptos de la sociedad con respecto al buen gusto y la decencia, cambian constantemente. Una palabra que era ofensiva para la última generación, puede ser parte del vocabulario común en la próxima".³⁴

³³ *Ibid.*, pp. 371-372.

³⁴ *Ibid.*, p. 372.

EL ESTATUTO DE REDACCIÓN DE *EL PAÍS*

La autorregulación, por encima de leyes y coerciones estatales, ha sido preferida en el trato entre sociedad, Estado y prensa en España. Para explicarnos la vigencia de esta modalidad hay que recordar el silencio forzado que durante el franquismo padecieron los periodistas españoles. Al momento de la transición política, fue natural que insistieran en desplegar su propia responsabilidad, a partir de reglas de comportamiento interno, antes que quedar al arbitrio de los jueces.

Sin demérito de los marcos jurídicos, con intentos de actualización como los antes citados, en España algunos órganos de prensa se han dotado de pautas de comportamiento para su propio trabajo, entre las cuales la más conocida es el Estatuto de Redacción del periódico *El País*. En los orígenes del diario,

se pretendía que fuera una Sociedad de Redactores. Como ésta se presentaba inviable tanto por razones legales como por otras de tipo económico debido a la incapacidad de reunir el capital necesario como para tener un peso específico en la Junta de Accionistas, se optó finalmente por preparar un Estatuto de Redacción. Previamente al estudio del Estatuto comenzó a funcionar un comité de representantes de la Redacción en materias profesionales al margen de la otra representación laboral que correspondía al comité de empresa.³⁵

³⁵ José Fernández Beaumont, "Etapas y cambios en la redacción y la sociedad", en Gérard Imbert y José Vidal Beneyto, coords., *El País o la referencia dominante*, Ed. Mitre, Barcelona, 1986, pp. 271 y ss.

El Estatuto, aprobado por el Consejo de Administración, la Junta de Fundadores, la Redacción y finalmente el 20 de junio de 1980 por la Junta General de Accionistas de la empresa editora de *El País*, fue el primero en su género en la prensa de España, e "inauguraba un nuevo régimen de fuerzas dentro del tratamiento diario de la información en el periódico por el que la Redacción tenía la posibilidad, al menos formal, de acceder a unos determinados grados de participación en la línea del periódico".³⁶ El Estatuto aparecía en momentos difíciles para la libertad de expresión en España, restringida también por la falta de leyes específicas que la garantizaran.

En la experiencia de este diario español, ha sido importante que el Estatuto contenga no sólo marcos de comportamiento ético para sus redactores, sino también formas de acceso a las decisiones, relativas a su propio trabajo, que les involucran. Ha llegado a sostenerse que la ética periodística tiene mejores condiciones para desplegarse, en un ejercicio más completo de responsabilidad, en la medida en que los informadores pueden participar en la deliberación e, incluso, en la decisión sobre el manejo de las noticias que han recabado y han escrito. Naturalmente, los ritmos de trabajo necesarios en prácticamente cualquier medio de información, hacen imposible que el tratamiento a una noticia pueda estar sujeto a un constante ejercicio deliberativo. Por eso, la conciliación entre los derechos y posibilidades de expresión de los periodistas sobre su propio trabajo, por un lado, y el autoritarismo inherente a cualquier medio de información, por otro (en donde un solo funcionario editorial, o unos cuantos,

deciden sobre el trabajo del resto de los periodistas) obliga a buscar un equilibrio que siempre será difícil y, siempre, discutible.

Otro equilibrio constante es el que debiera haber entre libertad y responsabilidad. Un miembro de la Comisión que preparó para la UNESCO el Informe McBride, el yugoeslavo Bogdan Osolnik, dejó establecido que:

La ética periodística no puede limitarse a la proclamación de los principios y la exigencia de que los periodistas los respeten. Se requieren esfuerzos constantes para incrementar las oportunidades efectivas para el trabajo libre y responsable en los medios masivos. Una de las condiciones más importantes para esto es sin duda la democratización de las relaciones internas en los medios informativos. La medida en que quienes trabajan en los medios masivos puedan desarrollar su creatividad y afirmar sus cualidades morales y profesionales, depende de la forma como se administre la institución, de los recursos financieros de que se disponga, de la política editorial y de muchas otras condiciones concretas. La ética profesional se expresa en la firmeza moral con la que se enfrenta un periodista a diversos intereses y presiones que tratan de hacerlo cambiar o distorsionar sus conocimientos y hallazgos, o de que no publique la verdad.³⁷

El Estatuto de la Redacción de *El País* consta de 21 artículos organizados en seis capítulos. El primero, define a los miembros de la Redacción como "todos los

³⁶ *Ibid.*

³⁷ Sean McBride y otros, cit., pp 199-200.

periodistas, al margen de la titulación que posean, que realicen tareas de redacción, adscritos a su plantilla al menos con seis meses de antigüedad". El segundo, considera como orientaciones o línea ideológica "fundacional" del diario las siguientes:

El País es un periódico independiente, nacional, de información general, con una clara vocación europea, defensor de la democracia pluralista según los principios liberales y sociales, y que se compromete a guardar el orden democrático y legal establecido en la Constitución. En este marco, acoge a todas las tendencias, excepto las que propugnan la violencia para el cumplimiento de sus fines.

Otro principio del diario entiende así a la independencia:

...rechazará cualquier presión de personas, partidos políticos, grupos económicos, religiosos o ideológicos que traten de poner la información al servicio de sus intereses. Esta independencia y la no manipulación de las noticias, son una garantía para los derechos de los lectores, cuya salvaguarda constituye la razón última del trabajo redaccional. La información y la opinión estarán claramente diferenciadas entre sí.

Un cambio "sustancial" en esa línea ideológica, sería considerado "motivo para que el miembro de la Redacción que se considera afectado en su libertad, honor o independencia profesional pueda, sin preaviso, invocar cláusula de conciencia y, en su caso, dar por resuelta o extinguida su relación laboral". En caso de conflicto, puede haber mediación del Comité de Redacción. El

capítulo tercero, relativo a la Cláusula de Conciencia también establece que ningún miembro de la Redacción será obligado a firmar trabajos suyos que hayan sufrido alteraciones de fondo que no sean resultado de un acuerdo previo.

El secreto profesional es tema del capítulo cuarto del Estatuto, en donde se le considera como "un derecho y un deber ético de los periodistas. La protección de las fuentes informativas constituye una garantía del derecho de los lectores a recibir una información libre, y una salvaguarda del trabajo profesional". La empresa editora se compromete a cuidar el secreto profesional. La línea editorial del diario es responsabilidad del director, que mantiene para ello derecho de veto sobre todos los originales, incluso la publicidad, de acuerdo con el capítulo quinto. El director es nombrado por el Consejo de Administración, pero debe tener la aceptación de al menos dos tercios de la Redacción. El Comité de Redacción que integran cinco miembros, sus facultades para reunirse mensualmente con el director y para organizar asambleas de la propia Redacción, son reglamentados en el capítulo sexto del Estatuto.³⁸

Util como referencia y posible instrumento, tanto para los periodistas del diario como para los lectores, el Estatuto encontró obstáculos pronto. Se ha escrito que,

Tras la elección, el 4 de noviembre de ese mismo año [1980] de los miembros del Comité de Redacción en cumplimiento del Estatuto, éste se mantuvo durante los dos años siguientes como un

³⁸ "Estatuto de la Redacción", en *El País. Libro de estilo*, Madrid, 1990, pp. 511 y ss.

instrumento vivo de relaciones, sobre todo con la dirección, pero en los dos últimos años la Redacción ha optado por dejar aparcada esta herramienta ante la falta de entendimiento con la dirección y un cierto desencanto y un intento por parte de algunos redactores de unificar los intereses profesionales y los sindicales. Esta tensión entre lo profesional y lo sindical existió desde el principio en el seno de la Redacción. Aunque en estos momentos el Estatuto está aparcado se mantiene como fondo y como una posibilidad a la que se puede acudir si las circunstancias obligan a ello.³⁹

Eso se decía en 1986. El Estatuto de *El País* se ha conservado como un cuerpo general de reglas paradigmáticas. Algunas son muy específicas para la situación española. Otras, no acaban de constituir un Código de Ética. Se trata de un marco de compromisos para normar fundamentalmente el trato dentro del periódico —entre redactores y directivos— y, de manera secundaria, entre los periodistas y los lectores.

EL CÓDIGO DE PRENSA EN CATALUÑA

En octubre de 1992, un amplio grupo de periodistas en Cataluña formuló su propio código ético organizado en dos partes:

un pequeño preámbulo recordando los fines de la profesión (el buen desarrollo de la vida pública y la plenitud del sistema democrático) y los requisitos

necesarios para alcanzarlos (libertad de expresión y derecho a la información, necesarios para una opinión pública plural e independiente) y, en segundo lugar, contenía también el código 12 principios que los periodistas creían necesario seguir para alcanzar los fines de la profesión, expuestos en el preámbulo.⁴⁰

Los doce criterios del código catalán, mencionados por otro periodista español, Joaquín Estefanía, son los siguientes:

1. Observar siempre una clara distinción entre hechos y opiniones o interpretaciones, evitando toda confusión o distorsión deliberada de ambas cosas, así como la difusión de conjeturas y rumores.
2. Difundir únicamente informaciones fundamentadas, evitando en cualquier caso afirmaciones o datos imprecisos y sin base suficiente que puedan lesionar o menospreciar la dignidad de las personas y provocar un daño o descrédito injustificados a instituciones o entidades públicas y privadas, así como la utilización de expresiones o calificativos injuriosos.
3. Rectificar con diligencia y con tratamiento adecuado a la circunstancia las informaciones —y las opiniones que se deriven de ellas— cuya falsedad haya sido demostrada y que, por ese motivo, resulten perjudiciales para los derechos o intereses legítimos de las personas y/o organismos afectados, sin eludir, si fuera preciso, la disculpa, con independencia de lo que las leyes dispongan al respecto.

³⁹ Fernández Beaumont, *op. cit.*, pp. 272-273.

⁴⁰ Adela Cortina, "Ética de la sociedad civil. ¿Un antídoto para la corrupción?", en *Claves de razón práctica*, no. 45, Madrid, septiembre de 1994.

4. Utilizar métodos para obtener información o imágenes, sin recurrir a procedimientos ilícitos.
5. Respetar el *off the record* cuando éste haya sido expresamente invocado, de acuerdo con la práctica usual de esta norma en una sociedad libre.
6. Reconocer a las personas individuales y/o jurídicas su derecho a no proporcionar información ni responder preguntas, sin perjuicio del deber de los periodistas de atender el derecho de los ciudadanos a la información. En cuanto a asuntos relacionados con las administraciones públicas, el derecho fundamental a la información debe prevalecer siempre por encima de cualquier restricción que vulnere injustificadamente el principio de la transparencia informativa a la que están obligadas.
7. No aceptar nunca retribuciones o gratificaciones de terceros para promover, orientar, influir o haber publicado informaciones u opiniones. En todo caso, no se debe simultanear el ejercicio de la actividad periodística con otras actividades profesionales incompatibles con la deontología de la información, como la publicidad, las relaciones públicas y las asesorías de imagen, ya sea en el ámbito de las instituciones u organismos públicos, como en las entidades privadas.
8. No utilizar nunca en beneficio propio informaciones privilegiadas, obtenidas de forma confidencial como periodistas en ejercicio de su función informativa.
9. Respetar el derecho de las personas a su propia intimidad e imagen, especialmente en casos o acontecimientos que generen situaciones de aflicción o dolor, evitando la intromisión gratuita y las especulaciones innecesarias sobre sus sentimientos y circunstancias, especialmente cuando las personas afectadas lo expliciten.

10. Observar escrupulosamente el principio de presunción de inocencia en las informaciones y opiniones relativas a causas o procedimientos penales en curso.

11. Tratar con especial cuidado toda la información que afecta a menores, evitando difundir su identificación cuando aparezcan como víctimas (excepto en el supuesto de homicidio), testigos o inculpadados en causas criminales, sobre todo en asuntos de especial incidencia social, como es el caso de delitos sexuales. También se evitará identificar contra su voluntad a las personas próximas o parientes inocentes de acusados o convictos en procedimientos penales.

12. Actuar con especial responsabilidad y rigor en el caso de informaciones u opiniones con contenidos que puedan suscitar discriminaciones por razones de sexo, raza, credo o extracción social y cultural, así como incitar al uso de la violencia, evitando expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos y su integridad física y moral.⁴¹

Siguiendo la tendencia a establecer pautas de comportamiento capaces no sólo de orientar su propio trabajo, sino de advertir a los lectores y públicos de los medios cómo es que manejan las noticias, los periodistas de Cataluña recogían principios ya acrisolados en documentos de esta índole: la distinción entre información y opinión, la solidez de las fuentes, la obligatoriedad de la rectificación y la legalidad en el quehacer

⁴¹ Joaquín Estefanía Moreira, "Ética e información", ponencia en el Seminario Internacional de Periodismo "La información frente al nuevo milenio" realizado en la Ciudad de México, en *El Día*, México, 20 de agosto de 1993.

periodístico. Además, es interesante el énfasis con que tratan aspectos como la escrupulosidad especial que requieren las informaciones sobre menores de edad presuntamente involucrados en asuntos penales y aquellas que puedan traducirse en enfoques segregacionistas o de mal gusto.

Poco después, en noviembre de 1993, la Federación de Asociaciones de la Prensa de España, aprobó un código deontológico integrado por veinte principios que van desde alusiones a los deberes profesionales y éticos de los periodistas, hasta normas para el manejo de informaciones y pautas para las relaciones de trabajo en las redacciones.⁴²

La profesora Adela Cortina, reconocida especialista española en asuntos de ética, consideró que el código de los catalanes y la decisión de la Federación de Asociaciones, atendían a dos finalidades:

el afán de mantener la independencia y la inquietud por recuperar la credibilidad de la profesión, puesta en tela de juicio por la proliferación de malas prácticas, tales como la difusión de noticias no contrastadas, la confusión entre hechos, interpretaciones y opiniones, la intromisión en vidas privadas, el empleo de informaciones privadas en provecho propio, y un largo etcétera. Una prensa que asume tales usos y los convierte en hábitos pierde la credibilidad entre los lectores, pero además la pier-

de por haber actuado en contra de los propios fines que le dan sentido: la pierde por olvidar que sólo una buena práctica de la actividad periodística colabora en la construcción de una sociedad pluralista y democrática.⁴³

Se trataría, de tal manera, de contribuir a la creación de una "ética de la sociedad civil, nacida para *elevare el ánimo* de nuestras sociedades: nacida para *moralizarlas...*"⁴⁴

EL CÓDIGO ALEMÁN Y LA CARTA DE DEBERES ITALIANA

En Alemania, existe un Consejo de Prensa que es una "institución de autocontrol" formada por los medios. En 1992, ese organismo estableció su *Código de Prensa y Directrices para Secciones Redaccionales*. Es un documento formado por 16 principios y tres docenas de "directrices", que van desde la reivindicación de la verdad como imperativo supremo de la prensa, hasta la fidelidad para reproducir informaciones, la no adulteración de hechos, las vías para rectificar errores, la defensa de la confidencialidad de las fuentes y el delimitado entre publicidad y material redaccional.⁴⁵

Entre otros aspectos singulares en este Código, se encuentran normas precisas para la publicación de cartas de los lectores y la declaración siguiente, respecto de la privacidad:

⁴² Carmen del Arco, "Las asociaciones de la prensa aprueban un código deontológico de 20 principios", en *El País*, Madrid, 29 de noviembre de 1993 y Federación de Asociaciones de la Prensa de España, documento fotocopiado fechado en Sevilla el 28 de noviembre de 1993.

⁴³ Cortina, *op. cit.*

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ *Leyes de Prensa. Materiales sobre política y sociedad en la República Federal de Alemania*, Inter Naciones, Bonn, 1994.

La prensa respeta la vida privada y la intimidad de las personas. Pero si el comportamiento privado de una persona afecta a intereses públicos, esto puede discutirse también en la prensa. A tal efecto se ha de examinar si una publicación lesiona los derechos de personalidad de no participantes.

Ese principio se traduce en cinco directrices que aquí sintetizamos:

- No se justifica la especificación de nombres y retratos de autores o víctimas en la información sobre sucesos, delitos, indagaciones y procesos judiciales;
- La publicación de fechas de aniversarios de personas que no tienen presencia pública, debe tener el consentimiento de los aludidos;
- Las enfermedades o dolencias corporales y psíquicas pertenecen al ámbito secreto del afectado;
- La información sobre suicidio requiere comedimiento.
- En las informaciones sobre países en los cuales oponerse al gobierno puede implicar peligro para el cuerpo y la vida, se ha de pensar siempre si a causa de la especificación de nombre o de la reproducción de fotos de los afectados, éstos podrían ser identificados y perseguidos. La publicación de detalles sobre fugitivos, preparación y relato de su fuga, así como de la ruta de evasión, puede reportar peligros a los parientes y amigos todavía en casa y malograr posibilidades de fuga existentes.⁴⁶

(Aunque el Código de Prensa es posterior a la caída del muro berlinés, todo parece indicar que recomendaciones

⁴⁶ *Ibid.*, pp. 34-35.

como la antes citada se originaron en la experiencia específica de la prensa germana ante disidentes políticos en otros países, entre ellos la antigua Alemania Oriental.)

En Italia, en julio de 1993 el Consejo Nacional de los Periodistas y la Federación Nacional de la Prensa, publicaron su *Carta de los Deberes de los Periodistas*. De acuerdo con el escritor mexicano Federico Campbell, ese documento obedeció, principalmente, a las críticas que los periodistas estaban recibiendo por parte de políticos acusados de corrupción. El documento contiene una breve declaración de principios y luego, establece siete "deberes".

