

# Unidad 12

---

- El periodismo (II)

## **Estar sin información andar a ciegas por el mundo**

Es incuestionable que la información generada por los medios de comunicación interviene en la vida social. De alguna manera influye en las relaciones políticas, económicas, culturales, etc. El gobernante pondera su obra de gobierno mediante las reacciones que expresa la opinión pública a través de la prensa. El partido político utiliza los medios para propagar su ideología y programas. El financiero revisa los índices de la Bolsa de Valores en las páginas de los periódicos para hacer sus inversiones. El ama de casa realiza sus compras con base en las “ofertas” que publican los diarios. El espectador revisa las carteleras de espectáculos y las críticas culturales para optar por un espectáculo o una exposición de arte. En fin, no hay actividad social en que no esté presente la información. Ha penetrado tan hondo en la vida humana, que vivir sin ella sería como desvincularse de la realidad, ir a ciegas por el mundo.

En efecto, durante el acontecer histórico han surgido medios comunicantes. En la época primitiva aparecen formas incipientes de lenguaje: la mímica, los sonidos guturales, la pintura rupestre, etc.; en el esclavismo, el lenguaje escrito y los signos naturales fueron implicados con un significado mágico; en el capitalismo naciente, con su revolución industrial, los medios impresos. Después, en la era tecnológica, un sinfín de medios modernos. Todos ellos nacidos y desarrollados para satisfacer la necesidad humana de estar en constante comunicación.

Vivimos un mundo de conceptos y palabras. Por medio de éstos se busca hacer comprensibles las relaciones sociales. El ser humano encuentra en ellos y en los medios formas de manifestarse, de ser.

Así la información se ha convertido, en nuestra época, en una necesidad social, que se da en sociedades cada vez más amplias y complejas. La información se presenta ante nosotros como un conjunto inmenso de hechos y sucesos indispensables por conocer.

Pretender aislarse de la comunicación significaría abstraerse de la realidad, del raciocinio, y, por lo tanto, pasar inadvertido ante la vida.

En la actualidad se produce un gran volumen de información. Los acontecimientos diarios plantean problemas políticos y sociales que influyen en la vida cotidiana. De ahí que la información surja como un requisito social e individual.

Roger Clausse dice al respecto que el hombre contemporáneo se ve inmerso en una necesidad vital de conocer lo que ocurre en el mundo para obtener de este conocimiento una ventaja práctica y establecer una línea de conducta. Se exige

información para fines materiales o espirituales; personales o colectivos; prácticos y realistas; concretos o bien egoístas.<sup>1</sup>

El periodismo viene a satisfacer la necesidad de información por ser un medio entre el suceso y el lector. A través de la prensa y su quehacer: el periodismo, el hombre satisface su necesidad de conocer los sucesos que giran a su alrededor.

Ismael Herráiz señala que en la pregunta ¿qué pasa por el mundo? y en la respuesta a esta pregunta está el fundamento del periodismo antiguo y moderno, que en resumidas cuentas no es más que la satisfacción humana de saber.<sup>2</sup>

La complejidad del mecanismo social -continúa Clause-, los lazos complementarios, la interdependencia, la inseguridad, la crisis y la pérdida de tradiciones, son factores que refuerzan, crean y alimentan la necesidad de una información que abarque los acontecimientos de actualidad, porque todos ellos tienen o pueden tener una influencia directa sobre la vida colectiva o personal de los hombres, quienes obtienen de este conocimiento un beneficio para sí mismos o para su grupo.<sup>3</sup>

Jorge Fernández, quien fuera director de CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina) afirma que los medios de información (y por supuesto el periodismo) son el nexo entre el hecho y el hombre; entre el acontecer y el acontecimiento. Cumplen una función formativa y educativa cuya trascendencia social pudiera no haber sido aún suficientemente valorada. Todos quieren servirse y disponer de los medios de información; todos quieren utilizarlos para sus fines políticos propios o para sus objetivos comerciales. La influencia de los medios de información es tal, que no sólo pone en contacto entre sí a los seres al participarles de asuntos para los cuales hay un interés común, sino que obra como un condicionante del futuro.<sup>4</sup>

De ahí que para comprender la importancia de los medios, pongamos nuestra atención en su quehacer esencial: el periodismo.

## **CITAS BIBLIOGRÁFICAS**

1. *ROGER CLAUSSE, Sociología de la información, p. 2.*
2. *Varios autores, Enciclopedia del periodismo, p. 16.*
3. *R. CLAUSSE, op. cit., pp. 1 y 2.*
4. *JORGE FERNÁNDEZ, "Enseñanza de periodismo y medios de información colectiva", Revista de la Escuela de Ciencias Políticas y Sociales, no. 39, p. 3.*

## ***¿Que es periodismo? Una pregunta con múltiples respuestas***

### **Según los tratadistas**

En torno a definiciones sobre periodismo se podría redactar un voluminoso diccionario. Se han escrito en todas las latitudes geográficas, en todos los idiomas y las hay desde parciales y concretas, hasta generales y retóricas. Sus autores las han elaborado movidos por cuestiones vivenciales, ideológicas, económicas, políticas y hasta filosóficas; por lo mismo, son arbitrarias y poco comprensibles del todo periodístico. De cualquier manera vale la pena registrar algunas de las principales, que en su conjunto nos pueden ayudar a descifrar la naturaleza del periodismo.

El diccionario de Webster, citado en el libro de Periodismo moderno, dice que “el periodismo es la tarea de dirigir, redactar o escribir para los periódicos”.<sup>1</sup>

Para Doménico de Gregorio “se debe entender todo aquel complejo de actividades que tienen por finalidad la preparación, impresión y distribución de los periódicos”.<sup>2</sup>

Stanley Johnson y Julian Harris, a su vez, indican que el periodismo, en un sentido amplio, “suele incluir la organización de material, lo mismo que otros trabajos y, notablemente, la redacción de 'columnas' y otras secciones de interés, tanto para periódicos como para revistas”.<sup>3</sup>

Por su parte, Emil Dovifat apunta: “El periodismo es una actividad firmemente ligada al momento y a la marcha de la técnica. Por esto requiere una eficiencia y un amor al trabajo sin desmayo, una percepción clara y permanente de los acontecimientos, conocimientos fácilmente utilizables, observación aguda y la capacidad de lograr una descripción certera, convincente y con lenguaje eficaz”.<sup>4</sup>

Actualmente -asevera Fraser Bond- la palabra periodismo abarca todas las formas en que las noticias y los comentarios acerca de éstas llegan hasta el público.<sup>5</sup>

Mitchell Charnley afirma: “El periodismo es un arte y una profesión”. Y explica que la expresión artística en el periodismo (sin la cual la comunicación de noticias no lograría más efecto que el que podría alcanzar la comunicación de ideas musicales, plásticas o cromáticas) “emana de la dirección impartida a la actividad por una percepción innata, por el gusto, por la intuición ilustrada ... por un impulso intensamente personal que se resiste a la descripción”.<sup>6</sup>

John Hohenberg establece: “El periodismo es una profesión inquieta, tan cambiante como las noticias de que se ocupa. Su atractivo es universal. Su fascinación se compone de la novedad, la sorpresa, la satisfacción, los logros, a veces desengaños y, en una que otra ocasión, hasta la conmoción que causa la incesante variedad de la historia del género humano”.<sup>7</sup>

Martín Vivaldi manifiesta que: “El periodismo es un medio de comunicación social, cuya misión fundamental es la de difundir entre los hombres información, orientación y pasatiempos a intervalos de tiempo determinado. Moderadamente se considera al periodismo como actividad humana de triple vertiente: como ciencia orientadora de la opinión pública; como arte de difusión de noticias, y como técnica especializada para el propio desarrollo y perfeccionamiento de la prensa”.<sup>8</sup>

## ***El punto de vista de los periodistas***

Es interesante conocer lo que piensan algunos periodistas mexicanos de su profesión.