El primero de ellos, relativo a la responsabilidad del informador, contiene lineamientos para el trabajo en la redacción y el respeto a la privacidad de todos los ciudadanos. El derecho ciudadano de rectificar y replicar y la presunción de inocencia (hasta que en un juicio no se demuestre lo contrario) conforman otros dos apartados. La obligación de verificar la información que se obtiene en una fuente y el respeto al secreto profesional informando de ello al lector y la distinción obligatoria entre información y publicidad, son los "deberes" cuarto y quinto. Los dos últimos, son la incompatibilidad entre el trabajo periodístico e intereses ajenos al informativo y la protección de menores evitando publicar sus nombres en informaciones sobre delitos.⁴⁷

⁴⁷ Consejo Nacional Ordinario del Periodista y Federación Nacional de la Prensa Italiana, "Carta de los Deberes del Periodista", publicada en *El Financiero* con prólogo de Federico Campbell, México, 31 de diciembre de 1993.

Otros países europeos han estado dotándose de recursos similares, de los que aquí solamente mencionamos los ejemplos más relevantes. En América Latina, también ha prosperado la formulación de reglas de autocontrol por parte de diversas comunidades de informadores.⁴⁸

EL OMBUDSMAN. UNA FIGURA QUE GANA PRESENCIA

En algunos medios de todo el mundo, quizá el recurso más exitoso para establecer puentes entre órganos de prensa y lectores, ha sido la existencia de "defensores del lector" u "ombudsman". Entre esas instituciones, se encuentra la que desde 1985 ha tenido el ya mencionado diario madrileño *El País*.

En tal periódico, son funciones del Defensor del Lector, "atender las quejas y sugerencias de los lectores sobre el contenido del periódico y garantizar la observancia rigurosa de las normas profesionales del *Libro de Estilo* en las informaciones que publica. El ombudsman está amparado por un estatuto que protege su independencia laboral y profesional.⁴⁹ Las quejas

⁴⁸ Una excelente recopilación de los códigos existentes hasta la primera mitad de los años ochenta, puede encontrarse en Porfirio Barroso Asenjo, *Códigos deontológicos de los medios de comunicación*, ediciones Paulinas, Madrid, 1984. Barroso, profesor en la Universidad Complutense, es de los pocos especialistas en Iberoamérica que se ha dedicado a estudiar sistemáticamente el asunto de la ética y los medios.

⁴⁹ "Jesús de la Serna, nombrado ombudsman de *El País*", en *El País*, Madrid, 22 de septiembre de 1991. Ese Defensor del Lector fue sustituido más tarde por Soledad Gallego-Díaz la cual además, en julio de 1994, fue nombrada asesora de la Unión Europea para

que recibe ese personaje, cubren a todas las secciones del diario.⁵⁰ El ombudsman es seleccionado de entre los profesionales ligados a *El País*, por el director del diario de común acuerdo con el Comité de Redacción y no puede durar más de dos años en el cargo.

La figura del ombudsman en la prensa, tiende a extenderse en otras latitudes. Para mediados de 1991, se tenía registro de 71 ombudsmen en todo el mundo, entre los cuales había estadounidenses, británicos, canadienses, japoneses, israelíes, suecos, brasileños y españoles. Ellos integran la Organization of News Ombudsmen,⁵¹ formada en 1980.

La ONO, menciona los siguientes cinco motivos para que un periódico o un medio electrónico cuente con su propio intermediario con su público:

- Para mejorar la calidad de sus noticias, supervisando su exactitud, equidad y balance.
- Para ayudar a que el medio sea más accesible y verificable por parte de sus lectores o de los miembros de sus audiencias y entonces, tenga mayor credibilidad.

información. En noviembre de 1994, el periodista Juan Arias fue designado Defensor del Lector en ese diario.

⁵⁰ En cuatro años, el departamento del Defensor del Lector registró las siguientes quejas, organizadas según los espacios de *El País* a los que señalaban errores o comentarios: Nacional, 83; Edición dominical, 80; Internacional, 54; Economía y Trabajo, 41; Opinión, 39; Local, 37; Cultura, 34; Sociedad, 33. Soledad Gallego-Díaz, "Y usted, ¿de qué se queja?", en *El País*, Madrid, 3 de abril de 1994.

⁵¹ José Miguel Larraya -ombudsman-, "Movimientos sin éxito", en *El País*, Madrid, 19 de mayo de 1991.

- Para aumentar la atención de sus profesionales en materia de información, acerca de las preocupaciones del público.
- Para ahorrarles tiempo a los propietarios y editores, o radiodifusores o y directores de noticias, al canalizar las quejas y otras preocupaciones hacia una responsabilidad individual.
- Para resolver quejas que de otra manera serían enviadas a los abogados y se convertirían en costosos litigios.⁵²

La existencia de ombudsmen, permite incluso que los lectores puedan evaluar qué tan congruente es un medio con sus ofertas de claridad y profesionalismo. Los Defensores del Lector, o como quiera que se les llame, están especialmente expuestos al escrutinio de los consumidores del medio para el cual trabajan. Uno de los riesgos de ese recurso es que, quien lo personifique, tenga una autoridad tan restringida, o una carga de trabajo tan abundante, que solamente se limite a tramitar quejas sin analizarlas, como si fuese una simple ventanilla en donde se presentan inconformidades por el manejo informativo en un medio.

En la medida en que funcionen, ganarán respetabilidad y cumplirán con su función de mediadores entre el público y los medios y dentro de cada medio. Mientras tanto, el ombudsman sigue siendo una figura curiosa.

Un novelista citaba la siguiente escena de periodismo-ficción, o quizá no tanto:

Tomó el teléfono de su automóvil y llamó a *El Sol* para presentar su queja. Después de explicarle a la operadora que él tenía una queja y que deseaba hablar con un editor asistente, fue remitido a una grabación.

"Está usted hablando a la oficina del ombudsman de *El Sol de Washington*. Si considera que ha sido inexactamente citado, presione uno. Si habló usted con un reportero *off the record* pero fue identificado en el artículo, presione el dos. Si hizo declaraciones sólo para el contexto de la nota pero fue citado, presione el tres. Si usted fue citado con exactitud pero considera que el reportero se extravió y descuidó el asunto central, presione el cuatro. Si usted es una fuente confidencial de la Casa Blanca y está llamando para alertar a su reportero que el presidente está furioso por las filtraciones y ha ordenado una revisión de todas las llamadas que han salido de los conmutadores de la Casa Blanca, presione cinco. Para hablar con un editor, presione seis".

Exhausto, Nick colgó.⁵³

5. ¿Qué informar?

Ese es el primer dilema de los comunicadores. La tentación de la trivía y la chachara, tan facilonas como, con frecuencia, exitosas, tiende a ser una de las principales condiciones para que nuestros diarios y revistas, así como amplios espacios en los medios elec-

⁵² Organization of News Ombudsmen, *Editors for the Public. What Are News Ombudsmen and Why Should the Media Have Them?*, folleto distribuido en 1994.

⁵³ Christopher Buckley, *Thank You for Smoking*, novela publicada por Random House. Cita aparecida en *Columbia Journalism Review*, Nueva York, septiembre-octubre, 1994.

trónicos, estén repletos de simplicidades. Las noticias tienen signo. La pensadora española Victoria Camps, ha recordado que:

La realidad es un producto social, los hechos —políticos, culturales, sociales— son producidos por personas físicas o jurídicas con una personalidad ideológica. Si ideológicamente son insípidos, carecen de entidad o no son nunca noticia. Dado que la política lo tiñe y lo invade todo, ninguna información puede considerarse neutra.⁵⁴

El poder que tienen actualmente los medios, dice esa autora, radica en esa capacidad para *producir realidad*: “sólo existe aquello de lo cual hablan los medios”. La comunicación sirve de manera inmediata para manufacturar el consenso, como dice Noam Chomsky aunque también, según el mismo autor estadounidense, para crear ilusiones necesarias.⁵⁵ La función política de los medios ha quedado fuera de toda duda. Ellos no sólo propagan la realidad, sino además la moldean, la generan y la transmiten.

Esa realidad, a pesar de que los propios medios abaten distancias geográficas y multiplican la propagación de informaciones, pareciera cada vez más compleja. Pocos periodistas advierten la dificultad que existe para comunicar noticias en un panorama con numerosos

matices. Un informador holandés, haciéndose cargo de tal rompecabezas, ha considerado:

El periodista... debe proporcionar información valiosa a una audiencia o a sus lectores. Pero ahora es cuando afrontamos nuestro gran dilema. ¿Cómo puede mucha gente juzgar y entender el impacto que hoy en día las noticias tienen sobre nuestras vidas? El escenario mundial se ha vuelto tan complejo que incluso apoyados en artificios tecnológicos que están a nuestro alcance, no podemos hacer que una audiencia o unos lectores entiendan el significado de los acontecimientos. No podemos alcanzar a los lectores, dejar solos a los que escuchan y a los que ven, porque creo que solos no podrán hacerlo más. Es un dilema muy grande para cada profesional. Poseemos las técnicas. En televisión podemos editar horas de imágenes en una secuencia de segundos y presentarlas en un sensacional *spot* noticioso. Podemos hacer preciosos documentales, con imágenes electrónicas, mapas y gráficas. Somos capaces de ofrecer un testimonio sobre la vida, de manera real, como cuando el poder centralizado en Moscú explotó en pedazos. No nos sorprendemos ya más.⁵⁶

Pero transmitir el acontecimiento de poco sirve si no se le ofrece al espectador información suficiente para que pueda evaluarlo, ubicarlo:

⁵⁴ Victoria Camps, “El derecho a la información y el deber de informar”, en *Letra Internacional* no. 18, Madrid, verano 1990.

⁵⁵ Edward S. Herman y Noam Chomsky, *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*, Phanteon Books, Nueva York, 1988 y Noam Chomsky, *Necessary Illusions. Thought Control in Democratic Societies*, South End Press, Boston, 1989.

⁵⁶ Klaas Jan Hindriks, “Los retos del nuevo periodismo”, en *El Ladrillo*, periódico de la Universidad Iberoamericana, no. 16, México, 3 de octubre de 1994. Jan Hindriks, comentarista de política internacional en Holanda, forma parte del grupo *Journalists for Tomorrow* —Periodistas para mañana— que promueve la concientización de ese gremio a partir de valores morales y humanistas.

Entonces [añade el mismo profesional] qué debemos hacer nosotros como periodistas en relación a estos acontecimientos. Creo que nosotros, periodistas, debemos iniciar una búsqueda en nuestro interior, debemos crear otras fórmulas. Debemos ser más humanos en nuestra aproximación a las noticias.⁵⁷

Los medios no son *la* realidad, sino el mecanismo a través del cual ella llega a ser conocida, tamizada siempre por el cernidor que establece cada reportero, jefe de redacción o editor. Así, como resulta evidente, la realidad es comunicada con acentos, matices, sesgos u omisiones, según la perspectiva de cada informador u operador de los medios. Es importante que los periodistas tengan conciencia de esas funciones de los medios. Pero quizá no basta con que estén al tanto de ello, para que la transmisión o exposición de hechos y opiniones en los medios esté a salvo de errores.

El *filtro* personal que impone cada periodista por cuyas manos pasa una noticia, suele ser más discrecional en la ausencia de reglas de ética que puedan ser tomadas como confiables y pertinentes. En una reunión internacional de ombudsmen, se discutió la caída internacional de la industria periodística y sus vinculaciones con el desinterés de los lectores (en todas partes los diarios suelen tener tirajes menores, e incluso a la baja, en contraste con el aumento en la audiencia de los medios electrónicos) a partir de dos casos que habían inquietado a la prensa de los Estados Unidos:

El primero se centró en la ruptura por algunos medios del anonimato que protege habitualmente a

las víctimas de agresiones sexuales con motivo del caso del sobrino del senador Edward Kennedy; el segundo, menos intenso, sobre la difusión por los diarios de datos escandalosos, y aparentemente poco verificados, extraídos de una biografía de Nancy Reagan. En este segundo caso los críticos planteaban la cuestión de la siguiente forma: ¿debe un diario difundir los rumores y cotilleos impresos en una biografía cuando esa misma información sería rechazada por poco fiable, escasamente comprobada y difamatoria, si se la ofreciera un redactor del diario?

Continuaba este comentario:

La mayoría de los ombudsmen consultados consideraban irrelevante o retórica la pregunta, ya que cuando un hecho se convierte en noticia —sea un libro, un reportaje o cualquier otra cosa— es imposible ignorarlo. Por el contrario, el silencio sería interpretado como una forma de censura, dicen.

Y concluía la nota que estamos transcribiendo: "Caio Tulio Costa, aficionado a la poesía y ombudsman del diario brasileño *Folha de Sao Paulo*, lo resumía con lucidez: «Este es un movimiento sin éxito. Depende del momento en que narres el acontecimiento, aplicas un código u otro. Es un viejo dilema moral»".⁵⁸ El autor de las líneas anteriores, el periodista José Miguel Larraya, fue ombudsman de *El País* entre 1989 y 1991. Es decir, su opinión no es la de cualquier periodista ni la de alguien despreocupado de la ética o la responsabilidad en los medios. Por eso, llama la atención que considere

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ José Miguel Larraya, *op. cit.*

que lo importante es dar a conocer un hecho —en aras de cumplir con la misión de difundir *noticias*— aunque para los editores de un medio de comunicación el asunto pueda ser inverosímil (“es imposible ignorarlo”, se justifica). Por supuesto, hay maneras y maneras de decir una noticia. Pero aun aquella que se proporciona con las mayores precauciones, aun cuando se diga que la fuente de donde proviene no tiene crédito y que puede tratarse de una mentira, el hecho de que aparezca impresa (o radiodifundida, o televisada) ya le confiere una legitimidad que no tendría si, en virtud de la desconfianza que provoque, se deja sin publicar. Esa precaución no la tuvo, por ejemplo, el ya citado semanario *The New Statesman* que, en Londres, publicó rumores sobre presuntos amores del Primer Ministro y, a pesar de que aclaraba que se trataba de versiones no confirmadas, fue sancionado judicialmente por sugerir hechos desfavorables a la fama pública de ese personaje.

PERIODISMO “ATRAPADOR” Y CURIOSIDAD DEL PÚBLICO

En las redacciones, también se toman decisiones definitorias cuando se aprueba la publicación de materiales que se sabe han sido alterados. Ese es el caso, cada vez más frecuente, de la digitalización de imágenes. En los Estados Unidos se han registrado varios casos célebres —por las rectificaciones que han suscitado— de adulteración de imágenes. En junio de 1994, cuando comenzaba la fiebre noticiosa en torno al exfutbolista profesional O. J. Simpson, que estaba acusado de asesinar a su exesposa, los dos principales semanarios de esa nación publicaron la misma fotografía,

proporcionada por la policía de Los Angeles. Pero no era igual.

Newsweek y *Time*, eligieron para las portadas de su edición doméstica el mismo retrato de Simpson. Sin embargo, los diseñadores de *Time* la retocaron para que el célebre deportista pareciera más grotesco. Digitalizando la imagen en computadora, oscurecieron el rostro a fin de que la tez resultase más negra, le colocaron una barba más cerrada como si no se hubiera afeitado y la frente, amplia y vistosa, fue iluminada como si estuviera colocada debajo de un reflector. Lo hicieron ver “como si fuera un criminal”, protestaron dirigentes de grupos de derechos civiles de la gente negra. Aunque *Time* aclaraba en interiores que se trataba de una “fotoilustración”, los impugnadores de ese recurso consideraron que había dolo en la alteración de la imagen.⁵⁹ El titular que cada una de esas célebres revistas colocó sobre la foto, podría haber dado también de qué hablar. *Time* se refirió al caso Simpson como “Una tragedia americana”. *Newsweek* en cambio, ofreció en su portada la siguiente frase: “Sendero de sangre”.

Time había estado involucrada en otra disputa por la alteración de una imagen, unos cuantos meses atrás, cuando los medios y el mundillo político estadounidenses propagaban el escándalo Whitewater. Se trataba de las acusaciones por manejos presuntamente oscuros de un fondo de ahorros por parte de Bill Clinton o de su mujer Hillary, en 1979, cuando él era gobernador de Arkansas. Las pruebas en ese asunto eran endeble, pero los medios especularon insistentemente. Incluso, se llegó a la falsificación de testimonios gráficos, como en

⁵⁹ José M. Calco, “Acusaciones de racismo contra *Time* por retocar una foto de portada”, en *El País*, Madrid, 23 de junio de 1994.

el siguiente episodio relatado por el corresponsal de un diario mexicano:

La cabeza del *Time*, dice en hermosas letras gigantes: "Aguas Profundas: cómo trataron de frenar la investigación Whitewater, los hombres del presidente". Cualquier alusión a "los hombres del presidente" como se llama el libro sobre Watergate es, por supuesto, mera coincidencia.

¡Sorpresa! La foto del *Time* era "inventada"...

A Clinton de veras le adulteraron la foto.

La foto original es de una reunión intrascendente —tan intrascendente que hasta su vocera Dee Dee Myers está presente— en que Clinton discute con varios de sus asesores, el horario de actividades de un día cualquiera.

La foto fue editada. Casualmente eliminaron a la Myers que, todo el mundo lo sabe, no entra a las reuniones importantes. Su sola presencia sugeriría que la sesión de la foto era intrascendente. Dejaron, en cambio, el cuadro descrito al principio: Clinton y su asesor. Aguas Profundas.

Cuando la foto fue tomada, Whitewater ni siquiera había estallado como escándalo.

La Casa Blanca protestó ante el *Time*. Los editores de la revista se dieron cuenta de que, ¡ay!, viéndolo bien, tienen razón: la foto podría confundir a los lectores.⁶⁰

Más allá de la adulteración digital, el problema central radica en qué aspecto de la realidad va a presentar-le el periodista a su público. Con frecuencia, el afán

mercantil lleva a buscar las poses más grotescas, o incómodas, cuando se trata de informar sobre actividades de personajes políticos. A esa costumbre, en los Estados Unidos se le ha llegado a denominar "periodismo atrapador". Una reportera tejana explicaba de la siguiente manera ese subgénero informativo:

Estoy muy familiarizada con ese periodismo "atrapador", especialmente desde el ángulo televisivo, y qué tentadoras son esas imágenes. Puedes lograr una fotografía de un legislador pasado de peso, tirado junto a la alberca y bebiendo. Esa es una imagen gorda para los equipos de televisión... Desde mi punto de vista es injusto, es una distorsión de las cosas y perjudica al gobierno representativo de una manera que a los periodistas nos debería preocupar. Ese constante acoso, esa constante persecución negativa se debe a que nuestros editores lo quieren así, porque estamos compitiendo por las audiencias, porque queremos conflicto y queremos corrupción y queremos todas esas cosas y resolvemos ir adelante y estar dañando al gobierno representativo.⁶¹

Ejemplos de ese periodismo "atrapador", aunque seguramente no tiene consecuencias tan graves como las que sugiere la periodista antes citada, son las consabidas —y previsibles— fotos de legisladores mexicanos durmiendo en sus curules de la Cámara de Diputados durante alguno de los extensos debates que allí ocurren.

De la manera que se le llame, ése es un periodismo sensacionalista. Ya hemos mencionado numerosos

⁶⁰ Rodolfo Medina, "Washingtongate. *Time* y *Newsweek*", en *unomásuno*, México, 6 de abril de 1994.

⁶¹ Citado por Peter A. Brown en "Gotcha in San Diego", en *Forbes Media Critic*, vol. 1, no. 2, Nueva York, 1994, pp. 72-73.

ejemplos de él en los apartados recientes. El periodista Carl Bernstein, coautor de aquella célebre indagación sobre Watergate, ha escrito que:

En esta nueva cultura de excitación periodística, enseñamos a nuestros lectores y espectadores que lo trivial es significativo, que lo sensacional y lo estúpido es más importante que las verdaderas noticias. No servimos a nuestros lectores y espectadores, nos mostramos condescendientes con ellos, calculamos lo que creemos que va a vender y que aumentará nuestros créditos y nuestras cuentas bancarias.⁶²

Washington, en todo caso, parece despertar intensamente la atención del público estadounidense y no sólo por las decisiones estrictamente políticas. Las vicisitudes de Bill Clinton con los medios, requerirían de una muy amplia antología. En la primavera de 1994 una mujer que había sido empleada suya años antes, Paula Corbin Jones, lo acusó de haberla querido seducir. Sin embargo, esperó varios años para presentar su denuncia. El abogado de la súbitamente popular señora Jones, le ofreció a Clinton un arreglo financiero rápido, a cambio de olvidar el asunto. Los medios, sin embargo, para entonces ya estaban encantados con Mrs. Jones.

Harto del sensacionalismo con que no pocos medios, muchos de ellos de reconocido prestigio, lucaban con

chismes sobre ese presidente, el periodista Mortimer B. Zuckerman escribió una apasionada reconvención en el *U.S. News & World Report*. Allí presentaba conceptos como los siguientes:

Cada vez que uno piensa que la política y los medios noticiosos ya no pueden volverse más sórdidos nos encontramos con una desagradable sorpresa. El autobús de la noticia al que todos quieren subir es el carro de la basura.

La rastrera prensa sensacionalista y la nueva enfermedad, la televisión sensacionalista, no tienen escrúpulos para tales noticias.

Escarbar la mugre, o fabricarla, ése es su negocio. Y esto no es nada nuevo. Lo que sí es nuevo es la prontitud y esmero con que la prensa común y la televisión parecen sentirse obligados a hacernos derramar la bilis.

Lo triste del hecho es que el ciclo de las noticias funciona de tal manera, que los simples alegatos sin pruebas rompen en encabezados. Está muy bien decir que después el acusado salió sin una mancha de culpa en su carácter. Pero la realidad fue detallada por Anthony Trollope en su narrativa de Phineas Finn, quien fue absuelto pero nunca pudo entrar a la Cámara de los Comunes sin que lo hicieran sentirse culpable. El había sido tan despedazado y descuartizado, tan expuesto a las miradas de los prosaicos, tan vapuleado por el público, que nunca más pudo ser otra cosa que la miserable criatura que había sido enjuiciada por el asesinato de su enemigo. El nunca más pudo disfrutar de esa libertad de culpa, esa tranquilidad interna del espíritu que es esencial para serle de utilidad el público.

⁶² Carl Bernstein, "Mi generación, tu generación", en *El País*, Madrid, 12 de junio de 1994. En el mismo tono crítico y del mismo autor, se publicó "La cultura idiota", en *nexos*, no. 177, México, septiembre de 1992.

Ese es el costo para el público, el costo de la degradación de las normas que estamos hoy presenciando. Podemos adoptar una postura pública en contra del abuso de los tribunales para fines políticos o personales. Obliguemos a los demandantes a pagar todo o una porción de los gastos legales de ambas partes si sus alegatos no son substanciales. Y ya es hora de que se le prohíba a los medios noticiosos darle la victoria a dichos demandantes en la corte de la opinión pública, sin que éstos sean antes escuchados por un tribunal.⁶³

Desde luego, no únicamente los deslices o mohines de los famosos conmueven en los medios. Cuando la gente de la calle tiene relevancia en la prensa y, más aún, en la televisión, es porque ha experimentado un golpe de suerte o ha sido víctima de alguna desgracia. La cobertura de acontecimientos policiacos le interesa a la sociedad que se ve reflejada a sí misma en algunas de sus peores facetas. Lo mismo sucede en la información sobre desastres naturales, accidentes y otras calamidades.

En no pocas ocasiones, algunos de esos hechos son exagerados para atraer o conservar la curiosidad de los públicos. Un escritor estadounidense, ha encontrado que entre los problemas centrales del periodismo contemporáneo, está su tendencia a ofrecer reportajes sobre temas "humanos" a partir de prejuicios o supuestas posiciones de compasión o condescendencia:

⁶³ Mortimer B. Zuckerman, "¿Verdad o sensacionalismo?", traducción de Martín Lastra, artículo de *U.S. News and World Report*, reproducido en *Reforma*, México, 21 de mayo de 1994.

Los medios son frecuentemente atacados por sesgar las noticias o por tener una agenda... Quizás, pero muchos reporteros y editores son incapaces de tener cualquier agenda y parecen estar tratando de jugar derecho. El problema auténtico, me parece, es la manera como las historias son inconscientemente enmarcadas en la cultura de la redacción. Debido a esa niebla o sentimiento de somnolencia que hay en las redacciones, casi cualquier historia parece adecuada para ser enmarcada en términos de compasión y/o prejuicio.⁶⁴

Así es como son manejados, dice ese observador, los reportajes sobre los hombres y mujeres que viven en la calle, los *homeless* o sobre las víctimas del SIDA. En numerosas ocasiones, temas como éstos, que serían propicios para un tratamiento a fondo —didáctico— capaz de explicar causas y posibles soluciones o escenarios, se quedan en la descripción anecdótica.

¿Qué informar? La agencia española EFE establece la siguiente norma general de comportamiento periodístico:

"Una información debe considerarse incompleta si no recoge las diversas posiciones existentes acerca de un conflicto o no refleja los testimonios de las distintas partes concernidas en un suceso".⁶⁵

En varios sentidos sería preciso que el periodismo, sin renunciar a sus muchos logros modernos, volviera a los orígenes: a la elementalidad de la nota informativa que informa y no se afana en editorializar, el

⁶⁴ John Leo, "Framing the Wrong Picture. Problems in News Reporting", en *U.S. News & World Report*, Nueva York, diciembre 26 de 1994.

⁶⁵ Federico Campbell, *op. cit.*

comentario que comenta sin que haya confusión entre el dato y la opinión, el anuncio publicitario que es precisamente eso y no propaganda disfrazada de material redaccional.

Vaya: a estas alturas del desarrollo tecnológico y del cinismo periodístico, hace falta incluso pretender que las fotografías sean imágenes reales y no virtuales, o que cuando han sido alteradas se nos advierta de ello con toda claridad; que los testimonios de actualidad sean eso y no declaraciones casuales, forzadas o sacadas del archivo; que las entrevistas vuelvan a ser diálogos entre un interrogador enterado y un declarante que tiene algo que decir. Cuántas veces no nos encontramos con planas repletas de declaraciones reiterativas, huecas o ceremoniosas que, en rigor, no son auténticas noticias. En cuántas ocasiones no se nos disfraza de entrevista lo que fue simple intercambio de frases cortas entre un funcionario apresurado y un periodista que entiende que tener iniciativa es encender la grabadora que trae en la mano. No nos detenemos aquí a discutir los recursos para conseguir la información, sino los resultados. Cháchara, trivía y frases huecas desbordan las planas de nuestros diarios y los espacios de los noticieros. Quizá, entonces, no es ocioso ese llamado para volver a lo básico, que en el periodismo tendría que ser el intento para contestar a las preguntas elementales sin las cuales no hay noticia: *qué, quién, cuándo, cómo* y, si fuera posible, entonces *por qué*.

6. Cuando la información utiliza a la ética

Los medios, de cualquier manera, tienen principios que, auténtica o pretendidamente, los orientan. Ningún director de periódico admitirá que nos encontramos fatalmente ante una ley de la selva informativa. Ningún reportero aceptará que sale a buscar noticias sin más parámetro que el escándalo. Servir a los lectores, reconocerse en la sociedad o incluso —en la prensa que asume explícitamente un signo ideológico—, propagar una causa o defenderla, son cartabones en los que se ubica el desempeño de los medios.

Esos parámetros, siempre están revestidos de contenidos éticos. Hacer *buen*, o *mal* periodismo, se definirá en contraste con el cumplimiento, o no, de tales metas o ideales. Sin embargo, sobre todo cuando no quedan explícitos, esos principios llegan a ser moldeables de acuerdo con las circunstancias.

Cuando los códigos son tan imprecisos, o pueden ser alterados según la conveniencia de cada momento, simplemente no son confiables, ni eficaces para demandar su cumplimiento. La ya citada Victoria Camps, apunta que con el argumento de que la sociedad exige noticias de toda índole, "la información utiliza a la ética, la pone a su servicio".

Esa actitud utilitaria de los medios respecto de la ética, no es necesariamente congruente con la defensa de intereses sociales. Para un medio sensacionalista puede ser ética, en tanto que pareciera estar respaldada por el derecho a la información, la divulgación de asuntos ligados con la vida privada de un personaje público. Con el mismo criterio, se puede considerar *ética* a la publicación de testimonios que puedan afectar el prestigio de un ciudadano (por ejemplo, una

acusación de delito que luego se prueba que era falsa) o incluso la seguridad de un país, como cuando se dan a conocer informaciones que alertan a delincuentes sobre posibles acciones policiacas en su contra.

¿Fue ética, o no, la divulgación, por parte del diario *The Waco Tribune Herald*, en Texas, de un reportaje que permitió suponer que la policía se disponía a allanar la casa del líder de una secta ocultista, David Koresh, en marzo de 1993?

En México —en otro asunto, que se comenta en otro sitio de este libro— se ha dicho que algunos medios de información han servido para alertar a *capos* del narcotráfico sobre operaciones policiacas que se emprenderían en su contra; el sistema es sencillo: un jefe policiaco, coludido con el narcotráfico, aprovecha su ascendiente sobre algún reportero para darle el *pitazo* de una posible operación judicial; la noticia aparece en páginas interiores de un diario sólo como especulación, pero ella es suficiente para que los narcotraficantes puedan huir, antes de que llegue la policía.⁶⁶

¿Ética? Esta existe en condiciones de claridad y responsabilidad mutuas: por parte de actores sociales y autoridades, periodistas y editores y, desde luego, por parte de los públicos que atienden a los medios.

Otra práctica abusiva del derecho de los lectores a tener informaciones claras (y de los radioescuchas o televidentes, también) es el empleo de fórmulas como “según fuentes bien enteradas...”, “de acuerdo con expertos”, “como dijeron informantes autorizados...”, etcétera, que no sirven más que para ocultar la identidad

del declarante o, en no pocos casos, para disimular una opinión que el reportero, o el articulista, no se animan a precisar como propia. En torno a estas prácticas, se ha dicho que:

La profesionalización del medio exige un código de ética, que se sustente en la información, basado en datos comprobables y en fuentes, y si en algunos casos las fuentes no se pueden hacer públicas, la información necesariamente deberá ser comprobable, debe haber hechos en lugar de adjetivos. Pregúntemonos cuántos de los medios amarillistas que degradan nuestro sistema de información, podrían cumplir con ese código ético.⁶⁷

Pero incluso los periodistas más acuciosos, difícilmente escapan a empleo de esos recursos oblicuos para eludir o matiar su responsabilidad sobre alguna información, o a decir verdades a medias atribuyéndolas a “expertos” o a “personajes enterados”.

Otra modalidad de información tramposilla, un poco al revés de la anterior, consiste en publicar afirmaciones que se han hecho con la aclaración de que no son para ser difundidas. En todo el mundo existe la práctica de funcionarios y políticos para hacer comentarios *off the record*, para consumo sólo de los periodistas. Algunos informadores, cuando lo juzgan pertinente y bajo su firma y responsabilidad, publican las versiones que escuchan “fuera de registro” aunque lo habitual es que tales comentarios sólo sirvan para orientar sus futuras búsquedas informativas o para dotarlos de

⁶⁶ Así lo aseguró un comunicado de prensa de la Procuraduría General de la República, el 15 de abril de 1993.

⁶⁷ Jorge Fernández Menéndez, “Prensa: la cultura de la concertación”, en *unomásno*, México, 13 de junio de 1991.

contexto. Sin embargo, siempre que una declaración inicialmente formulada *off the record* es publicada, hay una traición a la confianza del informante.

Así ocurrió, al menos en parte, por ejemplo, en enero de 1993 cuando en la Ciudad de México varios periodistas reprodujeron declaraciones del entonces dirigente del Partido Acción Nacional, don Luis H. Álvarez quien, después de una conferencia de prensa, charló informalmente con tres reporteros sobre la actuación de su partido en el conflicto postelectoral de 1988. Había el entendido, según se dijo después, de que la plática era no oficial y no para ser publicada. Sin embargo, durante toda la conversación un reportero de *Excelsior* mantuvo encendida su grabadora, presumiblemente en condiciones de ser vista por Álvarez. Cuando las declaraciones de ese dirigente fueron publicadas, se suscitó una pequeña conmoción política porque el dirigente del principal partido mexicano después del PRI, aseguraba que en 1988, "no había forma humana" de saber quién había ganado los comicios federales. En aquella ocasión, comentamos que:

Álvarez había solicitado reserva al pequeño grupo de periodistas que escucharon sus confidencias. Uno de ellos, fue indiscreto. Allí puede encontrarse una violación a una de las costumbres implícitas entre los informadores y el poder político, que es la de la declaración fuera de registro, no para ser publicada. Todos tenemos derecho a elegir aquellas opiniones nuestras que son para ser conocidas, y las que no. Pero también, en ese episodio se reitera la pobreza de una cultura política --y de un ejercicio periodístico-- tan habituados a la información sin

sustento, a la versión no autorizada, al *off the record* que sólo existe cuando los personajes políticos, o los funcionarios, tienen una versión para el público y otra para sus allegados. La política del secreto sigue prevaleciendo en muchos ámbitos, con todo y que esa práctica no valida la política de la indiscreción.¹⁶

Por su parte el diario *El Nacional*, propiedad del gobierno mexicano, dijo a propósito de ese incidente que

...hay que darle la razón al dirigente del partido Acción Nacional, Luis H. Álvarez, quien señaló ayer una falta a la ética profesional en la difusión de comentarios externados por él *off the record*. Las declaraciones de este tipo --comunes en el ejercicio periodístico de otros países-- podrían llegar a ser un recurso común y saludable para facilitar el trato entre periodista e informante. También implica, desde luego, un riesgo, pero debieran existir recursos legales para que las personas mencionadas en alguna nota pudieran reclamar a los editores. Pero no sólo ellos, sino también los lectores, como ocurre en otras naciones.

Continuaba la posición de *El Nacional*:

Resultaría conveniente para el periodismo mexicano poner en el tapete de las discusiones la conveniencia o inconveniencia de utilizar recursos tales como "fuentes confiables" o "voceros autorizados"

¹⁶ Raúl Trejo Delarbre, "Sociedad y poder", en *unomásuno*, México, 31 de enero de 1993.

para sostener sus informes. En la medida en que fuera bien utilizado, el recurso ganaría credibilidad.⁶⁹

7. México: derecho a la información y derecho a los compromisos

¿Cómo regular, entonces, el flujo informativo y la emisión de noticias? Una vía, la inicialmente más simple aunque a la postre costosa, radica en la existencia de reglas muy estrictas, que sean capaces de sancionar a los periodistas que cometan excesos en su trabajo como comunicadores. Derechos individuales, posibilidades de réplica y delitos como el daño moral, pueden quedar incorporados en distintas legislaciones.

Esas previsiones jurídicas parecieran indispensables, pero no bastan. De hecho, como se ha comentado en páginas anteriores aunque ése no es el tema del presente libro, en diversos países de Europa y América, al mismo tiempo que se incursiona en la creación de códigos éticos y otros recursos de autocontrol, hay la tendencia a revisar las atribuciones legales que los ciudadanos tienen delante de posibles excesos de los medios de comunicación.

En México, durante la última cuarta parte del siglo se han repetido varios intentos para reglamentar el derecho a la información, que desde 1977 está incorporado en la Constitución Política. Cada vez que algunos grupos de comunicadores han querido que la ley precise qué se entiende por tal derecho y por qué vías habría de ejercerse y en cuáles condiciones, han

surgido opositores a tal reglamentación. Especialmente, algunos grupos de periodistas han considerado que sería atentatoria a la libertad de prensa la penalización contra quienes violen las garantías individuales, o sociales, a través de mensajes propagados en los medios de comunicación. En rigor, de cualquier manera la calumnia y la difamación están tipificadas como delitos. Pero de todos modos, se ha considerado que precisar el papel posible de la prensa como un vehículo para la comisión de tales ilícitos, resultaría desfavorable a los informadores.