Manuel Buendía dice que un diccionario define al periodismo como “un conjunto de reglas y técnicas para el quehacer profesional que transmite la información periódica de noticias”. Comenta que esto es posible si se toma en cuenta que el periodismo “es el quehacer de realizar todo lo que se requiere para la transmisión periódica de noticias”.

Fernando Benítez sostiene: “El periodismo es un sistema de comunicación compleja”.

René Arteaga considera que el periodismo es “la información diaria de los hechos que tratan de pasar a la historia ... Es el relato o testimonio del quehacer humano ... Es una enorme industria, una enorme técnica la que se utiliza para la información, pero más que todo, para encontrar la noticia. Es un técnica, una carrera, más que un oficio”.

Benjamín Wong expresa: “el periodismo es la divulgación e interpretación de información sobre sucesos que interesan al hombre, porque de alguna manera afectan o podrían afectar su vida o la de otros hombres”.

De acuerdo con todos estos puntos de vista podemos desprender que el periodismo es:

- un arte, una técnica y una profesión
- un medio de comunicación social
- la noticia o información periódica y su interpretación y comentario
- relato o testimonio del quehacer humano
- la información diaria que trata de ser historia

En suma, se puede decir que el periodismo son aquellas actividades científicas, técnicas y artísticas que se realizan con los objetivos de planear, organizar, producir y difundir, través de distintos medios (prensa, radio, cine, televisión) la información y sus análisis periódicos del acontecer que interesan y afectan a la sociedad.

## **CITAS BIBLIOGRÁFICAS**

1. *COMMITTEE ON MODERN JOURNALISM, Periodismo moderno, p. 65.*
2. *DOMÉNICO DE GREGORIO, Metodología del periodismo, p. 10.*
3. *STANLEY JOHNSON y JULIAN HARRIS, El reportero profesional, p. 17.*
4. *EMIL DOVIFAT, Periodismo (tomo I), p. 27.*
5. *FRASER BOND, Introducción al periodismo, p. 17.*
6. *MITCHELL CHARNLEY, Periodismo informativo, p. 11.*
7. *JOHN HOHENBERG, El periodista profesional, p. 23.*
8. *MARTÍN VIVALDI, Géneros periodísticos, p. 340.*

## ***Para qué se hace periodismo***

El periodismo es hoy una necesidad existencial del hombre moderno. Éste necesita saber qué pasa por el mundo, por qué y cuál es el sentido y contextos del acontecer diario. De ahí que la esencial función de informar de la actividad periodística se haga acompañar de otras funciones de semejante importancia.

De Gregorio asevera que, por regla general, el periodismo tiene la función concreta de informar, “tener al corriente a sus lectores de aquello que sucede en el mundo del modo más completo, cuidado y objetivo posible”. Otras funciones que destaca este autor, son las políticas: “el periódico es un órgano de ideas, un portavoz de opiniones, principalmente políticas, que aspira a presentar a los lectores su propio mensaje y a forjar sus opiniones, ganándose los para una causa”. Pero también tiene sociales, se explica: “Al difundir el conocimiento y, por tanto, la cultura en sentido lato, el periódico contribuye a convertir al lector, al ciudadano, en un elemento más participante cada vez en la vida de la sociedad en la que vive y actúa”.<sup>1</sup>

Por su parte, Bond indica como funciones del periodismo el informar, interpretar, guiar y divertir.<sup>2</sup> Y el Committee on Modern Journalism destaca igualmente las funciones de informar, influir, entretener y la de anunciar.<sup>3</sup>

Hohenberg apunta un aspecto importante: “El periodismo nuevo -dice-, no sólo trata de explicar y de informar, sino que se atreve a enseñar, a medir, a valorar. En términos generales, sus métodos son una adaptación de algunas de las técnicas más prácticas de comunicación con las masas. Tiene el propósito de producir una interpretación más amplia de las noticias derivadas de la política y del gobierno, en todos los niveles, y formas más exactas de valorar la opinión pública, como guía para una política editorial.”<sup>4</sup>

A partir de lo señalado por los autores mencionados, se destaca que las razones principales de existir del periodismo son: informar, formar opinión, explicar y entretener, y ¿por qué no?: educar y anunciar.

Conviene explicar cada una de estas funciones:

*Informar* consiste en divulgar la obra que generan los hombres al relacionarse de manera política, económica, etc., con otros hombres, ya conflictiva o ya armónicamente. Es también contar los pensamientos y opiniones que acompañan a sus acciones. Así se informa de planes, programas, acciones, informes de resultados y de los productos que fabrican. Igualmente se informa de las ideas que fundamentan esas actividades y de las actitudes y opiniones que provocan. En este proceso informativo, el periodista se limita a elaborar su relación sin comentarios propios o ajenos. Sólo a describir con fidelidad al objeto de la información (objetividad).

*Opinar* en cambio, es hacer la evaluación de los sucesos. Analizar y enjuiciar su naturaleza, con fundamentos extraídos de la teoría o de la experiencia. Pero es también persuadir, convencer con pruebas (o sin ellas) a la opinión pública de la bondad o maldad de una noticia y de sus efectos reales, probables o posibles. Incluso la opinión puede alcanzar al tratamiento técnico que el reportero hizo de la noticia.

*Explicar o interpretar* a diferencia de la opinión, que es un juicio subjetivo, es una valoración objetiva basada en antecedentes, análisis, relación, exposición comprensiva de los acontecimientos. De tal manera que el reportero no impone su opinión, sino que impulsa al público a deducir sus propias conclusiones.

*Entretener* es divertir mediante la ficción, lo irreal e imaginario. Por su carácter eminentemente visual se dirige más a los sentidos que a la inteligencia. Busca provocar emociones y despertar sentimientos, más que la reflexión. Da elementos al público para que sueñe y evada problemas. El mundo que muestra no tiene dificultades, es armónico, y cuando las hay, se resuelven al final de cuentas por arte de magia.

*Anunciar* desde el momento en que los medios de comunicación empezaron a ser financiados por la publicidad, se configuró esta función, la de anunciar. Los medios, y, por consecuencia, su quehacer, el periodismo, se convirtieron también en vehículos de promoción y fomento de la actividad económica, a través de difundir (muchas veces periódicamente) los bienes y servicios que generan las fuerzas productivas y el gobierno.

*¿Educar?* Mucho se ha debatido si el periodismo es formativo. Nuestra opinión es que si no a la manera tradicional de una escuela, lo hace de manera informal por medio de las funciones periodísticas. Los mensajes, por lo general sencillos y de temáticas variadas que se transmiten por los medios en secuencias y con mucha frecuencia, tienen los requisitos básicos para ser aprendidos y en consecuencia, influir (condicionando) en el pensamiento (creencias) y las decisiones (acciones) de los individuos o grupos.