Ese fue el caso, por ejemplo, del "daño moral", una iniciativa de ley que en 1982 presentó al Congreso, cuando apenas comenzaba, el gobierno de Miguel de la Madrid. Esa propuesta, fue severamente cuestionada por los principales empresarios de los medios de comunicación, aunque era apoyada por la diputación socialista del PSUM. La iniciativa, que se pretendía añadir al Código Civil, finalmente se aprobó solamente para delitos no relacionados con la actividad periodística.⁷⁰

Otros intentos, corrieron similar suerte: para el gobierno, la modificación a las leyes que rigen el desempeño de los medios ha sido un asunto secundario, o que se ha considerado no pertinente remover, con tal de no suscitar una polvareda que inquietase demasiado a los dueños y operadores de los cada vez más influyentes espacios de comunicación.

Después de varias consultas nacionales que resultaron igualmente infructuosas, en diciembre de 1994 la Cámara de Diputados anunció un nuevo intento, con

⁶⁹ "Ética profesional y respeto a la confidencialidad", en *El Nacional*, México, 29 de enero de 1993.

⁷⁰ Grupo Parlamentario del PSUM, *Los socialistas en el Congreso*, volumen 8, *Tres años de actividad*, Grupo Parlamentario del Partido Socialista Unificado de México, México, 1984.

la creación de una Comisión Especial de Medios de Comunicación integrada por legisladores de los cuatro partidos políticos que en ese momento tenían representación parlamentaria. Durante el siguiente año, la nueva Comisión realizó foros en una decena de ciudades del país y en el verano de 1996, se disponía a abrir nuevas audiencias para aclarar dudas específicas, con vistas a la elaboración de una nueva legislación. Ese era, al menos, el propósito de dicho grupo pluripartidista. Lo interesante para efectos de este libro, es el hecho de que por primera vez y a diferencia de las consultas anteriores, en los foros de 1995 el tema de la ética en los medios fue mencionado en numerosas ocasiones.⁷¹ El asunto, al menos, ya forma parte de la agenda del debate sobre los medios en México.

Hay quienes han pensado que el problema de la ética en la prensa puede resolverse en el marco de una reglamentación al derecho de la información. El periodista Jorge Fernández Menéndez ha escrito que, con la reglamentación del derecho a la información, "habría un marco legal al cual se tendrían que ajustar [los

periodistas]... porque aquél incluiría indefectiblemente un código ético que impidiera los abusos y atropellos".⁷²

En junio de 1991 varios directivos de medios, así como académicos y periodistas, accedieron a suscribir un documento en donde se insistía en la reglamentación del derecho a la información pero a través de la creación de un Código Federal de la Comunicación Social que, se decía, podría "articular un cuerpo legal coherente, realmente moderno, que asegure la pluralidad y que permita ejercer plenamente la libertad de expresión que garantiza nuestra Constitución Política". En esa iniciativa, se recordaba que: "Una sociedad como la mexicana, inmersa en una compleja transición hacia la democracia, requiere de un sistema de medios de información plural, tolerante y racional, que no solamente contribuya a afianzar ese proceso sino también a consolidar las tradiciones y convicciones democráticas".

Se añadía:

El derecho a la información que se garantiza en el Artículo Sexto de nuestra Constitución Política, es piedra angular en las posibilidades para construir ese nuevo sistema de medios. Sin embargo, no existe una ley reglamentaria capaz de normar de manera específica los métodos y las formas para hacer accesible a los mexicanos ese derecho. Esa ausencia, significa un vacío legal que resulta cada vez más notable, ante una realidad que supera la dispersa, contradictoria y en distintos rubros obsoleta legislación actual. Ese conjunto de leyes en algunos aspectos resulta inoperante y discrecional, incapaz de

⁷¹ Durante las consultas, realizadas del 8 de junio al 11 de julio, se presentaron 2 908 ponencias sobre muy diversos asuntos relacionados con la comunicación, organizados en 14 temas y subtemas. De ellas, el 16% —242 ponencias— fueron inscritas en el rubro "La responsabilidad social de los medios de comunicación", que fue en donde se mencionaron varias modalidades de autorregulación de los medios: códigos de ética voluntarios, códigos obligatorios por ley, defensores de los lectores y los públicos con respaldo institucional o sin él, etcétera. Cfr: Comisión Especial de Comunicación Social de la Cámara de Diputados, *Consulta pública en materia de comunicación social. Primera etapa: relatoria Foros regionales de consulta (versión preliminar)*, Cámara de Diputados, octubre de 1995, mimeo.

⁷² Fernández Menéndez, *op. cit.*

dar cauce a las nuevas circunstancias de una sociedad cada vez más plural y participativa, junto con la existencia de medios que reflejan, pese a sus limitaciones, nuevas actitudes informativas.

Entre los retos y contradicciones que hacían necesaria, de nuevo, la discusión de un marco jurídico completo y coherente para la relación entre medios, Estado y sociedad, se mencionaba que:

Esas relaciones entre una sociedad cada vez más compleja y medios cada vez más influyentes, debe enfrentar nuevos conflictos y desafíos: la futura apertura de la economía de servicios que traerá la previsible presencia de algunas modalidades de inversión extranjera en los medios; la ausencia de mecanismos que al mismo tiempo que garanticen el derecho a la información, preserven a la ciudadanía de los abusos en que pueden incurrir los comunicadores y las lesiones a la fama pública; el establecimiento de políticas que permitan el acceso a los medios de diferentes instituciones sociales; la verdadera profesionalización de los informadores.⁷³

⁷³ El documento fue suscrito por las siguientes personas —citamos aquí los cargos que tenían en ese momento—: Jorge Calles, presidente del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación; José Carreño Carlón, director de *El Nacional*; Rolando Cordera Campos, director del programa de TV *nexos*; Arnaldo Córdova, investigador universitario y articulista en *unomásuno*; Jorge Fernández Menéndez, director del suplemento político de *unomásuno*; Héctor de la Garza, "Eko", caricaturista en el mismo diario; Javier Esteinou Madrid, investigador en la UAM; León García Soler, director de "Jueves" suplemento de *Excélsior*; José Luis Gutiérrez Espíndola, colaborador de *El Nacional*; Luis Gutiérrez Rodríguez, director de *unomásuno*; Pablo Hiriart, director de la agencia de noticias Notimex; Ana

En aquel documento, se sugería que en el marco de un Código Federal de la Comunicación Social —con un rango similar al que ahora tiene el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales— quedarán ubicadas reglas de comportamiento ético de los medios y los informadores. Otra opción, podría ser que tales cuerpos de propósitos y compromisos no estuvieran supeditados a ninguna ley, sino a la voluntad de cada comunidad de periodistas o de cada medio de información.

8. Una ética para la crítica. Primeros intentos en México

Los códigos de ética son entendidos, por algunos periodistas, como instrumentos de coacción en contra de ellos mismos. Esa ha sido la interpretación, por ejemplo, del entonces subdirector de *Novedades*, Héctor Dávalos H., para quien habría interesados en

que se desempolvara otro viejo tema, favorito de organizaciones que propugnan por el mayor control gubernamental de los periodistas, ya que es el de la adopción de códigos nacionales e internacionales de ética para el ejercicio de la tarea periodística, lo cual llevaría indefectiblemente a que hubiera un organismo

María Menéndez, presidenta de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación; Carlos Payán V., director de *La Jornada*; Beatriz Solís L., profesora en la UAM; Raúl Trejo Delarbre, director del suplemento político de *El Nacional* y José Woldenberg, presidente del Instituto de Estudios para la Transición Democrática. El documento, escrito por Fernández Menéndez y Trejo Delarbre, apareció en los diarios mencionados, el 7 de junio de 1991.

que obligara a los colegas a observarlo puntualmente y los sancionara en caso de infracciones.⁷⁴

Puede señalarse que si hubiera organismos encargados de vigilar la aplicación de códigos de ética, no tendrían por qué ser necesariamente intervenidos por el Estado. Por otro lado, una cosa es la existencia del código (a partir del cual los lectores, en el caso de la prensa escrita, están en posibilidad de exigir que se cumplan las reglas a las que un periódico ha manifestado adherirse) y otra, distinta, que para ello sea necesario que exista un organismo vigilante.

Hay varias modalidades para que los códigos de ética no se queden sólo en la letra. La primera es el interés de lectores, radioescuchas o televidentes para exigir su cumplimiento. Una fórmula complementaria, que constituye un puente entre las audiencias y el medio de comunicación, es la ya mencionada existencia de defensores de los lectores, u ombudsmen.

En México el Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa (SNRP), una organización que en los años setenta y ochenta alcanzó presencia importante al reunir a los trabajadores de redacción de diarios como *El Universal* y que luego padeció una suerte cambiante y en declive, al haber sido expulsado de varias empresas periodísticas, llegó a elaborar un Decálogo, de contenido fundamentalmente declarativo. Allí se enumeraban propósitos de servicio y responsabilidad social de los informadores y no precisamente reglas específicas para orientar su desempeño profesional. En sus primeras líneas, el Decálogo del SNRP establecía.

⁷⁴ Héctor Dávalos H., "Protección a periodistas y Códigos de Ética", en *Novedades*, México, 20 de julio de 1989.

Declaramos que el periodismo es una profesión honorable y reconocemos las oportunidades que ofrece para servir a la comunidad. Declaramos como principio fundamental que la verdad es la base más sólida de todo periodismo honrado. Declaramos que no utilizamos la libertad de expresión para encubrir un ataque injusto, un desahogo rencoroso y una investigación descuidada respecto a las personas o instituciones.⁷⁵

Ya en los años noventa, comenzó a considerarse en México el propósito de establecer ombudsmen para distintos periódicos. La idea fue mencionada por el director del diario *unomásuno*, Luis Gutiérrez R., quien en una conferencia en Jalapa dijo en agosto de 1992 que, dos años antes, había sugerido a sus colaboradores la creación de una defensoría del lector. "Sin embargo [explicaba] nos hemos topado con el problema de que la creación de un ombudsman por acuerdo de la dirección del diario atraería suspicacias".⁷⁶ Más tarde, el entonces presidente de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, el doctor Jorge Carpizo, consideró que debían existir uno o varios ombudsmen para que los lectores pudieran presentar quejas sobre la información o los editoriales publicados por los periódicos.⁷⁷

⁷⁵ Citado por Eugenio Múzquiz, en "La ética en el periodismo", varios autores, *El periodismo mexicano hoy*, memoria del Primer Seminario de Periodismo Organizado por el Club Primera Plana, UNAM, México, 1990, pp. 21 y ss.

⁷⁶ Luis Gutiérrez R., "El periodismo ante el cambio", en "Página Uno", *unomásuno*, México, 3 de agosto de 1992.

⁷⁷ "Ombudsman en cada periódico, propone Carpizo", en *unomásuno*, México, 8 de diciembre de 1992.

Ese recurso para solucionar posibles disputas entre lectores y periódicos, más tarde fue sugerido también desde el Gobierno Federal por el director de Comunicación Social de la Secretaría de Gobernación, Jorge Medina Viedas, en una conferencia que ofreció a la Asociación de Editores de Periódicos, a comienzos de junio de 1993. Entre otras iniciativas para renovar la relación Prensa-Estado-Sociedad, Medina propuso: "Recoger experiencias de otros países para crear la figura del ombudsman de la prensa, a fin de que las controversias, conflictos y desacuerdos que se presentan, encuentren espacio adecuado para su resolución".⁷⁸

EL ECONOMISTA, PIONERO EN REGULACIÓN ÉTICA

Antes que cualquier otro diario, el periódico especializado *El Economista* aprobó esta medida. El 8 de junio de 1993 en presencia del nuevo presidente de la CNDH, Jorge Madrazo, el director de ese diario, Luis Enrique Mercado, anunció la designación de su *Defensor del Lector*. Se trataba del profesor Alejandro Avilés, periodista con seis décadas de ejercicio profesional y que asumió esa responsabilidad convencido de que "no hay periodismo neutro" y de que "no es neutralidad, sino veracidad, lo que puede exigirse". Su papel, se dijo, lo desempeñaría cuando existiesen inconformidades señaladas por los lectores del diario o por iniciativa propia, a fin de investigar si las informaciones

⁷⁸ Jorge Medina Viedas, "Medios: autocrítica para la democracia", conferencia ante la Aedirmex, en *semanario de política y cultura* etcétera, no. 23, México, 8 de julio de 1993.

publicadas cumplieran con normas establecidas en un Estatuto de Redacción, si dañaban la fama pública de personas o instituciones y si decían la verdad. El periódico señaló un domicilio, dos teléfonos y dos números de fax para que su ombudsman recibiera comunicaciones de los lectores e instaló una oficina para el Defensor, a cuyo encargo no se le especificó una duración determinada. En el caso del profesor Avilés se trabajó de una forma peculiar, en vista de que él no radicaba en la Ciudad de México, de tal suerte que las quejas de los lectores y las pruebas o documentos que existían se le remitían por fax, a través del cual él presentaba sus comentarios o resoluciones.

El Defensor del Lector de *El Economista* es nombrado por el director del diario, quien en la presentación de esta modalidad de interlocución con el público, se refirió a un código denominado Derechos de los Lectores, que establece los siguientes compromisos.

Los lectores de *El Economista* tienen derecho:

1. A recibir a través de las páginas del diario, una información especializada, veraz, plural, interesante, actual y de alta calidad, que les sea útil para formar su propio criterio y tomar decisiones.
2. A que la información publicada por *El Economista* sea respetuosa de la vida privada, la moral y la paz pública.
3. A que la mayor parte de la información del periódico sea resultado de la investigación, de tal manera que reciba más hechos que dichos.
4. A que cada uno de los periodistas y colaboradores de *El Economista* respalden su información y su análisis, no haciéndose eco de rumores o de intereses ajenos a los hechos.

5. [A] Que en las notas publicadas por *El Economista* se eviten en todo caso el halago o el ataque personal.

6. A que en las páginas de *El Economista* se distinga claramente la publicidad de la información, especialmente en lo que toca a la gacetilla política y a las notas pagadas.

7. A que la opinión y la información se distingan entre sí, de manera evidente, en cada sección de *El Economista*.

8. A externar su opinión, sugerencias o inconformidades, lesiones a sus derechos o solicitar las aclaraciones que considere convenientes sobre lo que se publica en las páginas de *El Economista*, a través del Defensor del Lector.⁷⁹

Ese diario estableció también un "Estatuto del Defensor del Lector" y un "Estatuto de la Redacción", documentos novedosos en la prensa mexicana. El primero de ellos, señala en una de sus cláusulas que:

A petición de algún lector o por iniciativa propia, el Defensor del Lector tendrá derecho a ocupar un espacio en la sección "Foro Económico" —el espacio de comentarios de opinión en ese diario— para explicar cómo se elaboró determinada noticia o por qué se tomó determinada decisión que afecta el contenido del periódico. Cuando el asunto no tenga trascendencia para explicarlo públicamente, el Defensor del Lector podrá hacerlo privadamente al

⁷⁹ *Defensor del Lector. El Economista*, folleto publicado por ese diario, s.f. También se informó al respecto en *El Economista* del 9 de junio de 1993 y en la sección "Derechos Humanos" de *El Nacional*, México, 13 de junio de 1993.

lector y transmitir la observación a los directamente responsables.

En su Estatuto de Redacción, entre otras reglas el citado diario establece que en sus páginas, "la información, la opinión y la publicidad estarán claramente diferenciadas entre sí". Este principio ha sido heterodoxo, especialmente ante la costumbre, generalizada en la prensa mexicana, que la publicidad política se confunda con la información. La publicación de *gacetillas* sigue siendo uno de los recursos principales de los medios impresos para allegarse de apoyos financieros y, como es sabido, consiste en la inserción de textos pagados en las mismas características tipográficas en las que se presenta la información ordinaria, de tal suerte que el lector no puede distinguir entre ellas y las noticias propiamente dichas. Algunos diarios han optado por presentar la información pagada en otra familia tipográfica, o con cabezas en cursivas, aunque la distinción no siempre es clara para los lectores.

La *gacetilla* suele tener un costo mayor que la publicidad normal en un diario o una revista. Pero el de la propaganda disfrazada de información es un asunto más que mercantil. En él ha radicado uno de los pivotes de la relación, a menudo más perversa que transparente, entre el poder político y la prensa y que se comenta de manera más amplia en el segundo capítulo de este libro. En la medida que esa práctica tiende a desaparecer, puede pensarse en que haya un trato más claro entre prensa, Estado y sociedad.

En otros de sus apartados, el Estatuto de la Redacción de *El Economista* y ya en el terreno de los compromisos profesionales de sus informadores, señala que:

Ningún reportero [se] podrá desempeñar en alguna dependencia pública o cualquier nivel, ni cubrir la información de aquella dependencia, partido político o sector en que pudiera existir algún conflicto de intereses. En caso de que ocurra, la Junta de Editores se pronunciará sobre el hecho y determinará si existe o no dicho conflicto.⁸⁰

También, apunta que de acuerdo con los principios del diario,

ningún reportero podrá comprometer su trabajo informativo. En todo caso deberá evitar el halago o el ataque y siempre respaldar su información. En caso de que algún reportero acepte gratificaciones de cualquier tipo que busquen alterar su imparcialidad u objetividad, será separado de *El Economista* sin derecho a réplica.

En otros artículos, se defiende el secreto profesional "como un derecho y un deber ético de los periodistas" y, por otro lado, se prohíbe el uso de pseudónimos. La Junta de Editores es un espacio de consulta para el director del periódico y se integra con el Coordinador de la redacción y los editores de cada sección, siempre previa designación del director.⁸¹

El de *El Economista*, fue el primer intento para poner a trabajar a un representante del interés de los lectores, junto con un Código de comportamiento informativo. Estas modalidades pueden ser limitadas, en

⁸⁰ "Estatuto de la Redacción", "Estatuto del Defensor del Lector" y "Derechos de los lectores", documentos internos de *El Economista*, México, junio de 1993.

⁸¹ *Ibid.*

tanto que el periodista que se espera funja como intermediario entre los lectores y el diario es designado por el director de la empresa editorial, sin mayor sanción de algún órgano colegiado. Además, de acuerdo con las normas empresariales habituales, que en el caso de la prensa tienden a ser más autoritarias, la palabra del director parece inapelable, como última instancia en caso de conflicto.

Ese Código de Derechos de los Lectores, puede parecer algo limitado y se presta a interpretaciones contradictorias, como cuando señala que las noticias deben ser veraces, interesantes, actuales y de calidad. Cómo se decide cuándo una información cumple, o no, con tales atributos, sería siempre tema de debate. Pero más allá de esos detalles, no cabe duda de que la decisión de *El Economista* reconocía la necesidad de cubrir un hueco que ha existido entre los medios y sus públicos, así como la pertinencia de que se busquen nuevas formas de compromiso por parte de los órganos e instituciones de comunicación.

Poco antes de que *El Economista* designara a su ombudsman y estableciera su código de Derechos de los Lectores, el coordinador editorial de ese diario escribía que:

En México, a diferencia de otros países, el derecho del lector, como tantos otros, es ignorado... El Estado y los diarios informan lo que quieren... En relación con esto, el lector tiene derecho a exigir que los reporteros tengan una conducta ética, pero también a que se respete su trabajo. La fórmula es sencilla: la garantía de recibir un periodismo ético en pleno sentido no se reduce a que un reportero deje de recibir dinero o prebendas a cambio de su

objetividad, sino que dentro de la redacción nadie distorsione su trabajo, arrogándose el derecho de interpretar lo que convienen al lector o al "gran lector" que es el Estado.⁸²

En México, nos hemos encontrado en la paradoja de que, en medio de un caudal de reformas, que pueden ser consideradas como incompletas pero que proliferan en toda clase de instituciones en el país, la prensa ha querido quedarse atrás. El Estado le lleva alguna delantera en el afán para que cambien las relaciones entre él y los medios de comunicación. Ha existido la posibilidad de que, en ésta como en tantas otras asignaturas, la prensa y los periodistas se queden sin iniciativas por seguir dependiendo de la tutela del que, además de Gran Patrocinador, sigue siendo, para mal y para bien, El Gran Lector.

UN OMBUDSMAN, UN CÓDIGO Y UN DEBATE INACABADO

Casi de manera simultánea al inicio de la experiencia autorreguladora de *El Economista* en 1993 en el diario *El Norte*, de Monterrey, se establecieron consejos de lectores que comentarían y sugerirían en torno a la información y el contenido, organizados de acuerdo con las secciones de ese diario. En el mismo año, en noviembre, *unomásuno* designó al filólogo Ernesto de la Peña como su Defensor del Lector. El nuevo ombudsman, declaró en esa ocasión que "en México es

⁸² Ernesto Priani Saisó, "Contra un periodismo arbitrario", en *semanario de política y cultura etcétera*, no. 18, México, 3 de junio de 1993.

necesario revisar la ley para que la sociedad se sienta menos desprotegida ante el poder de la prensa".⁸³ Una limitación que entonces podía advertirse al ejercicio del nuevo defensor, era la carencia de una colección de pautas éticas. Sin ellas, su ejercicio quedaba sujeto a su propio arbitrio.

El nuevo ombudsman no tuvo tiempo para poner a prueba las ventajas o inconvenientes de la falta de reglas para defender a los lectores de *unomásuno*. El 9 de febrero, el diario anunció que De la Peña renunciaba a esa responsabilidad, por motivos de salud.⁸⁴ No fue sustituido.

Un tercer diario que recogió la preocupación para que existieran pautas profesionales sustentadas en la ética fue *El Nacional*, que el 7 de agosto de 1994 dio a conocer un documento llamado "Diez compromisos editoriales" en donde expresaba votos de pluralidad y tolerancia, se comprometía a no admitir denuncias e informaciones "instrumentadas para desprestigiar a determinada persona" y ofrecía respetar las opiniones de sus colaboradores, entre otras normas.⁸⁵ A diferencia de *unomásuno* que había tenido un ombudsman sin código ético, *El Nacional* se dotaba de un código pero no de un defensor del lector.⁸⁶

⁸³ "Ernesto de la Peña, mediador entre el lector y *unomásuno*", (nota sin firma) y Gregorio Ortega y Angeles Vázquez, "Deben evitarse los abusos de la prensa: De la Peña", ambas notas en la primera plana de *unomásuno*, México, 17 de noviembre de 1993.

⁸⁴ "Por motivos de salud Ernesto de la Peña suspende sus labores", en *unomásuno*, México, 9 de febrero de 1994.

⁸⁵ "Diez compromisos editoriales", en *El Nacional*, México, 7 de agosto de 1994.

⁸⁶ Los "Diez compromisos" del diario gubernamental, aparecieron en respuesta a una queja, ese mismo día, de su colaboradora

El interés por la creación de instrumentos de autocontrol se volvió, puede decirse, preocupación machacona pero habitualmente infructuosa en —y respecto de— los medios mexicanos. En octubre de 1994 Jorge Carpizo, que desde comienzos de ese año era secretario de Gobernación, se refirió en dos alocuciones públicas a la ética y sus regulaciones. Al asistir como representante presidencial al informe del gobernador de Chihuahua, Francisco Barrio, Carpizo consideró que a diferencia de la intensa discusión que había en México acerca de la regulación de las elecciones, el intercambio de opiniones sobre los medios y sus responsabilidades estaba apenas comenzando: “la discusión respecto a códigos de ética y responsabilidad de los medios masivos de comunicación aún está en pañales pero es un tema que indudablemente preocupa a la sociedad”. En México la sociedad —dijo también— “vigorosa, dinámica y fortalecida, está exigiendo a los políticos y a los comunicólogos que actuemos con base a principios éticos y morales. Pobre de aquél que no escuche estos reclamos de nuestra sociedad”.⁸⁷

Tres días después, Carpizo profundizó en el asunto ante un público más idóneo —o que por ser un

Elena Poniatowska, que se mostraba desconcertada ante los cambios que acababan de ocurrir en ese periódico. El director de *El Nacional*, Pablo Hiriart, había sido sustituido, sin que mediara explicación, por Guillermo Ibarra Ramírez, medida que ocasionó la renuncia de varios colaboradores y luego, el despido de otros más. A las inquietudes de Poniatowska, que se preguntaba qué reglas orientarían entonces al diario, Ibarra contestó con esa colección de “compromisos”.

⁸⁷ Jorge Carpizo McGregor, “Medios, ética y política”, en *El Nacional*, México, 1 de octubre de 1994.

destinatario específico era más receloso del tema de la ética—. Al hablar en la Semana Nacional de la Radio y la Televisión, que cada año organizan los dueños de las estaciones concesionadas, el secretario de Gobernación hizo dos propuestas:

Los invito a que construyan un código ético, con muchas de las reglas que ustedes mismos se han dado para el trabajo informativo, y a que definan si su valioso trabajo se puede fortalecer con la creación, siempre y cuando sea instrumentado por ustedes, de un ombudsman para la comunicación.⁸⁸

La sugerencia de Carpizo era inteligente. No confundió ambas propuestas. La del Código, era una invitación para que se hicieran explícitas normas como las que de todos modos existen, por ejemplo, en las áreas de noticias de cada radiodifusora o televisora. El ombudsman, subrayó, sólo tendría sentido si era creado por los radiodifusores, es decir, sin intervención del gobierno.

La sugerencia no les hizo gracia a los radiodifusores. Aun antes de discutirla, la desdeñaron. El presidente de la Cámara de la Industria de la Radiodifusión (CNIIR), Javier Pérez de Anda, le contestó a Carpizo que en ese gremio ya existían normas éticas, aunque nunca pudo precisar una sola de ellas. Pocos días más tarde, en la clausura de la Semana y ante el presidente Carlos Salinas, la Cámara declaró: “Rechazamos, desde ahora y con firmeza, cualquier intento por limitar

⁸⁸ Víctor Cardoso, “Propone Jorge Carpizo crear un ombudsman para la comunicación”, en *La Jornada*, México, 4 de octubre de 1994.

la libertad de expresión en los medios de difusión del país". El presidente del Consejo Consultivo de la CNIRT, Raúl Aréchiga, dijo que la propuesta del ombudsman era interesante, pero que para ello antes necesitarían actualizar "el código de ética vigente en los medios, redactado hace treinta años".⁸⁹ La Cámara nunca pudo informar, a petición de interesados como el autor de este libro, cuál era dicho código, o en qué recónditos archivos había quedado abandonado. Más tarde, Aréchiga fue más severo y declaró que la creación del ombudsman para los medios electrónicos "sería un grave retroceso", equiparable "a una ley mordaza".⁹⁰

Lo que sí hizo la Cámara, para ya no quedar mal, fue encargar la redacción de unas "Normas de Ética de las Estaciones de Radio y Televisión", presentadas, aunque con mucha discreción, a mediados de 1995. Organizadas en diez propuestas relativas a "lenguaje, familia, sociedad, convivencia humana, religión, contenidos programáticos, programas infantiles, noticias, salud y ecología y publicidad" las Normas son un primer paso, importante porque indica la importancia que incluso entre los propietarios de las estaciones de radio y televisoras se asigna a la ética.

Aunque plagadas de lugares comunes, las Normas tienen ese carácter precursor. La regla relativa al

⁸⁹ Este recuento de declaraciones fue articulado por Francisco Báez Rodríguez en "Ética, exige Carpizo a los medios", en *semanario de política y cultura etcétera*, no. 89, México, 13 de octubre de 1994.

⁹⁰ Carlos Antonio Gutiérrez, "Descarta Aréchiga la necesidad de un ombudsman para periodistas", en *La Jornada*, México, 19 de octubre de 1994.

manejo de informaciones, señala que "antes de transmitir una noticia se comprobará que provenga de una fuente seria y confiable" y que se evitará "la presentación de aspectos morbosos, alarmantes o sensacionalistas que no sean relevantes al caso". También se dice que "en ningún momento se dará lugar a injurias, difamaciones, calumnias o alusiones vejatorias".⁹¹ El especialista Jaime Septién, de cuyo análisis tomamos las anteriores citas, recordó que tales Normas, "son recomendaciones que los concesionarios deben comprender y hacer llevar a cabo, si quieren que tanto la televisión como la radio de este país sean verdaderos servicios públicos y no simplemente campo de experimentación del consomo".⁹²

Un año después de elaborarlas, los radiodifusores mantenían sus Normas casi en la clandestinidad. Mucho antes que ellos, en 1988, el Consejo Nacional de la Publicidad había expedido un Código de Ética Publicitaria que no hace referencia a la información noticiosa pero que es pertinente incluir, como antecedente precursor, en este recuento de preocupaciones en los medios mexicanos respecto de la ética y la responsabilidad social.⁹³

El de la ética, siguió siendo tema en reuniones para discutir los problemas de la prensa. En diciembre de

⁹¹ Jaime Septién, "Ética en ciernes", texto en dos partes, en "La Cultura en México", suplemento de *Siempre!*, nos. 2192 y 2193, México, 22 y 29 de junio de 1995.

⁹² *Ibid.*

⁹³ Consejo Nacional de la Publicidad, *Código de Ética Publicitaria* mimeo., firmado como testigo de honor por el presidente Miguel de la Madrid en Los Pinos, el 27 de septiembre de 1988. A nombre del Consejo, lo suscribió en primer lugar su entonces presidente, Isaac Chertorivski Shkoorman.

1993 el articulista Alvaro Cepeda Neri proponía, como remedio ante los atropellos que él consideraba había en contra de informadores, la creación de un ombudsman del periodista.⁹¹ En octubre de 1994, el autor de este libro publicó en *Excelsior*,⁹⁵ una Propuesta de Código de Ética Informativa que se reproduce en las últimas páginas del presente volumen. A comienzos de 1996, varios sindicatos independientes, ubicados en medios de comunicación, anotaban entre sus prioridades después de un encuentro: "Ante la aguda crisis de credibilidad por la que atraviesa el periodismo, se acordó impulsar el establecimiento de un código de ética".⁹⁶ Ese mismo año, dentro del diario *La Jornada* se consideró la posibilidad de establecer un código ético.

En junio de 1995, en un foro convocado por la Asamblea Legislativa del D.F., el periodista Rogelio Hernández López propuso una serie de "Pautas para un Código de Ética en el Periodismo Mexicano", que reconoce la conveniencia de la autorregulación:

En los tiempos actuales los medios de difusión masiva deben encontrar formas para establecer

⁹¹ Alvaro Cepeda Neri, "En un estado de indefensión. Un ombudsman para el periodista", en *Siempre!*, no. 2113, México, 22 de diciembre de 1993.

⁹⁵ Raúl Trejo Delarbre, "Comunicación y compromiso profesional. Un Código de Ética para los Medios", en *Excelsior*, México, 17 de octubre de 1994.

⁹⁶ "Acuerdos emanados del encuentro de trabajadores de la comunicación celebrado el 17 y 18 de noviembre; se publican ahora luego del consenso de las organizaciones participantes", desplegado suscrito entre otros por el Sindicato Independiente de Trabajadores de La Jornada, SUTNOTIMEX y Delegación Sindical de Radio Educación, publicado en *La Jornada*, México, 17 de enero de 1996.

comunicación real con sus públicos diversos para vigilar su funcionamiento con altos niveles de credibilidad. Por eso, ante fallas y errores, intencionales o no, se debe establecer la actitud de mantener vías de enlace con los usuarios de sus servicios (un buzón permanente, líneas telefónicas abiertas, etcétera) e instaurar los mecanismos internos idóneos para regularse oportunamente y, según la gravedad del error, hacerlo público así como las correcciones pertinentes, esto con el fin de ampliar el debate e influir con esta norma ética a otros medios.⁹⁷

9. Derechos de los públicos. Asumirse como consumidores

Para autores como Hernández López, el cumplimiento de preceptos éticos está ligado a la posibilidad de que los públicos de un medio tengan algún acceso a él. El de los Derechos de los Lectores, es un tema consustancial a la existencia de ombudsmen y códigos, aunque a menudo se olvida reconocer sus rasgos específicos.

En México, a los lectores ni siquiera se les considera en términos mercantiles, como destinatarios de los mensajes en los medios. En otro apartado de este libro describimos la perversa y hasta donde sabemos exclusiva situación mexicana, en donde los periódicos no requieren de lectores para sobrevivir porque a sus editores habitualmente les interesa un sólo Gran Lector: el gobierno. Eso está cambiando, pero hasta hace no muchos años el que los públicos no interesaran hacía

⁹⁷ Rogelio Hernández López, documento presentado el 1 de junio de 1995 en la Asamblea Legislativa del D.F.

imposible pensar en sus derechos. Esa situación en la prensa, vale también, de alguna manera, para los medios electrónicos que indudablemente tienen enormes audiencias pero en donde no siempre el tamaño de ellas es sustancial para la permanencia de un programa radiofónico o televisivo, o para la contratación de publicidad (pues las mediciones de *rating* llegan a ser amañadas, o limitadas).

El escritor Carlos Monsiváis, ha señalado lo siguiente acerca de la negligencia de la prensa respecto de sus públicos:

Los derechos de los lectores distan de estar garantizados en la gran mayoría de las publicaciones que, por lo demás, ni siquiera, y genuinamente, los consideran. A esto se debe:

—el criterio cortesano que jerarquiza las noticias (primero lo que le interesa al gobierno, después, si hay espacio, lo que le interesa a la población).

—el desinterés ante el seguimiento de noticias de importancia. Al principio, son hechos excepcionales, luego, se les considera situaciones anti-climáticas. Gracias a tal estrategia, a la prensa mexicana sólo parece afectar lo que surge porque sí, y desaparece acto seguido, el universo de la generación espontánea y sin consecuencias.

—la idea dominante, no por jamás verbalizada menos actuante, del aplastamiento de lo escrito, relegado por lo televisivo.

—la mezcla de superstición y realidad lleva a sobrecargar el énfasis en la interpretación, ausente en los medios electrónicos. El deseo de editorializarlo todo vigoriza en la tendencia que privilegia a la opinión sobre los hechos.

—la ausencia en las publicaciones de un ombudsman, que obligaría a tener presentes los derechos del lector...⁹⁸

Congruencia en la búsqueda, presentación y seguimiento de las noticias, claridad en lo que es información y lo que es interpretación y derechos de los públicos, son elementos que tienden a apreciarse entrelazados cuando se mira más allá de cada periódico o cada televisora, para ubicarlos en el contexto de la sociedad para la cual existen. Hacia junio de 1993, la Asociación de Editores de Periódicos Diarios de México había organizado un simposio, en una de cuyas sesiones se abordó el problema de los derechos de los lectores. Al respecto, cuando le entregaron las conclusiones de ese encuentro, el Presidente de la República, Carlos Salinas de Gortari, dijo que: "El tema de la defensa de los lectores y la discusión, en el Simposium, de las responsabilidades de los periodistas será, sin duda, un aspecto bien recibido por una sociedad cada vez más exigente con cada uno de sus actores".⁹⁹

Se trata, en efecto, de un asunto que aparentemente llegó para quedarse en los ámbitos de la comunicación en México. Ese mismo año, el periodista Alfonso Maya Nava escribió en *El Universal*, refiriéndose a las posibilidades del ombudsman en cada medio:

⁹⁸ Carlos Monsiváis, "Aproximaciones y Reintegros. Ética y Periodismo (I)", en *El Financiero*, México, 29 de agosto de 1993. Este ensayo, es una versión reelaborada de una conferencia que Monsiváis presentó en el foro "La información frente al nuevo milenio".

⁹⁹ Discurso del Presidente Carlos Salinas de Gortari en el desayuno con motivo del Día de la Libertad de Prensa en la residencia de Los Pinos, en *El Día*, México, 8 de junio de 1993.

En términos prácticos, el representante de los lectores ha de ser el receptáculo de las opiniones del público, el organizador de eventos y el creador de instrumentos que traigan los pareceres de la gente sobre lo que dice el medio, y llegado el caso se ha de convertir en un severo auditor que haga valer su fuerza moral para enmendar yerros y reconocer pifias. ¿Es posible esto en nuestro medio? Lo es, en la medida en que los lectores tengan la voluntad de empujar este género de instituciones, lo que equivale a hablar de un pueblo con un elevado nivel de conciencia cívica.¹⁰⁰

En otras palabras: las posibilidades del ombudsman dependen de la aptitud de la sociedad para, junto con él, ser exigentes con los medios. En una sociedad adormilada, el asunto de la ética, los defensores de los públicos y las obligaciones de los medios, ni siquiera se plantea. Quizá por eso, antes éstas no habían sido preocupaciones sustanciales en los medios mexicanos.