## **CITAS BIBLIOGRÁFICAS**

1. DE GREGORIO, Gp. Cit., pp. 37-39.
2. F. BOND, Gp. cit., p. 21.
3. COMMITTEE ON MODERN JOURNALISM, Op. Cit., pp. 141 y 144.
4. J. HOHENBERG, Gp. Cit., p. 193.
5. M. VIVALDI, Gp. Cit., p. 106.

## ***El cronista del acontecer histórico***

### **Investigador y expositor**

Más allá de mitos y prejuicios, el periodista es un profesional que esencialmente investiga y expone (divulga) periódicamente acontecimientos de trascendencia social y de actualidad, a través de los medios masivos de comunicación.

A lo largo de la historia se ha distinguido por ser un observador -más o menos veraz, objetivo y honesto- del nacimiento, desarrollo, gloria y muerte de instituciones, comunidades, grupos y movimientos sociales.

Con talento o mero oficio, ha narrado esos procesos sociales. Ha sido el cronista (que no autor, valga la aclaración) de las comedias, dramas y tragedias que protagonizan el ciudadano común y los principales personajes de la vida social de cada momento.

Para la transmisión de esos relatos se vale de aparatos de resonancia, los medios de comunicación, como la prensa escrita, radio, televisión y a veces el cine.

Así, a la fuerza de acertar y cometer errores, ha configurado un método de trabajo, que, como se apuntaba, tiene dos fases fundamentales: investigar (reportear) y exponer (divulgar), las cuales, a su vez, involucran varios procedimientos e instrumentos.

De manera cotidiana penetra en el acontecer para extraer datos y traducirlos en un mensaje informativo. Observa la actitud y conducta de las personas y hechos, potencialmente noticiosos, por medio de los sentidos. (El reportero es algo así como la extensión sensorial de la sociedad. Él es los ojos, oídos, olfato y tacto que captan la realidad). Interroga a los protagonistas o testigos del suceso. Cuando así lo amerita, se documenta. Graba lo recopilado. Pero para que esta investigación rebase lo rudimentario y sea profesional, procura hacerla de manera sistemática: con rigor y exactitud.

Su carácter de expositor entraña una capacidad selectiva para detectar de los datos recabados la sustancia noticiosa.

También implica una destreza para organizar el material seleccionado. El periodista le da al material sustantivo y jerarquizado su carácter expresivo con el estilo y lenguaje. Mediante la articulación del sujeto, verbo y complemento y las figuras de la retórica, revitaliza al suceso, reconstruye la realidad.

Es cuando toma la forma plena de mensaje con distintas denominaciones: nota informativa, crónica noticiosa, entrevista, reportaje o comentario. Y lo lanza a la mente del hombre para provocarle una reacción.

### ***Sus requerimientos culturales y profesionales***

Por la magnitud del campo social en que se desenvuelve profesionalmente, el periodista requiere de vastos conocimientos. Su desplazamiento en fuentes de información, tan numerosas como disímbolas: la administración pública, los centros

financieros, la industria y el comercio; las instituciones políticas, jurídicas, educativas y de salud, y la necesidad de conocer tanto la psicología de los pueblos como de los individuos. Es imperioso que comunicador tenga nociones, aunque generales, de política, economía, sociología, derecho, psicología y artes, principalmente. Especial atención le debe merecer el conocimiento de la lengua nacional, pero sobre todo, su práctica ágil, ya que con el lenguaje da forma a la información.

En distintas épocas y circunstancias, periodistas en lo individual y organizaciones gremiales, han formulado principios éticos en los que se entreveran los rasgos moralizantes, inquisidores, valientes y utópicos. Todos coinciden en conceptos esenciales como son la verdad, la lealtad, la libertad, el profesionalismo y la honestidad.

Estos principios se invocan en cada fase o momento del quehacer periodístico y se procura aplicarlos.

### **Las escuelas de periodismo**

Los deberes y responsabilidad de los medios informativos aumentan junto con la demanda de mejor información acerca de nuestro mundo tan complicado, por lo que ahora se necesitan medios impresos y electrónicos con una alta calidad en el periodismo que realicen. La publicación o difusión de noticias ya no basta, se debe decir al lector, televidente o radioescucha lo que éstas significan, y con ese fin entran en juego el tratamiento de una información más profusa, diversificada, compleja, y al mismo tiempo más vertiginosa y fragmentada; y por consecuencia es más necesario procurar su profundidad e interpretación y un elevado y diverso conocimiento de materias.

Por lo tanto, esa labor demanda un nivel muy alto de preparación profesional y de competencia por parte de los jóvenes principiantes que se necesitan para desempeñar la actividad periodística. Ante estas consideraciones, las escuelas de comunicación o de periodismo tienen una responsabilidad trascendente como formadoras de este periodista que se requiere.

Ya es tiempo de cerrar el viejo debate sobre si el periodista debe ser formado en las redacciones o en las escuelas. Deben aceptarse como una realidad las escuelas, que con todos sus desaciertos han formado periodistas que están dando la batalla con decoro en el campo profesional. Y pasar a debatir el tipo de profesional que hay que formar para atender las nuevas necesidades comunicativas que tiene la sociedad moderna.

Copple dice: “Es tiempo de que los editores mediten acerca de las perogrulladas (verdad evidente) de los reporteros vagabundos”, deberán decidir qué reporteros son los que se necesitan para escribir con profundidad. Se preguntará ¿qué es lo que se exige a un receptor? Se le exige inteligencia, imaginación, disciplina intelectual, educación liberal, habilidad para escribir, conocimientos especializados y amor a la profesión. El periodismo requiere gente que ame las técnicas de la profesión y el conocimiento de las artes liberales, así en las buenas escuelas de periodismo, los futuros reporteros pueden adquirir ambas simultáneamente.<sup>1</sup>

Por su parte, René Fell y Martín Vivaldi consideran que “negar la utilidad de las escuelas de periodismo, equivale a negar el valor de la formación profesional”. Y

agregan: “La escuela de periodismo es necesaria para informar y formar a los que mañana llevarán la inmensa responsabilidad de informar y formar a su vez al público a través de los órganos de comunicación social”.

Más adelante apuntan: “Consideramos que las escuelas de periodismo son indispensables como etapa formativa, pero insuficientes desde el punto de vista informativo”.<sup>2</sup>

En efecto, si se acepta que la formación profesional se consolida en la práctica, las escuelas de periodismo ponen las bases de esa formación.

Pero transcribamos lo que dijo el periodista Armando Rivas Torres en un seminario sobre enseñanza de periodismo: “Los tiempos y los sistemas de comunicación han cambiado. La juventud se prepara y se proyecta mejor. El análisis y conocimiento de los más graves problemas políticos, sociales y económicos son materia de discusión en todos los ambientes del mundo. En todos los países se lucha por aniquilar el analfabetismo y por llevar a nuestras masas a un mejor nivel cultural.

“El mundo se acorta y las comunicaciones que antes se hacían con lentitud, hoy se logran al instante ... La humanidad avanza y no puede haber sector alguno, menos el de la prensa, que pueda quedar a la zaga. El avance debe ser paralelo y si es posible, hasta superior a otras entidades similares.

“Ahora bien: ¿Vamos a cifrar nuestras esperanzas exclusivamente en aquellos elementos cuya preparación única radica en su vocación? Pienso que no. Creo que ha llegado el momento de conjugar vocación con preparación universitaria.” Preparación que requiere una base cultural definitiva y un “profundo estudio de lo que yo llamo sociología periodística, política periodística y economía periodística”.<sup>3</sup>

### **La enseñanza de la educación en México**

En la actualidad, hay 74 escuelas de enseñanza superior que imparten la licenciatura en comunicación bajo distintas denominaciones: comunicación social, periodismo, ciencias de la comunicación o ciencias y técnicas de la comunicación, entre otras. Además se ofrece a nivel de maestría en 8 instituciones: Colegio de Postgraduados de Chapingo, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Universidad Iberoamericana, Universidad Autónoma de Nuevo León, Universidad de Occidente y Universidad Regiomontana.

Las primeras escuelas se fundaron en los cincuenta, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM (1951) y en la Universidad de Veracruz (1954). A principios de los sesenta (1963) había 4 escuelas, pero su acelerado crecimiento se dio en el periodo 1974-1985, pues surge el 77.02 por ciento del total de instituciones.

De acuerdo con las estadísticas elaboradas por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (coNEacc), de esas 74, el 71.6 por ciento son de carácter privado y 28.4, públicas; sin embargo, hay que hacer notar que de los 25 972 alumnos que están inscritos, el 61.9 por ciento (16 071) lo está en escuelas públicas y el 38.1 por ciento (9 901) lo está en privadas, lo cual

apunta una tendencia todavía controlable hacia la masificación de la enseñanza en las instituciones públicas y sus efectos negativos que deterioran el aprendizaje de los alumnos.

La encuesta antes citada revela también que si del surgimiento de la primera escuela en 1951 hasta la fecha han egresado ya 24 429 personas, en los próximos cuatro años egresarán 25 972 alumnos, duplicación que está indicando un exceso de oferta y muy posiblemente una saturación del mercado de trabajo, pues entonces habrá un total aproximado de 50 mil egresados.

Por otro lado, es pertinente apuntar que de los 24 429 egresados, sólo el 28.9 por ciento son titulados (7 068).

La planta docente es de 2 193 profesores (867 de instituciones públicas y 1 320 privadas), los cuales imparten 1 435 asignaturas.

La zonificación de las escuelas se da de la siguiente manera: la región Norte tiene 26, la cual comprende los estados de Baja California, Coahuila, Chihuahua, Nuevo León, Sinaloa, Sonora y Tamaulipas; luego el Distrito Federal y su área metropolitana con 21; sigue Centro-Occidente con 14, que abarca Colima, Durango, Guanajuato, Jalisco, Querétaro y San Luis Potosí; finalmente la Sur con 13, integrada por Campeche, Chiapas, México, Morelos, Oaxaca, Puebla, Veracruz y Yucatán.

Como se puede observar en esta distribución de las escuelas, aquí también se advierte el fenómeno de la centralización, ya que aunque la zona Norte tiene el mayor número de escuelas (26), ésta comprende 7 entidades, mientras que sólo el Distrito Federal y su área metropolitana cuenta con 21 escuelas de las 74 existentes en el territorio nacional.

La población estudiantil por regiones se compone del modo siguiente: de los 25 972 alumnos que hay en todo el país, el 41.9 por ciento se concentra en el Distrito Federal y su área metropolitana, el 36.1 por ciento en el Norte, el 13.1 por ciento en el Centro y el 8.9 en el Sur.

Hay escuelas que se inclinan por la enseñanza teórica, otras por la práctica profesional y otras más por ambas. Sus objetivos educativos no siempre están muy claros, o son disímbolos: unas pretenden formar periodistas, otras publicistas o publirrelacionistas, otras más comunicólogos e investigadores; sin embargo, no siempre existe congruencia entre planes de estudio y esos objetivos.

Hay quienes critican a las escuelas (sobre todo los medios y los periodistas) de ser muy "teorizantes". También se les acusa de preparar "aprendices de todo y maestros de nada". A ciencia cierta no se sabe qué forman, si periodistas, comunicadores, comunicólogos, publicistas o publirrelacionistas.

A pesar de todas esas críticas están cumpliendo su función con altibajos, explicable por su rápido crecimiento. Cada día es mejor su enseñanza y será mejor en el futuro tomando las medidas pertinentes para su superación y con la participación de todas las partes interesadas en hacer del periodismo una profesión más eficiente profesional y socialmente.

## **Responsabilidades legales del periodista**

El periodista tiene responsabilidades ante la ley, la sociedad y la política.

La responsabilidad jurídica se enmarca en la Constitución Política así como en las leyes que de ella emanan.

Los artículos 6° y 7° de la Carta Magna le otorgan la libertad de expresarse, tener acceso a la información y el deber de informar:

Artículo 6°.-"La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado".

Según Emilio O. Rabasa y Gloria Caballero, "lo más característico del hombre, lo que lo distingue de los demás seres de la naturaleza, es la facultad de concebir ideas y poderlas transmitir a sus semejantes. Por eso, la libertad de expresión es el derecho más propiamente humano, el más antiguo y el origen y base de otros muchos". Y ello es precisamente lo que establece este derecho consagrado en dicho artículo constitucional. El 7 ° establece la libertad de escribir y publicar obras sobre cualquier materia.

Conforme a la ley reglamentaria de dichos artículos, se atenta contra:

*La vida privada*, cuando se cause odio, desprecio o demérito hacia una persona, o con tal actitud se le perjudica en sus intereses.

*La moral*, cuando se defiendan o aconsejen vicios, faltas o delitos, o se ofenda al pudor, decencia o buenas costumbres.

*La paz pública*, cuando se desprestigien, ridiculicen o destruyan las instituciones fundamentales del país, se injurie a México, se lastime su buen crédito, o se incite al motín, a la rebelión o la anarquía.

Citando a los mismos autores, "Las estipulaciones anteriores están determinadas por la obligación de proteger la dignidad individual, así como el sentimiento colectivo, y el respeto a las instituciones y su estabilidad".<sup>6</sup>

Este artículo fue adicionado en 1977 para consagrar el derecho a la información, el cual comprende:

- a) El derecho del particular y de los grupos a tener acceso a los medios de comunicación, en determinadas circunstancias y cuando se trate de asuntos de suma importancia para la sociedad.
- b) El derecho a recibir información veraz. La propaganda, en todas sus manifestaciones -expresan los juristas citados-, es en nuestro mundo una fuerza poderosísima, tanto que puede dirigir conductas, modelar actitudes y conformar el pensamiento humano. De ahí la necesidad de sujetar la información -sea política o comercial- a criterios de veracidad, para evitar que los pueblos sean manipulados sin que se percaten de ello y conducidos a obrar de modo inconveniente y contrario a sus intereses legítimos.

- c) El derecho a obtener de los órganos públicos la información necesaria para salvaguardar los intereses particulares o de grupos.<sup>7</sup>

En 1983 se iniciaron consultas con el propósito último de reglamentar el derecho a la información; sin embargo, éstas fueron suspendidas ante la fuerte oposición, principalmente de los dueños de los medios de comunicación. Desde entonces, nada concreto se ha hecho para reanudar los trabajos que concluyan en una legislación que es necesario y urgente establecer.