SOCIEDAD DESIGUAL; APREHENDER A LOS MEDIOS

Pero con o sin sociedad despierta, los derechos de los públicos parecerían indispensables e inalienables. Especialmente, si pensamos en la desigualdad inherente a la comunicación de masas, en donde unos cuantos diseñan y emiten mensajes para enormes cantidades de personas. Seguramente los públicos pueden ejercer

¹⁰⁰ Alfonso Maya Nava, "Que los lectores den un paso al frente", en *El Universal*, México, 9 de octubre de 1993.

mejor sus derechos en la medida en que tienen más educación, experiencia y entusiasmo para ello. Pero aún sin ellas, tales derechos tendrían que contar con pautas, reglas e instituciones que propiciaran su cumplimiento. A ello, coadyuvan las leyes en materia de medios de comunicación (las cuales en el caso de México, según ya recordamos, son especialmente atrasadas y vulneradas). Más allá de las leyes formales, los derechos de los públicos podrían ser apuntalados con los recursos de la ética y además, con algunas normas complementarias.

La disparidad de los medios y su traducción en la creación de normas deontológicas, ha sido señalada por el periodista Renward García Medrano, en estos términos:

Como el acceso a los medios está restringido a sus propietarios, anunciantes, directivos y periodistas, así como a los gobiernos y a los partidos políticos, a la hora de la verdad, hay dos derechos que en una democracia nos corresponden a todos, pero que en la práctica sólo pueden ser ejercidos por muy pocos mexicanos: la libertad para expresar, para decir, para escribir, para dirigirse a los demás, y la correlativa posibilidad de influir en la voluntad colectiva, con la excepción mínima de los espacios para cartas de los lectores y los teléfonos abiertos a radioescuchas y televidentes. No sé si esto sea o no reprochable, pero no tengo la menor duda de que es inevitable, al menos por ahora. Por eso lo menos que debiéramos hacer al hablar de la libertad de expresión, es tener presente esta profunda desigualdad.

¿Tiene sólo derechos esa pequeña minoría? ¿Qué hacer hacia las inmensas mayorías que en la práctica no los pueden ejercer? ¿Es justo que el acceso

real a los medios para la libre expresión esté restringido a unos cuantos? ¿Es democrático ignorar esta profunda inequidad? ¿Tiene igual responsabilidad jurídica y ética quien sólo se expresa libremente ante su familia, sus vecinos o sus amigos, que quien lo hace ante miles o millones de personas?

Yo creo que las personas y las instituciones que, a cualquier título, tienen acceso a los medios de comunicación masiva, debieran asumir una responsabilidad social equivalente al ejercicio de su libertad de expresión. Una parte de esa responsabilidad debiera estar regida por el derecho y otra parte por un código de conducta ética.¹⁰¹

De los derechos cívicos, a la ética periodística, hay un recorrido que la mayor parte de los medios mexicanos aún no ha transitado. El recuento de opiniones que hemos sintetizado en las páginas anteriores, podrá ser considerado apenas como el prólogo a una inquietud que, estamos seguros, se generalizará al finalizar el siglo y en los años siguientes. A la ética, se le comenzará a dejar de ver como recurso decorativo o necedad indulgente. A los derechos de los públicos, se les incorporará como parte de los que ahora las personas tienen en tanto ciudadanos, o consumidores.

En torno a los derechos de los lectores, o de las audiencias, muy posiblemente se abrirá una línea de reflexión, y de proposición, que involucre tanto la evaluación de los medios como sus relaciones con

¹⁰¹ Renward García Medrano, "Libertad de Expresión y Responsabilidad Social", ponencia presentada en el foro Libertad de Expresión, de la Asamblea de Representantes del Distrito Federal, el 1 de junio de 1995.

la sociedad. A este respecto, en otro trabajo, hemos apuntado que:

Somos lectores, y somos televidentes o radioescuchas de los medios impresos y electrónicos y al mismo tiempo, somos *consumidores* de mensajes. Asumirnos como tales, no significa conformarnos ni subordinarnos a los medios masivos. Al contrario. Reconocernos como parte de un público muy diverso, pero que contribuimos a integrar y mantener, nos puede permitir reconocer, también, que tenemos *derechos* respecto de los medios.

Un derecho, elemental pero poco reivindicado, es el de *protestar* ante los medios. Otro, es el de *discriminar* entre uno y otro diario, o entre uno y otro canal o programa de televisión. Los grandes medios, con su enorme presencia y sus grandes atractivos, tienden a apabullarnos. Pero después de todo, no serían nada si no contaran con lectores, televidentes o radioescuchas como nosotros. Somos nosotros quienes le damos sentido a ellos, y no al contrario. Pero pocas veces nos damos cuenta de ello.

Los medios son parte de la vida contemporánea, lo mismo en la cultura, que en la economía y la política. Son, así, elementos centrales en la construcción del tipo de país —y de mundo— que podremos llegar a tener. La posibilidad de leer un diario o una revista, o de sintonizar una estación televisora, pero sobre todo la posibilidad de rechazar un artículo o un programa que no nos gusten o que consideremos mal hechos, o desagradables, o manipuladores, forma parte de nuestras opciones como ciudadanos. En la medida en que seamos *consumidores activos y reclamantes* de los medios, estaremos ejerciendo uno de los derechos básicos de las democracias

modernas, que es la capacidad de los lectores y espectadores para influir en la comunicación de masas que todos recibimos.¹⁰²

La posibilidad de que los públicos de un medio se asumieran como *consumidores*, es decir, como clientes que adquieren productos informativos y que en tal virtud se encuentran en derecho de exigir mínimos de calidad, implicaría que se reconocieran como actores y no sólo destinatarios de los procesos de recolección y propagación de noticias y materiales de análisis. Las leyes del mercado, tan discriminatorias y drásticas en una sociedad desigual, proporcionan al menos derechos elementales que los públicos pueden reclamar.

Saber reclamar, pero también saber *decodificar* —o leer, o escuchar, o mirar a los medios— es parte del nuevo aprendizaje social de la comunicación. En él, están involucrados los espectadores más perspicaces pero también, los informadores sensibles al hecho de que entre las necesidades de sus públicos en materia de noticias, están aquéllas que les ayuden a entender a los medios mismos. Mientras, los recursos para aprehender a los medios abundan y van desde la perplejidad acrítica hasta el rechazo inicuo de todo lo que dicen todos los medios. Una manera simpática, pero no exenta de cierta sabiduría, para acercarse a la prensa escrita, le fue enviada a un ombudsman de *El País* por un lector que hizo el siguiente Decálogo del Lector de Periódicos. Aunque ligado al contexto español, estos mandamientos del buen lector tienen miga delante de periódicos de cualquier latitud:

¹⁰² Raúl Trejo Delarbre, *Ver, pero también leer. Televisión y prensa. Del consumo, a la democracia*. INCO y Editorial Gernika, México, 1991, pp. 158 y 159.

1. Lo acaecido en los tiempos del Imperio de Roma, lo conocemos a través de los romanos.

2. Lo que no sale en los periódicos también sucede y parte de lo que sale no ha sucedido nunca.

3. No confundir a la opinión pública con la periodística. La opinión pública probablemente no existe; si existiera, y si la conociéramos, no tendríamos por qué compartirla.

4. Para juzgar grandes acontecimientos o a importantes personajes te alejarás en el espacio (miles de kilómetros) y en el tiempo (décadas, y si hace falta, siglos).

5. Leerás de cabo a rabo los reportajes internacionales sobre países que no están de moda; de las crónicas de guerra hojearás los titulares; de los atentados, ni los titulares.

6. No te creerás que el honor nacional o local está en juego en partidos de fútbol, finales de tenis, carreras ciclísticas y otras muestras de habilidad deportiva.

7. Las páginas de sucesos recogen siempre conductas humanas invariables a lo largo de los siglos, sólo que antes ocurrían con mayor frecuencia relativa.

8. La noticia más indignante es la que lleva faltas de ortografía.

9. No te dejarás impresionar por el tamaño de la letra.

10. Si tienes tiempo para reflexionar, dedicarás todo tu esfuerzo a los asuntos que suscitan unanimidad. Y estos diez mandamientos se resumen en uno solo: no comulgarás con ruedas de molino.¹⁰³

¹⁰³ Texto de Alberto Amadir Isela, lector en Valencia, publicado por Juan Arias en "El Defensor del Lector. Un periódico no puede ser un cuento de hadas", en *El País*, Madrid, 20 de agosto de 1995.

10. Hacia un contrato público

En el marco de referencia para que la sociedad requiriese mayor calidad y exactitud en las noticias que se le proporcionan, el establecimiento de códigos de conducta profesional por parte de los propios medios, así como de recursos para lograr la vinculación con sus públicos como pueden ser los defensores de los lectores (o de los radioescuchas, o de los televidentes) abre posibilidades de responsabilidad pública que hasta ahora, prácticamente, no han existido en México. Se trata, por lo demás, de un campo de reflexión y proposición ampliamente frecuentado en otros países. Conforme los públicos comienzan a adquirir mayor conciencia del papel activo que pueden desempeñar ante los medios pero en tanto, además, la comunicación de masas alcanza una importancia muy relevante en la construcción de consensos sociales y políticos, el de la responsabilidad de los medios tiende a ser un asunto que preocupa a todos los actores de la vida pública.

En este proceso, a los informadores se les identifica no solamente como profesionales al servicio de una empresa de comunicación, sino además como ciudadanos con específicas responsabilidades públicas. Sin embargo, su desempeño pocas veces se encuentra regulado, u orientado, por normas explícitas. Esa circunstancia, junto con el conocimiento de que el periodismo no se salva de la abundancia de tráficos de influencias, extorsiones y corrupciones —que incluso, en numerosos países, se acentúan o llegan a facilitarse en la cercanía con el poder político— ha propiciado que exista una imagen desfavorable para los informadores. El escritor francés Laurent Joffrin ha considerado que el

desprestigio que en el mundo occidental está afectando a los periodistas, se encuentra relacionado con el tránsito de los medios informativos que al menos en el caso de Francia, antes controlados directa o ideológicamente por el Estado, se volvieron cada vez más industria, en lugar de voceros de posiciones políticas definidas. Se trata, dice, del salto de la información de la edad de la política a la de la comunicación.

Ha sucedido entonces, que:

Los periodistas no pueden permanecer indiferentes a su propio oficio. Ahora bien, ellos saben que más allá de las innumerables limitaciones de su situación económica, más allá de los intereses legítimos de las empresas que los emplean, participan en mayor o menor grado de la vida democrática. En otras palabras, que sus obligaciones no pueden limitarse a servir al periódico o a la cadena de televisión. Quiéranlo o no, los periodistas son vistos, en parte, como servidores públicos: son los mediadores del foro democrático... En la prensa sucede lo que en muchos sectores: benéfica, liberadora, democrática, la economía de mercado se vuelve odiosa si la voluntad colectiva no la contiene, limita o corrige. Esta voluntad, en el caso que nos ocupa, es la de una profesión instituida por sus fundadores, que garantiza la libertad del saber. A la expansión de la comunicación, el periodismo sólo puede oponer la solidez abstracta de sus propios principios.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Laurent Joffrin, "¿Debe creerse a los periodistas?", en *Intermedios*, no. 7, México, mayo-julio de 1993, pp. 58 y ss.

Resulta algo chocante el carácter de mediadores virtualmente únicos, en el proceso democrático, que ese autor adjudica a los periodistas. Puede pensarse que hay otros intermediarios, desde los dirigentes de partidos y los parlamentarios hasta los intelectuales o los miembros de movimientos sociales. Además, evidentemente ya no hay mediadores imparciales, o sin intereses. Sin embargo, el protagonismo que los informadores tienden a alcanzar en sociedades de mercado (¿y cuál no lo es hoy en día?) en la presentación de noticias y comentarios, por ejemplo durante procesos electorales, parece claro en todo el mundo.

En México, el tránsito que Joffrin menciona para el caso francés, de lo que llama la edad de la política a la edad de la comunicación, no es igual porque en nuestros medios lo que ha faltado, por largo tiempo, ha sido compromiso político explícito. Al revés, podríamos considerar, parodiando a ese autor, que en la circunstancia mexicana hemos evolucionado de la *edad de la impolítica*, a la edad de la comunicación. La despolitización —más aparente que cierta— de los medios, igual electrónicos que impresos, fue durante largo rato parte de la fachada de *objetividad* —entendida como ausencia de compromiso y no como obligación para dar cuenta de todos los ángulos posibles de un acontecimiento— que los medios mexicanos, en mala imitación de los medios estadounidenses, mantuvieron, en su mayoría, hasta fines de los años ochenta.

Posiblemente, pero en este asunto, tan reciente y tan resbaladizo no se pueden establecer periodizaciones tajantes, en la última década del siglo en los medios de comunicación *escritos* comenzó a ocurrir un deslinde de responsabilidades que implica una transparencia que antes no existía, tanto en el manejo informativo

como en el esclarecimiento, ante el lector, de asuntos como las fuentes de financiamiento, la circulación real y los intereses empresariales o políticos del medio al cual acude. Sin embargo, insistimos, apenas se trata del inicio de un proceso que está por desarrollarse y, por lo tanto, está aún por ser evaluado. Esa inicial apertura al escrutinio social por parte de algunos medios, permite recordar que entre los derechos de los lectores —en el caso de la prensa escrita— tendría que estar el derecho a conocer fehacientemente la ubicación económica y política del medio de información que lee. Un diario que informa de sus tirajes con precisión o que no esconde sus fuentes de financiamiento, es un diario que busca ser creíble tanto en sus contenidos como en su perfil mismo, como medio y como empresa. Sin embargo todavía hay mucho por lograr al respecto, en el caso mexicano.

De las observaciones de Joffrin, nos sirven especialmente el reconocimiento de la relevancia política de los periodistas así como de la confusión en la que suelen verse inmiscuidos, como protagonistas pero también operadores del mundo de la comunicación, que tantas intersecciones tiene con el de la política.

La economía de mercado seguramente no es tan liberadora como opina el escritor francés, pero ya que existe y en ese tren estamos encarrilados, es preciso reconocer y aprovechar recursos que ofrece —como la competencia, en el caso de los medios—. Y si mercado tenemos y tendremos, entonces no parece aprovechadizo, ni cándido, tomar al pie de la letra la recomendación de la profesora Adela Cortina cuando dice: "Por eso, háganme caso los que tienen espíritu de empresa: lleven la ética al mercado, porque, por lo que dicen unos y otros, es la ocasión que vieron los siglos. Y si

no lo es, al menos sabremos qué es lo que verdaderamente apreciamos".¹⁰⁵

Que cada quien se defina, y/o deslinde, a partir de la adopción, explícita de preferencia, o implícita que de todos modos se nota, de parámetros éticos en el quehacer, pero también en el consumo periodístico. La ética es asunto de los informadores y además de sus públicos.

Consecuencia del mercado o, como se le dice desde otro punto de vista, de la sociedad abierta, los medios actúan según sus criterios pero éstos, como tanto se ha dicho, suelen ser los de la mayor ganancia con el menor esfuerzo. El profesor y periodista mexicano Rolando Cordera Campos ha anotado, con su habitual perspicacia:

Los medios han ganado a pulso una libertad que no siempre usan para ampliar su campo, el de la libertad y el de su uso productivo, tanto individual como social. Más que atender y estudiar para comprender y explicar la naturaleza de esa mutación del poder, los medios parecen obstinados en construir su propia versión de lo que pasa, atendiendo a sus propios, generalmente chatos, criterios mercantiles, más que a los que se derivan de las tareas de información y comunicación que deberían darles un sentido público y una coherencia de mayor plazo que el planazo de todos los días o el hertziano y desatemplado grito matutino. El poder que vendrá a intentar ordenar la vida desorbitada de esta sociedad vulnerada se configura todos los días, pero no

¹⁰⁵ Adela Cortina, "El mercado de la ética", en *El País*, Madrid, 27 de junio de 1994.

necesariamente para siempre ni para bien. Es en este escenario donde surge la oportunidad para modularlo desde la sociedad y la política...¹⁰⁶

Los medios son asunto de todos, no sólo de los periodistas o de los dueños de diarios y tele y radiodifusoras. La reforma de los medios o, en otros términos, su reordenamiento, son tarea de la sociedad con los instrumentos de la política. A veces, en el gremio periodístico causa picazón el reconocimiento de esta realidad, pero el de los medios es un tema y un problema político. En ese ámbito se debate y se dirime. De esa índole es el asunto de la ética y la responsabilidad, entre otros que atañen a los medios.

El ya citado Joffrin, nos permite señalar la necesidad de imponerle correctivos a la economía de mercado trasladada a los medios, con el fin de apuntalar los principios de los periodistas. Seguimos con ese autor, a propósito de tales principios:

La solución más simple consiste en enunciarlos en un texto, una especie de decálogo de deontología, y en hacer en este texto un contrato público con los lectores o los telespectadores. Sin que este minicódigo se vuelva una atadura puritana, claro está. Otros periodistas pueden inclinarse por los principios tácitos interiorizados. Cada quien elige lo que más le convence. Lo importante es que los locos escojan a sus loqueros, pues sin ello la libertad de información se vería amenazada.¹⁰⁷

¹⁰⁶ Rolando Cordera Campos, "El poder de los juegos", en *El Nacional*, México, 29 de abril de 1996.

¹⁰⁷ *Ibid.*, p. 61.

Y lo importante es también que no sólo los informadores se convenzan de la pertinencia de contar con reglas para su desempeño profesional, sino que además, con ellas, puedan convencer a la sociedad. Después de todo, el resorte que se encuentra atrás del diseño de fórmulas variadas para establecer compromisos y pautas de conducta, es la búsqueda de credibilidad por parte de los medios de comunicación. Ya no basta con decir mensajes en los medios. Ahora, incluso para que puedan ser negocio —mercantil o incluso político— es necesario que a los medios les crean sus públicos.

Ese contrato público con sus lectores, en el caso de la prensa escrita, o con sus respectivos auditorios en otros medios, después de todo no es sino parte del nuevo contrato que la sociedad tiende a querer asumir, explícita y vigorosamente, lo mismo para regular sus relaciones internas que las responsabilidades de los poderes que hay delante y dentro de ella. Uno de esos poderes, el de los medios de comunicación de masas, se ha desarrollado sin reglas específicas, o con normas que han quedado rezagadas. El establecimiento de responsabilidades, es el eje de ese nuevo trato que se necesita entre los medios y la sociedad: es el eje de ese —deseable y necesario— nuevo contrato público.

* * *

Las voces que, asignándole diferentes nombres, han inquirido por ese nuevo contrato público, han sido variadas y abundantes. Por lo general, no se les ha dado importancia.

Hace dos décadas, el periodista Manuel Buendía escribió sobre las que consideraba las auténticas víctimas

de la prensa. Alrededor de cada 7 de junio, cuando en México se conmemora la libertad de prensa, proliferan artículos de autocritica y denuncia pero, decía Buendía, “no abrimos una oportunidad para que hablen nuestras víctimas”. Y explicaba:

Lo son todas aquellas personas que han sido difamadas por la prensa. Todos los que alguna vez —oh, ingenuos— enviaron una aclaración al periódico y sólo obtuvieron, si acaso, un pequeño rincón en la página 24 de la cuarta sección, a pesar de que la Ley de Imprenta dice que las rectificaciones deben publicarse con las mismas proporciones de la nota reclamada.

Atropellados también en sus derechos cuantos pagaron por el ejemplar de un diario o una revista, y no recibieron información veraz, oportuna, suficiente, honesta. Igualmente, mártires de la prensa los que torcieron su criterio y aún su conducta cívica por el comentario tendencioso o indocto de un articulista.

Defraudados, quienes inútilmente peregrinaron por las redacciones demandando la publicación de una queja o la exposición de un problema.

Forman legión las víctimas de la prensa. Pero, aún reconociéndolo, no estamos haciendo nada por escucharlas, ahora mismo, cuando presuntamente, los periodistas nos encaminamos a nuestro juicio.

Quizá tengamos miedo de que si convidamos a muchos a la fiesta, algunos tomen la cosa demasiado en serio y les dé por levantar un patíbulo.¹⁰⁸

¹⁰⁸ Manuel Buendía, “Las víctimas de la prensa”, en *El oficio de informar*, Fundación Manuel Buendía y Universidad de Guadalajara, México, 1988, pp. 24-25. Ese artículo se publicó originalmente en

11. Un Código de Ética para los medios mexicanos

Este documento fue publicado por primera vez en Excélsior, en octubre de 1994, aunque había sido elaborado más de un año antes por el autor de este libro. Se trata de una propuesta de Código de Ética que recoge experiencias de documentos similares en otros países y que contempla previsiones tanto para los medios impresos como para los electrónicos, atendiendo a problemas específicos del manejo de la información en México.

DECLARACIONES GENERALES

La libertad no se ejerce sin responsabilidad. Los medios de comunicación, sus propietarios y sus trabajadores, al tener el enorme privilegio de dirigirse con sus mensajes a la sociedad, contraen con ella compromisos y deberes. La responsabilidad que tienen con la sociedad, obliga a que los medios de comunicación se desempeñen con especial cuidado en sus tareas de informar, entretener, orientar y contribuir a la educación. Tales tareas, han de entenderse como servicio, independientemente de que para desempeñarlas los medios de comunicación puedan consolidarse, institucional y empresarialmente.

Los medios de comunicación están sujetos a un complejo marco jurídico, que comienza por los artículos 6º y 7º de la Constitución Política de los Estados

el periódico *El Día*, el 3 de junio de 1976. Buendía, como es sabido, fue asesinado el 30 de mayo de 1984.

Unidos Mexicanos y que incluye diversas leyes y ordenamientos. Cumplir con esas disposiciones, y hacer lo posible para que otros las cumplan, es obligación de los medios de comunicación en México. Además el desarrollo de la sociedad de nuestro país, del que es parte el desarrollo de los propios medios, impone la necesidad de que establezcamos normas de conducta explícitas, que van algo más allá de la legislación, o en algunos casos la complementan pero que, sobre todo, definen nuestro compromiso de responsabilidad y de servicio con esa sociedad mexicana.

Es por ello que hemos decidido suscribir este *Código de Ética* cuyos lineamientos declaramos estar dispuestos a cumplir en nuestro propio medio de comunicación, así como a promover su cumplimiento en otros medios. Al manifestar estas obligaciones con nuestros públicos —y, de esa manera, con el conjunto de la sociedad mexicana— buscamos garantizar un desempeño responsable en el manejo de los contenidos informativos de los medios de comunicación. Estas definiciones éticas, quieren ser también un punto de partida para establecer nuevos compromisos, y nuevos puentes de confianza, entre la sociedad y sus medios de comunicación.

FINES DE LA COMUNICACIÓN

Uno. Son fines de los medios de comunicación proporcionar a la sociedad contenidos informativos, de entretenimiento y recreación, de orientación y de respaldo a la educación formal, que sean completos y de calidad, capaces de contribuir a la solidificación de los valores esenciales de la sociedad, de la familia y de

Para que haya claridad entre sus audiencias, y en beneficio de un manejo informativo honesto, es preciso que las noticias que son estrictamente eso, queden deslindadas, en su presentación, de las opiniones. Ello no significa que los reporteros no tengan derecho a ofrecer sus puntos de vista sobre los acontecimientos de los cuales informan, pero es saludable que tal opinión aparezca en espacios destinados específicamente para ello. Esta norma, tampoco implica restricciones para el reportaje en profundidad o para el periodismo de investigación en cualquiera de sus vertientes.

DERECHOS DE LA SOCIEDAD Y LOS PARTICULARES

Cinco. La sociedad y sus integrantes, así como tienen derecho a la información, también lo tienen a ser protegidos de imputaciones o confusiones que pudieran derivarse de manejos informativos insuficientemente responsables. Los derechos de la sociedad y los particulares ante los medios, son parte del compromiso que los propios medios tienen con sus audiencias. Son pautas de conducta para asegurar esos derechos, las siguientes:

a) Los medios de comunicación no han de infringir las leyes, ni de propiciar la infracción a ellas por parte de otros.

b) Los medios de comunicación están permanente e invariablemente obligados a respetar la privacidad de los individuos. Los personajes públicos tienen derecho a que su vida privada sea respetada por los medios y a que, en consecuencia, las actividades relacionadas con ella no sean consideradas como noticia. No son actividades privadas aquellas que tengan repercusiones en el desempeño público de los individuos. El respeto

a la privacidad implica omitir la publicación de imágenes de personajes en actividades o actos no públicos, siempre y cuando éstos no tengan relación directa con sus responsabilidades públicas.

c) Se evitará proporcionar información sobre detenciones policiacas o sobre participación de individuos en hechos delictuosos, en los cuales su responsabilidad no haya sido judicialmente comprobada. Esto implica evitar la publicación de nombres de víctimas que sean menores de edad, o de delitos como la violación, así como evitar la publicación de nombres de personas a menos que ya exista orden de aprehensión o consignación en contra de ellas. Un informador no tiene por qué "presuponer" la culpabilidad o la inocencia de nadie. En el manejo de las informaciones sobre delitos, se evitará la adjetivación sobre las culpas o la personalidad de los inodados en ellos.

Seis. Los individuos o las instituciones mencionados en una información, podrán ejercer su derecho de réplica si están en desacuerdo con ella o si consideran que lesiona sus intereses. Este derecho es válido tanto en los medios de comunicación impresos, como en los de propagación electrónica. Los editores o responsables de cada medio cuidarán de que la réplica a una información aparezca, dentro de límites razonables, de la manera más amplia y destacada que sea posible, de acuerdo con la extensión y ubicación que haya tenido la información que sea rectificada.

RECTIFICACIONES, FUENTES Y SECRETO PROFESIONAL

Siete. Cuando una noticia sea falsa, o contenga informaciones falsas, es responsabilidad del reportero que la recogió hacer la rectificación correspondiente y es responsabilidad del editor o directivo del medio informativo, procurar su publicación lo más pronto posible.

Ocho. Debe evitarse el recurso de disimular las fuentes acudiendo a fórmulas oblicuas ("se dice que...", "señalan expertos...", "fuentes bien informadas...", etcétera) que suelen disimular la falta de fuentes acreditadas o las opiniones del informador.

Nueve. Al investigar una información el periodista debe presentarse como tal, sin disimular su identidad personal ni profesional, excepto si su integridad física corre peligro. En esos casos excepcionales, deberá consignar en su nota la circunstancia en la que obtuvo su información.

Se considera como práctica no ética, la búsqueda de una noticia mediante engaños, y/o sorprendiendo la buena fe de los informantes.

Diez. El secreto profesional es un derecho, al mismo tiempo que un deber de los informadores. Los medios de comunicación, han de ser solidarios con el derecho de un informador a no revelar sus fuentes. Pero este derecho ha de ser considerado de ejercicio excepcional, únicamente cuando decir cuál ha sido la fuente de una información pueda implicar riesgo para la integridad física, profesional o de cualquier índole, del o los informantes.

Por lo general, es deseable que se indique con toda claridad cuál es la fuente de cada noticia. Una información tiene más verosimilitud en tanto se puede identificar su origen con claridad. Cuando, por los motivos mencionados, no ocurra así, deberá especificarse que la fuente es anónima. El derecho a mantener el anonimato de una fuente, es ejercido de manera compartida por el reportero que recoge una información y por el editor o el propietario del medio de comunicación en donde ésta se publique, el cual, de esa manera, es corresponsable de la decisión de mantener en secreto la fuente de la noticia.

INGRESOS FINANCIEROS Y CONFLICTOS DE INTERÉS

Once. Los informadores y sus editores se han de esforzar por evitar conflictos entre su desempeño periodístico y otras fuentes de interés que pudieran tener. Especialmente, es necesario que para un ejercicio honesto y confiable de su oficio, los informadores cuenten con salarios decorosos. Esta, es una necesidad de los medios de comunicación y una exigencia de la sociedad.

El salario mínimo que existe para el ejercicio periodístico, constituye un piso básico para las remuneraciones de sus informadores pero ha de procurarse, en la medida en que las empresas de comunicación puedan cumplir con este propósito, que el ingreso de sus trabajadores sea mejor. También, debe buscarse que ese salario esté complementado con prestaciones (que tengan como mínimo las que establecen las leyes laborales) capaces de asegurar que la del periodista, sea una carrera profesional en todos los sentidos del término, en la que cada informador encuentre satisfactorios

materiales suficientes para cumplir decorosamente con sus necesidades personales y familiares.

Es deseable que un medio de comunicación cubra los gastos de viaje, y viáticos, de los informadores que envíe a cubrir cualquier acontecimiento. También, es deseable que los periodistas cuenten con recursos asignados por su empresa, para pagar sus comidas de trabajo, transportes y otros gastos profesionales.

Se considera como práctica no ética aceptar dinero de personas o de instituciones involucradas en una información, así como aceptar favores o bienes que vayan más allá de invitaciones para cubrir informaciones, o pequeños obsequios simbólicos.

Si un informador tuviera ingresos o bienes adicionales, como resultado de otras actividades profesionales, deberá hacerlo del conocimiento del editor o del director del medio de comunicación para el cual trabaja.

Deberán evitarse ingresos financieros, o privilegios de cualquier índole, que comprometan el profesionalismo, la objetividad o la veracidad del informador. Se deberá evitar asignar a un reportero, a una "fuente" en la que tuviera intereses personales, o profesionales, que pudieran entorpecer su objetividad al manejar informaciones.

MANEJO DE INFORMACIONES

Doce. Son normas para el manejo de materiales periodísticos, las siguientes:

a) Es deseable que las notas y otros materiales de información contengan el crédito de su autor o autores. Esto incluye a las fotografías y otros materiales gráficos.

b) Firmar sus notas, es un derecho de los informadores. Sin embargo, no están obligados a hacerlo cuando una nota haya sufrido alteraciones de fondo y que no sean resultado de un acuerdo previo con su editor.

c) Los titulares o los avisos, deben corresponder al contenido de una información.

d) En las entrevistas, preguntar es un derecho del entrevistador y responder, o dejar de hacerlo, una prerrogativa del entrevistado. Es cuestionable la práctica de hacer escarnio del entrevistado que se niega a contestar a una pregunta. Si la negativa a responder es considerada como noticiosa, se deberá señalar claramente en qué circunstancia y, específicamente, ante qué pregunta ocurrió.

Deberá especificarse cuando haya acuerdo con el entrevistado para eliminar alguna porción del diálogo, o cuando éste haya participado en la revisión o edición de la nota que dé cuenta de sus respuestas.

Deberá evitarse implicar respuestas en las preguntas. Asimismo, habrá de informarse con toda claridad cuándo la alusión a un acontecimiento, o a una persona, es hecha por el entrevistado y, cuándo, por el entrevistador o por otra persona presente en la conversación.

Deberá indicarse si una entrevista fue concertada con fines periodísticos, o si se trata de una rueda de prensa, o cuando se trate de un encuentro casual.

Las declaraciones, deben publicarse de manera textual, de preferencia entrecomilladas. Cuando el informador haga un resumen, éste debe aparecer claramente como tal. Esta norma se aplica también a la transcripción de documentos.

e) Cuando se citen datos de una encuesta, o de un trabajo estadístico, deberá hacerse de la manera más completa y representativa posible y citando la fuente

o los autores. Habrá de distinguirse entre datos finales y parciales, así como entre hipótesis y conclusiones. Es recomendable que se dé cuenta de aspectos metodológicos (dimensiones y confiabilidad de una muestra, alcances y limitaciones de una estadística, etcétera).

f) Las imágenes que acompañen a una información y que sean presentadas como parte del mismo asunto, deberán corresponder al hecho del cual se informa, o a la nota a la cual ilustran. Se deberá evitar que sugieran un contenido distinto, que pudiera tergiversar la información a la cual respaldan o acompañan. Si no son imágenes originales, se deberá hacer la aclaración correspondiente.

g) Las imágenes alteradas por cualquier procedimiento (por ejemplo la digitalización electrónica) nunca deberán ser presentadas como si fueran reales. Cualquier alteración, retoque o manipulación que implique el cambio del sentido original de una imagen, deberá ser advertida con toda claridad. En ningún caso, se deberá dejar la impresión de que una imagen alterada, o virtual, es real. Lo mismo cabe para los sonidos, o cualquier otra forma de transmisión de mensajes.

h) En las informaciones, es deseable que se proporcionen hechos, no interpretaciones, ni adjetivos.

i) Es preciso distinguir, siempre, entre información y opinión. El comentario y el análisis, deben ser identificados como tales, en espacios y con formatos específicos.

j) La publicidad y la propaganda, de carácter comercial o político, deben poder ser distinguidas de las informaciones o los espacios de análisis propios de cada medio de comunicación. Es preciso que se indique

cuando una nota, gacetilla, inserción o cualquier otro género de material, se publica o se transmite en virtud de un acuerdo comercial.

k) El material proveniente de especulaciones, no debe confundirse con la información de hechos ya ocurridos, o inminentes. Se deben distinguir las suposiciones, de los hechos.

l) La astrología, el ocultismo, la predicción de la suerte y otros métodos o prácticas similares, deben ser presentados como tales y no confundirse con la información que es resultado del trabajo periodístico. Tampoco deben ser confundidas con mensajes de carácter científico.

Trece. Es inaceptable el plagio, entendido como la atribución, como propia, del material escrito, gráfico o de cualquier índole, elaborado por otro informador, o por otro autor, o tomado de otro medio de comunicación, de manera completa o parcial.

Si, por descuido o irresponsabilidad, un informador o un medio de comunicación incurrieran en plagio, deberán hacer la rectificación correspondiente —aclarando la fuente original de la información o del material periodístico incorrectamente publicado— en cuanto adviertan o se les haga advertir esta falta.

SITUACIÓN Y AUDIENCIAS DE LOS MEDIOS

Catorce. Todo medio de comunicación tiene la responsabilidad de informar sobre su propia situación, cuando las transformaciones, la influencia y los proyectos de él mismo sean de interés general. Es recomendable que un medio informe sobre cambios en su régimen de

propiedad, decisiones de expansión, alianzas con otros medios, etcétera.

Es parte del compromiso de un medio con sus audiencias, dar a conocer su tiraje y su circulación (entendida como la venta real de ejemplares) en el caso de los medios impresos, y sus audiencias, medidas a partir de evaluaciones propias o de terceros, en el caso de los medios electrónicos.

Quince. Es recomendable que cada medio de comunicación aliente la interacción con sus públicos, a través de la solicitud (y la publicación) de cartas, respuestas, sugerencias, peticiones y cualquier otro tipo de manifestaciones surgidas entre los lectores o las audiencias de dicho medio.

COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

Las anteriores pautas de conducta, son establecidas a partir de la conveniencia de reforzar la confiabilidad y la identificación de la sociedad mexicana con sus medios de comunicación. Estas normas no sustituyen —pero en algunos casos complementan— el cumplimiento de las leyes que en materia de comunicación, y en otros órdenes, sancionan el desempeño de los medios, así como de sus propietarios, directivos, administradores y trabajadores.

Entendemos que una sociedad bien informada, es una sociedad más participativa. En la medida en que sus medios sean más responsables, la sociedad mexicana también lo será. Esas reglas de comportamiento, que estimamos pertinentes para el desempeño de los medios de comunicación mexicanos, también las

consideramos necesarias para los medios extranjeros que informan sobre México, y a ellos en particular, les llegamos a nuestra nación.