El artículo 7 ° dice a la letra: “Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito.

“Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que, son pretexto de las denuncias por delitos de prensa, sean encarcelados los expendedores, 'papeleros', operarios y demás empleados del establecimiento de donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquéllos.”

Sobre la libertad de prensa que establece este artículo, el periodista Francisco Zarco argumentó ante la Asamblea Constituyente de 1857: “Deseo defender la libertad de prensa como la más preciosa de las garantías del ciudadano y sin la que son mentira cualesquiera otras libertades o derechos. Un célebre escritor inglés ha dicho ‘quitadme toda clase de libertad pero dejadme la de hablar y escribir conforme a mi conciencia’. Estas palabras demuestran lo que de la prensa debe esperar un pueblo libre, pues ella, señores, no sólo es el arma más poderosa contra la tiranía y el despotismo, sino el instrumento más eficaz y más activo del progreso y de la civilización”.

Como corolario Rabasa y Caballero afirman: “Políticamente la libertad de expresar ideas, en forma verbal o por escrito, es de la mayor importancia, puesto que ayuda, ya sea con iniciativas o con críticas, a lograr el mayor bien para el mayor número, aspiración esencial de la democracia. La libre crítica conduce a obtener el estricto cumplimiento de las leyes y el funcionamiento eficaz de los órganos estatales, y en los campos de la ciencia y de la cultura, sin el libre intercambio de ideas, el conocimiento quedaría paralizado”.<sup>8</sup>

Además, existen algunas otras normas que de una manera u otra regulan la expresión a través de los periódicos, la radio y la televisión. Éstas son la Ley de Imprenta, reglamentaria de los artículos 6° y 7° ya mencionados, Ley Federal de Derechos de Autor, Ley Orgánica de la Educación Pública, Convenio Internacional para la Represión de la Circulación y del Tráfico de Publicaciones Obscenas, Protocolo de Enmienda de la Convención para la Represión de la Circulación y el Tráfico de Publicaciones Obscenas, Ley Reglamentaria del artículo 130 constitucional (artículos relativos a la prohibición de comentarios políticos a publicaciones confesionales), Ley Federal de radio y televisión, Reglamento de la Ley Federal de radio y televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, y decretos sobre franquicia postal de publicaciones periódicas.

Estos mandamientos legales establecen las libertades que goza el comunicador de la prensa escrita, la radio, televisión y el cine, así como los límites que tienen esos derechos, que en resumidas cuentas, se refieren, como ya se anotaba, con todas sus ambigüedades propias, a la vida privada, a la moral y a la paz pública.

### ***Su responsabilidad social y política***

Los países de desarrollo medio como México o de alto desarrollo, se caracterizan por tener sociedades de consumo, un buen nivel educativo; analfabetismo reducido y de clases medias o bajas con un mayor acceso a los bienes culturales. Estos elementos suscitan cambios sustanciales en la naturaleza del periodista, el cual debe atender la mayor demanda de información. Al mismo tiempo, debe procesar y distribuir masivamente el gran volumen informativo que generan esas mismas sociedades. Así, además de informar eficientemente, requiere explicar esa información para orientar de manera adecuada a la opinión pública. Otras características propias de nuestros países son el aislamiento, la dependencia, la desigualdad, lo cual hace necesario establecer, o en su caso, impulsar o radicalizar programas que erradiquen esos males. Sacar del subdesarrollo económico, social y cultural a esos pueblos. El periodista -como agente de comunicación y el autor real de los medios de información- tiene una responsabilidad ineludible en promover y animar ese desarrollo.

En su condición de orientador y educador, es impelido a ejercer una profesión más politizada. Es un profesional -como dicen Rafael López Pintor y Julián Santamaría Ossorioque “en parte legítima y contribuye a legitimar el sistema de creencias y valores dominantes; de otra, poniéndolo en cuestión, contribuye a su transformación”.<sup>9</sup>

### **La especialización**

Según el grado de desarrollo de los medios podemos hablar de varias especialidades. Una de ellas se configura en atención al tipo de medio informativo. Hay el periodista de la prensa escrita (periódicos y revistas), el de radio y televisión. En esencia, sus técnicas de trabajo son las mismas, aunque para el caso del radio y la televisión se toma en cuenta además el sonido y la imagen, en mayor o menor grado, según los recursos materiales a su alcance.

Sin embargo, el periodismo audiovisual mexicano es aún incipiente. Aunque en la ciudad de México ya existe, en el resto del país, salvo excepciones, todavía se practica un periodismo escrito que se difunde por esos medios electrónicos. En los noticieros radiotelevisivos los locutores simplemente se dedican a leer los periódicos locales o nacionales. En el mejor de los casos, el periodismo televisivo se basa en fotografías o películas de archivo que ilustran las noticias que son leídas. Pocos son los sucesos que se graban y luego se transmiten con todos los elementos accesorios que los ambientan (música, sonido, etcétera) y que contribuyen a crear el lenguaje audiovisual.

Esta situación está muy ligada a las deficiencias o insuficiencias de recursos humanos y materiales. Buen número de periodistas de la prensa escrita, también lo son

de la radio y televisión, para poder completar un salario si no decoroso, al menos suficiente para subsistir, lo cual tiene como efecto que por no estar concentrados en un solo medio desmerezca la información que producen. Esto se aúna a los escasos recursos y herramientas que las radiodifusoras y televisoras destinan o tienen para captar y difundir los acontecimientos.

Otras especialidades se generan al cubrir las fuentes de información. En las grandes y medianas ciudades, los centros políticos, fabriles, comerciales y de servicios producen importantes volúmenes de información, por lo cual las empresas periodísticas tienen que destinar a distintos reporteros para cubrir esas fuentes, que, además, a veces están distantes unas de otras. Así surgen los reporteros de la fuente económica, de la política, de la policiaca, deportiva, etcétera.

Sin embargo, esta especialización es relativa porque está en función de los intereses de las empresas. Gaye Tuchman dice al respecto que las empresas se cuidan de que esta especialización no afecte su economía: “Las organizaciones informativas mantienen la flexibilidad y ahorran dinero al desalentar la creación de una burocracia más compleja que la ya existente y al alentar el profesionalismo entre los reporteros. Entre los periodistas -agrega-, el profesionalismo es saber cómo lograr un relato que satisfaga las necesidades y las pautas de la organización”.

Cuando es necesario, las especialidades se dejan de lado. Cada uno debe ser capaz de hacer el trabajo del otro. El objetivo último es que el trabajo se haga. Si cada uno se aferrara a su especialidad, el trabajo del medio se vería afectado, “así el especialista debe ser un generalista y viceversa. Cada uno debe ser ‘un profesional’, capaz de cubrir todo y cualquier cosa, para que cada uno pueda ser asignado, en cualquier momento a cualquier cosa”.<sup>10</sup>

De cualquier manera, la experiencia señala que esta especialización es más frecuente sobre los asuntos de economía, artes, ciencias y deportes, en virtud de que sus temáticas tienen mayor nivel de complejidad y de lenguajes técnicos.

Otra división se basa en los cometidos centrales del periodismo: informar, explicar y opinar. El reportero propiamente se encarga de informar. Es el periodista más apegado al medio informativo. Su relación es permanente y de tiempo completo con éste. Vive del salario que recibe de la empresa. Aquí cabe mencionar al reportero gráfico que tiene las mismas condiciones.

Junto a este periodista hay a veces el reportero de “asuntos especiales” o reportajes, que procura ahondar en los sucesos cotidianos que aparecen como noticias. Al igual que el anterior, éste dedica su tiempo completo a servir a una empresa periodística.

Luego está el articulista o editorialista (incluimos aquí al columnista político y crítico de artes y letras). Es un periodista, o un experto en cierta materia. Su vinculación con el medio es parcial, en razón de que colabora tan sólo con artículos, columnas o críticas, las cuales se difunden en la sección editorial y por ello recibe un pago, a veces simbólico, de acuerdo con una tarifa que tiene el periódico.

Aquí es oportuno mencionar la polémica relativa a si el reportero debe hacer patente su opinión en la información. (Este debate se ha dado con más vigor en las

escuelas de comunicación.) Se ha sostenido que es casi una obligación del reportero opinar sobre los asuntos que escribe, que no puede permanecer neutro ante los problemas sociales que están atrás de las noticias, que debe tomar partido ante las injusticias.

Es posible que el silenciamento de la opinión del reportero al informar se deba a razones políticas. Que los editores hayan eliminado el comentario de la información para no comprometerse políticamente con equis o zeta factor de poder público; y que ello le haya permitido también tener más anunciantes, en virtud de su imparcialidad, objetividad y no compromiso con partidos y grupos. Informar hechos y sólo hechos.

Pero también hay otros factores técnico-profesionales que contribuyeron a esta división del trabajo. Informar es un quehacer de por sí harto laborioso. Implica recoger órdenes de trabajo, acudir a las fuentes de información (pueden ser hasta cinco o seis las que se cubran a diario), las cuales, en ciertos casos, están distantes unas de otras y que a veces hay la información y otras no. En esta primera fase el reportero se lleva hasta cuatro o cinco horas. Después viene la redacción del material: cinco o seis notas, para lo cual se lleva hasta tres horas, urgido siempre por el jefe de redacción, guardián del tiempo y el espacio. No es remoto que tenga que redactar notas de última hora. Entonces, ¿cuál posibilidad real y racional puede haber durante o después para que un reportero emita opiniones serias, reflexivas, fundadas? Un comentario responsable, implica un análisis riguroso, remontarse a antecedentes documentados, argumentar con datos e ideas, sacar conclusiones. Todo este trabajo a un articulista le ocupa no menos de una hora. Pero además de eso, se requiere de una cultura sólida, que no se tiene en poco tiempo, ni como reportero.

En tales circunstancias, es difícil que se aboque a hacer comentarios serios. De lo contrario, sería una enorme irresponsabilidad, además de complicar su ya difícil situación laboral.

Otras especialidades han sido creadas para cumplir con las responsabilidades jerárquicas de la organización de los medios. Por ejemplo, la de jefe de redacción que supervisa que las informaciones se estructuren y redacten de acuerdo con las normas del libro de estilo y se editen adecuadamente en las planas o noticieros de radio y TV, labor en la que lo auxilian los secretarios de redacción o jefes de sección.

El jefe de información que actúa como la “antena” del medio (receptor de las señales [tips] de posibles hechos que pueden ser noticias) planea la información diaria que investigan los reporteros; lee toda la prensa, ve la TV y escucha la radio; toma nota de los tips que le traen los reporteros, que escucha en los corrillos de los cafés, de los restaurantes. Hojea su agenda de pendientes y con ideas que toma de todo ello, elabora las órdenes de trabajo que guían a los reporteros en la búsqueda de la noticia.

Estas dos funciones, por lo general, las cumplen dos personas distintas. Pero no es nada extraño que una misma realice ambas en medios pequeños de provincia.

Pero las otras especialidades enumeradas tampoco se encuentran con la frecuencia deseada en los medios informativos del interior del país por problemas de organización, economía o baja producción. Hay muchos medios -sobre todo periódicos- que apenas cuentan con algunos reporteros y personal de talleres; las fuentes de

información son escasas y rudimentarias, por tanto producen poca información; incluso cuentan con recursos mínimos para pagar a su escaso personal y procesar mecánicamente la información. Todo eso determina que los reporteros tengan que formar, vender publicidad y a veces imprimir. Además de cubrir indistintamente toda clase de fuentes de información. Y muy posiblemente, redacten artículos, editoriales y alguna que otra columna. Y así, por la fuerza de las circunstancias, ser un “todólogo” con el consecuente deterioro de la calidad de su trabajo.

### ***Su situación profesional y laboral***

En la actualidad, el periodista es un empleado. Aquella imagen decimonónica del periodista que fundaba su propio periódico, lo dirigía, redactaba, imprimía, e incluso vendía, ha desaparecido casi por completo (el casi se acota porque en algunas pequeñas poblaciones todavía subsisten casos como el que se describe). Y que por esas mismas situaciones, consideraban al periódico como una extensión vital, un medio y un fin en su vida.

Ahora predomina el periodista que vende su trabajo intelectual a una empresa a cambio de un sueldo, el cual, no siempre es remunerador. Si en la capital del país y en algunas ciudades de los estados este salario es dos o tres veces mayor que el mínimo, en otras ganan estrictamente el mínimo de la región correspondiente.

Esta situación salarial propicia que los reporteros busquen complementos. Estas “iguales” las procuran en las propias fuentes informativas (dependencias del gobierno o del sector privado) en forma de contratos por honorarios o de comisiones por venta de publicidad política o comercial.

Otros tienen un segundo empleo en instituciones que no tienen necesariamente relación con su trabajo periodístico, como asesores, profesores, burócratas, taxistas, o más ligados a su profesión: encargados de prensa o relaciones públicas. Los efectos de esas condiciones pueden ser: la corrupción o bajo rendimiento en el trabajo periodístico, lo cual tiene como resultado una información mediocre o de mala calidad, reducida y mediatizada.

Esta condición de empleado, pero sobre todo, por lo mal retribuido contribuye a su burocratización. Un número creciente de periodistas realiza su función hasta ciertos límites para mantener su empleo. Sucumbe a la comodidad del mínimo esfuerzo, “refriteando” el boletín de prensa en menoscabo de la nota investigada. En efecto, la rutina, enemiga del periodismo, está sentando sus reales en las redacciones.

A partir de un muestreo que hice a un grupo representativo de periodistas del interior de la República (allí está la mayoría de periodistas del país) he elaborado las siguientes conclusiones preliminares que dan una idea sobre la situación de este profesional:

Se puede decir que la edad promedio de los periodistas es de 25 años. La mayoría cursó hasta los estudios medios superiores y una minoría, una carrera profesional. De esta minoría, los más no obtuvieron título y provienen de escuelas de leyes y formación normalista. Los menos, egresados de escuelas de periodismo o

comunicación. En opinión de un gran número de editores, los periodistas provenientes de escuelas de periodismo llegan con muchos defectos de formación (casi siempre “tienen que empezar desde el principio”). Sin embargo, otros responsables de medios, estiman que al poco tiempo de su reaprendizaje, resultan ser tan buenos o mejores que los empíricos, o que vienen de otras profesiones.