Queremos que los medios de comunicación de este país, sigan contribuyendo a la democracia y al bienestar de los mexicanos. Les pedimos a todos los medios, en materia informativa, ser más serios. Con un mejor conocimiento de nuestros asuntos de política, economía y de lo que deseamos y podemos por el futuro, cumpliendo, todos —informadores, periodistas, comentaristas, editores, propietarios, lectores, radioescuchas o telespectadores— a tener un México que, al estar mejor enterado de sí mismo y de su entorno, podrá crecer mejor en el desarrollo, la democracia y la equidad.

Índice onomástico

- Abarca, Adriana: 99
Abedrop, Carlos: 221n
Aburto, Mario: 43
Aguilar Camín, Héctor:
149, 149n, 214n
Aguilar Treviño, Daniel:
168
Aguirre, Jesús: 59n
Alcalá, Fernando: 222
Alemán, Ricardo: 156n,
157n
Altamirano Dimas, Gonzalo:
160, 161
Almada, Carlos: 148
Alós, Gabriel: 80
Alvarez, Luis H.: 161, 162,
326, 327
Alvear, Beatriz: 237n
Amadir Isela, Alberto: 357n
Ambriz, Agustín: 87n
Anderson, Jack: 78
Andrade Jardí, Julián: 224
Andreotti, Giulio: 110
Antaki, Ikram: 174, 175n
285, 286n, 287, 287n
Aparicio, Carlos: 236
Arco, Carmen del: 302n
Aréchiga, Raúl: 346, 346n
Arias, Juan: 97n, 307n,
357n
Aristegui, Carmen: 237
Arreola, Federico: 91n, 195,
196n
Avila, Pilar: 158
Avilés, Alejandro: 336, 337
Azcárraga, Emilio: 240,
241, 243

189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 366, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419, 420, 421, 422, 423, 424, 425, 426, 427, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 452, 453, 454, 455, 456, 457, 458, 459, 460, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 471, 472, 473, 474, 475, 476, 477, 478, 479, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 490, 491, 492, 493, 494, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524, 525, 526, 527, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 534, 535, 536, 537, 538, 539, 540, 541, 542, 543, 544, 545, 546, 547, 548, 549, 550, 551, 552, 553, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 568, 569, 570, 571, 572, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 596, 597, 598, 599, 600, 601, 602, 603, 604, 605, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 612, 613, 614, 615, 616, 617, 618, 619, 620, 621, 622, 623, 624, 625, 626, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659, 660, 661, 662, 663, 664, 665, 666, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 673, 674, 675, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 682, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 690, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 697, 698, 699, 700, 701, 702, 703, 704, 705, 706, 707, 708, 709, 710, 711, 712, 713, 714, 715, 716, 717, 718, 719, 720, 721, 722, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 729, 730, 731, 732, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 742, 743, 744, 745, 746, 747, 748, 749, 750, 751, 752, 753, 754, 755, 756, 757, 758, 759, 760, 761, 762, 763, 764, 765, 766, 767, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 774, 775, 776, 777, 778, 779, 780, 781, 782, 783, 784, 785, 786, 787, 788, 789, 790, 791, 792, 793, 794, 795, 796, 797, 798, 799, 800, 801, 802, 803, 804, 805, 806, 807, 808, 809, 810, 811, 812, 813, 814, 815, 816, 817, 818, 819, 820, 821, 822, 823, 824, 825, 826, 827, 828, 829, 830, 831, 832, 833, 834, 835, 836, 837, 838, 839, 840, 841, 842, 843, 844, 845, 846, 847, 848, 849, 850, 851, 852, 853, 854, 855, 856, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 863, 864, 865, 866, 867, 868, 869, 870, 871, 872, 873, 874, 875, 876, 877, 878, 879, 880, 881, 882, 883, 884, 885, 886, 887, 888, 889, 890, 891, 892, 893, 894, 895, 896, 897, 898, 899, 900, 901, 902, 903, 904, 905, 906, 907, 908, 909, 910, 911, 912, 913, 914, 915, 916, 917, 918, 919, 920, 921, 922, 923, 924, 925, 926, 927, 928, 929, 930, 931, 932, 933, 934, 935, 936, 937, 938, 939, 940, 941, 942, 943, 944, 945, 946, 947, 948, 949, 950, 951, 952, 953, 954, 955, 956, 957, 958, 959, 960, 961, 962, 963, 964, 965, 966, 967, 968, 969, 970, 971, 972, 973, 974, 975, 976, 977, 978, 979, 980, 981, 982, 983, 984, 985, 986, 987, 988, 989, 990, 991, 992, 993, 994, 995, 996, 997, 998, 999, 1000.

Carreño Carlón, José: 332n
 Castillo Peraza, Carlos: 155, 156, 156n, 157, 157n, 158n, 159, 160, 161, 162, 162n
 Castro, Fidel: 33
 Cepeda Neri, Alvaro: 191n, 348, 348n
 Clinton, Bill: 32, 315, 316, 318
 Clinton, Hillary: 315
 Coccioli, Carlo: 163, 164n
 Colosio, Luis Donaldo: 37, 42, 43, 44, 81, 110, 120, 121, 122, 122n, 123, 124, 128, 130, 132, 133, 135, 135n, 137, 140, 142, 144, 145, 145n, 146, 147, 148, 213
 Cordera Campos, Rolando: 96, 332n, 362, 363n
 Córdoba Montoya, José: 81, 81n, 82, 113, 114, 115, 236
 Córdova, Arnaldo: 332n
 Cortés, Othón: 145
 Cortina, Adela: 299n, 302, 303n, 361, 362n
 Costa, Caio Tulio: 313
 Cuadra, B. de la: 178n
 Cuéllar, Mireya: 162n
 Cruz, Juan: 259n

Chapa Bezanilla, Pablo: 110, 167n
 Chemin, Anne: 178n
 Chertorivski Shkoorman, Isaac: 347n
 Chirinos, Patricio: 151
 Chomsky, Noam: 310, 310n
 Chuayffet, Emilio: 135, 136n 137, 186, 188, 189, 189n, 191n, 192
 Churchill, Winston: 33

 Daniel, Jean: 260, 260n
 Dávalos H.; Héctor: 270n, 334n
 Debray, Régis: 61, 61n
 Denegri, Carlos: 181
 Diana de Inglaterra: 29, 272, 272n, 273, 274

 Ealy Ortiz, Juan Francisco: 46n
 Echeverría, Luis: 34, 80
 Elena, Infanta de España: 29
 Espinosa, Martín: 237
 Espinosa Villarreal, Oscar: 159
 Esquinca, Vianey: 160
 Estefanía Moreira, Joaquín: 299, 301n

Esteinou Madrid, Javier:
332n

Esterl, Mike: 71, 72

Ferguson, Sarah Lady:
271

Fernández, Frank: 71

Fernández-Vega, Carlos: 72n

Fernández Beaumont, José:
293n, 298n

Fernández Christlieb, Pa-
blo: 279, 279n

Fernández Menéndez,
Jorge: 325n, 330, 331n,
332n, 333n

Ferreira, Angel Trinidad:
186

Ferriz de Con, Pedro: 82,
83, 84, 84n, 85, 85n, 86,
87, 87n, 89, 89n, 90, 91,
91n, 158n, 234, 235

Francia, Ignacio: 284n

Franco, Itamar: 32

Fuentes-Berain, Rossana:
221n

Fuentes, Carlos: 151

Fuentes, Félix: 186

Fujimori, Alberto: 57, 58

Galarza, Gerardo: 108n

Galindo Ochoa, Francisco:
93

Gallego-Díaz, Soledad:
306n, 307n

Gamboa Patrón, Emilio: 92,
93, 93n

García, Carlos J.: 275n

García Abrego, Juan: 92, 93

García Medrano, Renward:
353, 354n

García Reyes, Domiro: 142,
143, 144, 145, 146

García Soler, León: 332n

Garrido, Manuel S.: 52, 53n

Garza, Héctor de la: 332n

Gaulle, Charles de: 33

Glaberson, William: 211n

Gil Calvo, Enrique: 198,
198n

Giménez, Rafael: 246

Gómez Leyva, Ciro: 234

González Alonso, Carlos:
64n

González Calderoni, Gui-
llermo: 213n

González Jiménez, Ariel:
254n

González Parra, Fernando:
223

González Pérez, Roberto:
190, 190n

Corbachov, Mijail: 33

Granados Chapa, Miguel
Angel: 86, 87n, 93n, 123,
124n, 186, 190, 191n,
237

Guillén, Sebastián (ver
Marcos): 50, 51

Gutiérrez, Carlos Antonio:
346n

Gutiérrez Espíndola, José .
Luis: 332n

Gutiérrez Rodríguez, Luis:
216, 332n, 335, 335n

Gutiérrez Vivó, José: 39n,
162n, 234, 235

Guzmán, Martín Luis: 163

Hallin, Daniel C.: 196, 197n
Haroldsen, Edwin O.: 65n,
69

Hartman, Charles J.: 276n,
278, 278n

Herman, Edward S.: 310n

Hernández Campos, Jorge:
115, 115n, 117, 118n

Hernández López, Rogelio:
348, 349, 349n

Hill, Anne: 64n, 69, 69n

Hindriks, Klass Jan: 311n

Hirales, Gustavo: 85, 85n

Hiriart, Pablo: 109, 110,
229, 230n, 332n, 344n

Hitler, Adolfo: 281

Huerta, Francisco: 237

Ibarra Ramírez, Guillermo:
344n

Illien, Sarah: 284n
Imbert, Gérard: 293n
Isabel II, Reina: 271

Joffrin, Laurent: 358, 359n,
360, 361, 363

Jones, Paula Corbin: 318
Junco de la Vega, Alejan-
dro: 121, 220, 220n

Kennedy, Edward: 313
Kennedy, John: 33
Koresh, David: 324
Kraus, Karl: 58, 59n
Kreimerman, Jessica: 75

Lapsha, Peter: 48n
Larios Guzmán, Leobardo:
165

Larraya, José Miguel: 307n,
313, 313n,

Lastra, Martín: 320n

Latimer, Claire: 274

Lazcano, Enrique: 236

Lechuga, Héctor: 236

Leo, John: 321n

León, Fabrizio: 94n

López Portillo, José: 34, 77,
78

López Vidal, José Manuel:
176n

Lozano, Alberto: 84n
 Lozano Gracia, Antonio:
 82, 142, 143, 145, 146,
 147, 149, 165

Madrazo, Jorge: 336
 Madrid, Miguel de la: 34,
 77, 329, 347n
Marcos: 49, 50, 51, 52, 53,
 54, 150, 197, 215
 Mares, Marco A.: 221n
 Major, John: 274, 275,
 275n, 277n
 Marín, Carlos: 156n
 Márquez Ayala, David: 74
 Martínez Conde, Elsa Ruth:
 289n
 Mathews, Cleve: 289,
 290n
 Martínez de Souza, José:
 65n, 66, 265n
 Maya Nava, Alfonso: 351,
 352n
 McBride, Sean: 263, 264n,
 295, 295n
 McCarthy, Joseph R.: 290
 McGregor, Lord: 272
 McLuhan, Marshall: 29, 49
 Medina, Rodolfo: 316n
 Medina C., Rafael: 213n
 Medina Macías, Ricardo:
 111, 111n, 133, 133n,
 134, 139, 140n

Medina Viedas, Jorge: 336,
 336n
 Menem, Carlos Saúl: 32
 Menéndez, Ana María:
 332n-333n
 Mendoza, Daniel: 99, 100
 Mercado, Luis Enrique: 336
 Merino, Mauricio: 127, 128,
 128n
 Mill, John Stuart: 125
 Minc, Alain: 176, 176n
 Monroe, Marilyn: 33
 Monsiváis, Carlos: 26, 26n,
 94n, 350, 351n
 Montero, Rosa: 282
 Morales, Alfonso: 94, 94n
 Morales, Rodrigo: 116,
 116n
 Moreno, María de los
 Angeles: 169-170
 Morita, Martín: 87n
 Muñoz, Enrique: 237
 Muñoz, Oswaldo: 202n
 Muñoz Ledo, Porfirio: 151
 Muñoz Rocha, Manuel: 169
 Musacchio, Humberto:
 156n
 Múzquiz, Eugenio: 335n
 Myers, Dee Dee: 316

Nájera, J. M.: 234
 Ness, Elliot: 167

Ochoa, Guillermo: 234, 236
 Oñate, Santiago: 147
 Ortega, Gregorio: 343n
 Ortega Ruiz, Guillermo:
 39n
 Osolnik, Bogdan: 295
 O'Sullivan, Tim: 67n
 Ottone, Piero: 155
 Ovalle, Ignacio: 110n

Parker Bowles, Camila: 272
 Payán Vélver, Carlos: 215,
 333n
 Paz, Octavio: 201, 201n
 Peces Barba, Gregorio: 173,
 173n
 Peña, Ernesto de la: 342,
 343, 343n
 Pérez de Anda, Javier: 345
 Pérez Stuart, José Antonio:
 222
 Pichardo Pagaza, Ignacio:
 170
 Pinocho: 189n
 Polanco, Jesús: 221
 Poniatowska, Elena: 197,
 197n, 344n
 Popper, Karl: 193, 193n
 Porras Robles, Angel: 144n
 Posadas, Juan Jesús: 110
 Pradera, Javier: 153, 153n,
 164, 195, 195n, 196
 Prato, Lou: 108n

Priani Saisó, Ernesto:
 100n, 342
 Prieto F.: 234

Quintana, Enrique: 234

Ramírez, Carlos: 94, 95, 96,
 186, 190, 190n, 224n,
 230
 Ramírez Arauz, María
 Eugenia: 171
 Ramírez Garrido, Jaime:
 255n
 Ramos Padilla, Carlos: 236
 Reagan, Nancy: 313
 Real, Leopoldo del: 101,
 102, 103
 Río, Salvador del: 229n
 Riquelme, Esther: 161
 Riva Palacio, Raymundo:
 97n, 110, 110n, 124,
 124n, 125, 185, 186,
 186n, 189, 189n, 190,
 191, 192
 Rivers, William L.: 289n,
 290
 Rizo, Sócrates: 151
 Rodríguez, Francisco: 186,
 190, 190n
 Rodríguez González, Fer-
 nando: 168, 169, 171

Rodríguez González, Marco
Antonio: 171

Romero, Ismael: 158n

Rosenbaum, David E.: 270n

Ruiz Healy, Eduardo: 39n,
234, 236

Ruiz Healy, Juan: 190, 190n

Ruiz Massieu, José Francis-
co: 38, 109, 110, 145,
168, 170, 171

Ruiz Massieu, Mario: 109,
168, 169, 170, 172, 173,
174, 178

Sabines, Jaime: 201n

Salinas de Gortari, Carlos:
34, 35, 36, 37, 38, 39,
39n, 40, 41, 43, 45, 46,
47, 48, 56, 79, 80, 89n,
96, 99, 100, 107, 113,
115, 122n, 132, 138,
139, 170, 213, 224, 237,
345, 351, 351n

Salinas de Gortari, Raúl:
38, 107, 131, 138

Salinas Pliego, Ricardo:
239, 240, 240n, 243

Samaniego, Fidel: 151, 151n

Samaniego, Norma: 226n

Samarajiva, Roham: 280n

Sarmiento, Sergio: 240

Scherer, Julio: 35, 35n, 48,
82, 83, 83n, 84, 84n, 85,

85n, 86, 87, 87n, 88, 89,
89n, 90, 91

Septién, Jaime: 166, 166n,
347, 347n

Serna, Jesús de la: 306n

Simpson, O. J.: 25, 314,
315

Solís L., Beatriz: 333n

Solórzano, Javier: 156n,
237

Spota, Luis: 182

Squires, James D.: 268,
268n

Stone, Oliver: 51

Suárez, Eduardo L.: 264n

Tomás y Valiente, Francis-
co: 28n, 61n, 200, 200n

Touraine, Alain: 30, 30n

Trejo Delarbre, Raúl: 132,
134n, 135n, 156n, 210n,
215n, 230n, 327n, 333n,
348n, 356n

Trollope, Anthony: 319

Trotti, Ricardo E.: 270n

Turcott, Marco Levario:
157, 158, 220n

Ureña, José: 81, 81n

Vale, Tere: 236

Vázquez, Angeles: 343n

Vicenteño, David: 84n, 89n

Vidal Beneyto, José: 293n

Villarreal, Roberto: 161

Virilio, Paul: 202, 202n

Virtue, John: 288n

Watson, James: 64n, 69,
69n

Winsbury, Rex: 280n

Woldenberg, José: 112,
112n, 116, 117n, 126,
127n, 333n

Woodward, Bob: 274

Yeltsin, Boris: 32

Zabludovsky, Abraham: 39n

Zabludovsky, Jacobo: 39n,
165, 222

Zaidenweber, Jacobo: 216,
217, 217n

Zaldúa, Xosetxo: 39n

Zamarripa, Roberto: 114,
114n

Zambrano, Jesús: 144

Zapata Loredó, Fausto: 223

Zavala, Ignacio: 145

Zedillo Ponce de León, Er-
nesto: 44, 47, 48n, 54,
71, 115, 119, 119n, 120,
121, 122n, 123, 125,
130, 131, 132, 132n,
133, 134, 135, 135n,
137, 138n, 140, 148,
149, 189, 190n, 232n,
247

Zuckerman, Mortimer B.:
319, 320n

Volver a los medios.
De la crítica a la ética
se terminó de imprimir en
junio de 1998 en los talleres de
Cia. Impresora y Editora ANGEMA, S.A. de C.V.
La edición consta de 1.000 ejemplares
más sobrantes para reposición



Raúl Trejo Delarbre

Investigador en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, director del semanario *etcétera*, columnista del diario *Crónica*, miembro del consejo editorial de *nexos*, es autor de varios libros. Premio Nacional de Periodismo 1994 y Premio Fundesco de Ensayo 1996 por su libro *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet*.

Volver a los medios

Propone recuperar su carácter de intermediarios entre los distintos sectores de la sociedad, por encima del protagonismo e influencia tan grandes que hacen olvidar que su fin no es el mensaje sino el público que buscan. Aquí es donde surge la urgencia de incursionar en la ética y establecer compromisos entre los medios y la sociedad.

Los libros de la Condesa