En términos generales, el periodista no tiene conciencia clara de su actividad periodística. No sabe conceptualizar la noticia, crónica o entrevista, aunque las haga. No obstante que habla de estilo periodístico, “objetividad” y “enfoque periodístico”, los define con imprecisión y ambigüedad.

Es audaz y sagaz para reportear, pero deficiente para la redacción. Sus notas no están bien estructuradas y con sintaxis correcta. Es notable la incidencia en tergiversar las opiniones de las fuentes informativas.

Un gran porcentaje de periodistas se inició en esta profesión por accidente y muy pocos por convicción. Pero todos se muestran satisfechos de ejercerla porque la consideran “apasionante”, “poco rutinaria” y les da oportunidad para “conocer gente y cosas”. Creen en lo que están haciendo y consideran que cumplen con una función social importante para sus localidades y el país. Aun cuando no tienen una retribución económica satisfactoria.

Normalmente ocupan una seis horas para realizar su trabajo (65 por ciento para reportear y el resto para redactar). Elaboran de tres a cinco notas diarias en promedio, de una a dos cuartillas cada una.

La casi totalidad cuenta con el beneficio de la seguridad social: seguro médico, de vida y otras prestaciones. Estima que tiene las condiciones necesarias para trabajar: lugar de trabajo, escritorio, máquina de escribir, papelería, viáticos, etc. Muy pocos están afiliados a un sindicato.

### ***Lo que piensa la gente de los periodistas***

La imagen que el público tiene del periodista es, en términos generales, poco menos que negativa. Ocupa un lugar bajo en la escala de valores de profesiones como medicina, derecho e ingeniería, aunque esta baja también la resienten dichas profesiones (tal parece que hay una crisis de imagen en todas ellas).

Sin embargo, esta negatividad es menor que hace algunos años. Un buen indicador es la importante demanda por parte de jóvenes para estudiar la carrera de periodismo. Se puede decir que hay tantos estudiantes de comunicación como de derecho, medicina o ingeniería, carreras, por lo general, de más demanda.

No cabe duda que la recuperación de imagen está ligada al destacado y eficiente desempeño de muchos periodistas, a su mejor preparación y a su compromiso por las causas populares. Sin embargo, todas estas condiciones no están todavía generalizadas.

Un numeroso público tiende a dudar de la veracidad que el periodista da a sus informaciones. Piensa que su trabajo no refleja adecuadamente la realidad. Tanto las fuentes informativas como los públicos receptores señalan dos causas de este

problema: la falta de preparación del periodista, y en menor grado, la mala fe, la cual se origina en intereses políticos y económicos de medios y grupos de interés que presionan al periodista para que deforme la información.

Es interesante apuntar que las fuentes de información y públicos receptores privados creen más en la competencia profesional del periodista, que sus equivalentes del sector público, no obstante que el trato de éstos con el periodista es, aparentemente, más cordial.

Por otra parte, hay la opinión común de que el periodista es una gente bien enterada del acontecer, aunque muchas veces no lo publica; que influye en la opinión pública para bien o para mal; y que pronostica con más acierto el acontecer futuro que la mayoría de la gente.

### ***Nuevas tendencias en la profesión periodística***

La realidad está modificando la profesión periodística. La tecnología, y en lo particular la electrónica y la computación, modificarán más el periodismo. La planeación de la información se hará con más recursos documentales a través de los ordenadores. La computación se utilizará más, intensa y extensamente, en los procesos de fotocomposición, fotomecánica e impresión. Mayor número de redactores utilizará las terminales para redactar y editar información. El reportaje que ahora se hace por excepción, se hará diariamente, gracias a bancos de datos computarizados.

La lucha de clases erizada por la crisis económica, llevará irremediablemente a la confrontación de proyectos económicos y políticos que pretenderán la solución de la crisis. Sin duda alguna el periodista se verá más inclinado o impulsado a participar en ese debate, de tal manera que el periodismo analítico y polémico sobre economía y política ganará terreno en los periódicos o tiempo en los medios audiovisuales. De lo contrario, se verá deslegitimado.

### **CITAS BIBLIOGRÁFICAS**

1. NEALE COPPLE, *Un nuevo concepto del periodismo*, p. 167.
2. RENÉ FELL y MARTÍN VIVALDI, *Apuntes de periodismo*, pp. 55-59.
3. ARMANDO RIVAS TORRES, "Apreciación crítica de la enseñanza de periodismo", *Revista de; la Escuela de Ciencias Políticas y Sociales*, no. 39, pp. 14 y 15.
4. Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). *Catálogo de Instituciones, México, 1988*.
5. EMILIO O. RABASA y GLORIA CABALLERO, *Mexicano: ésta es tu Constitución*, p. 33.
6. E. RABASA y GLORIA CABALLERO, *op. cit.*, p. 34.
7. *Ibidem*, p. 35.
8. *Ibidem*, p. 36.
9. RAFAEL LÓPEZ PINTOR y JULIÁN SANTAMARÍA OSSORIO, "Imagen de la profesión periodística en España", *Revista Comunicación*, no. 26, p. 33.
10. GAYE TUCHMAN, *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*, p. 78.

## **Los aparatos de resonancia**

El periodismo como técnica para difundir información, requiere de medios tales como el periódico, la radio, la televisión y en ocasiones el cine. Según el medio, podemos hablar del periodismo escrito y hablado, este último también conocido como electrónico. Cada medio tiene su propia naturaleza y desarrollo particular, aunque sus fines sean los mismos: informar 'y comunicar.

### **El periódico**

De Gregorio considera al periódico como el medio principal y más directo para la difusión de las noticias.<sup>1</sup>

El periódico nace en los comienzos del siglo xvii, con la aparición de las primeras hojas periódicas impresas, y se desenvuelve gradualmente en épocas sucesivas.<sup>2</sup>

El periódico, según dicho autor, tiene como finalidad la dualidad señalada en las funciones del periodismo, es decir, por un lado es un medio de información que debe tener al corriente a sus lectores de lo que sucede en el mundo, y por otro, es un órgano de ideas, un portavoz de opiniones, presenta el mensaje y forja en sus lectores opiniones, ganándose los para su causa.<sup>3</sup>

El periódico, dicen Fell y Vivaldi, procura convertir los conceptos en hechos asequibles al lector: ilustrar las ideas, colorear lo abstracto con hechos concretos.<sup>4</sup>

Los autores de Periodismo moderno afirman que el corazón del periodismo sigue encontrándose en el periódico diario y semanario.<sup>5</sup>

Por su lado, en apoyo a los conceptos anteriores, Hohenberg considera que “el diario sigue siendo el portavoz más locuaz de toda la prensa, debido a que es más independiente, por lo que es el punto de enfoque de la opinión pública”.<sup>6</sup>

En opinión de Dovifat, “En la vida pública del mundo libre, el periódico es un medio de información objetiva y obra con independencia en la formación de opinión. Constituye un órgano de la democracia, a cuyo florecimiento contribuye siempre de modo notable, siendo también partícipe en la responsabilidad de su decadencia”.<sup>7</sup>

## **La situación de la prensa en México**

En el país hay un total aproximado, según la revista Medios Impresos,<sup>8</sup> de 319 publicaciones periodísticas, de las cuales, más de 220 son diarias y el resto de otra periodicidad. Su tiraje manifestado (no certificado) es aproximadamente de 10 millones de ejemplares. En el Distrito Federal se tiran cerca de 3 millones de ejemplares entre 25 diarios y 7 millones en el interior de la República entre 294 publicaciones. Los estados en que más ejemplares se tiran son: Tamaulipas con 849,574 (24 publicaciones); Nuevo León con 624,000 (9 publicaciones); Baja California norte con 559,000 (10 publicaciones); Estado de México con 489,000 (17 publicaciones); y Sinaloa con 461,250 (15 publicaciones).

Las empresas periodísticas viven principalmente de la publicidad política y comercial, luego de la venta de ejemplares y mínimamente de las suscripciones.

Depender, sobre todo, de los ingresos publicitarios ocasiona que los periódicos limiten su expresión, aunque no tanto por las presiones directas o indirectas, que a veces las tienen, del gobierno y de los empresarios, sino por la autocensura que se imponen los propios editores para no deteriorar, supuestamente, sus relaciones comerciales con esos clientes (gobierno y empresarios). Así es que el temor a la eventual represalia por publicar determinada información es lo que realmente limita la libertad de expresión periodística.

Según algunos estudios, la mayoría de la prensa mexicana es conservadora, y la menos, liberal. Sin embargo, hay una reciente tendencia de algunos diarios a ser plurales en sus páginas editoriales, en especial. Aunque en las informativas predomine la información oficialista, en menoscabo de la información independiente o alternativa. La información se caracteriza por ser voluminosa, pero tiene mucho de fragmentada y caótica. Y el seguimiento de los acontecimientos no siempre se procura para darle continuidad y congruencia a los sucesos, en beneficio de los lectores.

El periodismo profundo, explicativo y crítico es reducido, pero constante. La gente que ve y escucha las noticias por radio y televisión, por lo general, complementa, amplía y profundiza la información por medio de los periódicos. De esta manera, encuentra más confiables a los medios de comunicación.

Los mexicanos que leen diarios prefieren las noticias, y en particular, sobre deportes y espectáculos. Los menos (miembros de las clases media y alta), leen las páginas editoriales y los asuntos de política y economía.

La modernización administrativa y tecnológica también ha llegado a las organizaciones periodísticas. Aparte de contar con instalaciones modernas tienen administraciones tecnificadas y complejas. Sus maquinarias son renovadas constantemente y los sistemas electrónicos y computarizados han hecho su entrada definitiva en todas las áreas de los periódicos, sobre todo en los capitalinos y en los de las principales ciudades de provincia.

La mayoría de los diarios tiene el servicio de las principales agencias informativas del país y del extranjero y no escatima gastos para enviar a sus reporteros a distintas partes de la República y del mundo para cubrir eventos importantes.

En las capitales y principales ciudades del interior, hay en promedio uno o dos diarios de cierta importancia que no desmerecen frente a los del Distrito Federal en su información, planta industrial, aparato administrativo y recursos humanos; sin embargo, el resto sobrevive en el primitivismo periodístico y en la producción artesanal.

## **La radiodifusión mexicana**

Es contundente la presencia de la radio y la televisión en la sociedad, familia e individuo. Penetran hondo en la vida cotidiana condicionando su desarrollo. Matizan, ¿o mediatizan?, el dormir, despertar y comer; así como el trabajo, el estudio y la diversión de las personas. Acompañan en sus soledades a la gente, aunque quizá no las desvanezcan. Distraen los hastíos, pero se duda que los transformen en placer artístico. Juntan a la familia, pero ¿la unen? Frecuentemente sustituyen al libro, al cine,

al teatro y al periódico, con la desventaja de no disfrutar de los beneficios de esos bienes culturales. En ocasiones son la única fuente de conocimiento, así como la guía del quehacer humano. De cierta forma, dictan las metas y objetivos de muchas vidas. Estos rasgos perfilan la naturaleza e importancia de la radio y la televisión.

La radiodifusión mexicana se compone, de acuerdo con datos de abril de 1991 de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, de 3 135 estaciones (nada menos que 1 837 más que en 1985): 2 383 radiodifusoras y 748 estaciones de televisión, cifras que la hacen ser una de las más grandes de América Latina. En su conjunto, cubre lo ancho y largo del territorio nacional con sus 31 entidades federativas y el Distrito Federal. Ni las serranías abruptas, ni los desiertos inhóspitos o selvas inextricables son barreras que le impidan llegar a las comunidades. Tampoco le son obstáculos el idioma, la educación, la clase social, incluso el sexo y la edad, para penetrar en las mentes.

Sin embargo, esa distribución geográfica muestra algunos desequilibrios. Por ejemplo, mientras el estado de Sonora cuenta con el mayor número de estaciones, 225; y luego siguen Veracruz con 198; Chihuahua con 168; Coahuila con 159 y Tamaulipas con 157; por contrapartida, Tlaxcala apenas tiene 27; Aguascalientes 41, y Querétaro, 43. Situación que también revela una falta de planeación por parte del Gobierno Federal, ya que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determina, de acuerdo con estudios socioeconómicos que hace esa misma dependencia, dónde se deben instalar las estaciones y a quiénes se les concesionan o se les da permiso.

Hay alrededor de 8 millones de radiohogares y cerca de 5 millones de telehogares, es decir, que cerca de 65 millones de personas son clientes de estos medios, de un total de 87 millones de habitantes del país, aproximadamente.

Estadística de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión, calcula que las estaciones transmiten un total de 5 millones de horas al año, lo cual arroja un promedio de 14 mil horas diarias... , cifras que dan una idea de la influencia política, social y económica que ejercen sobre la nación.

En lo general, la radiodifusión tiene una marcada inclinación al lucro. De las 3 135 estaciones de radio y televisión del país, más de 2 638 están concesionadas a particulares para su usufructo comercial y sólo cerca de 497 están permisionadas para fines educativos y culturales.

Las estaciones de más capacidad técnica están en manos de particulares. Así, en amplitud modulada difunden más de 1 353 concesionadas, contra 58 permisionadas; en frecuencia modulada, transmiten alrededor de 907 concesionadas por 42 permisionadas; y en onda corta emiten 12 concesionadas por 11 permisionadas. Situación semejante se da con respecto a su potencia.

No es ocioso resaltar con respecto a la televisión que a partir de la década de los setenta ha logrado un desarrollo notable, pues de haber en 1970, 68 televisoras; en 1976, 89; en 1985, 415; ahora hay 748. Hecho que se magnifica con la Red Nacional de Microondas, el sistema de cablevisión y los satélites de transmisiones.

Si bien es cierto que no se da exageradamente el monopolio en la propiedad de las concesiones, sí se produce en su operación comercial. Muchas de las estaciones concesionarias están asociadas en aproximadamente 21 grupos que las representan

sobre todo en el Distrito Federal ante los anunciantes en la venta de tiempo de sus estaciones.

Tal asociación tiene como efecto que un buen número de estaciones de provincia dependan del centro (Distrito Federal) para dar contenido a sus programaciones de noticias, entretenimiento, incluso de la publicidad, lo que ocasiona una marcada uniformidad en sus mensajes.

Es frecuente la interrelación de medios. Varios grupos operan tanto radiodifusoras como televisoras y algunos manejan hasta periódicos. Estas sociedades trascienden a veces a otros campos, ya que es común que radiodifusoras participen en empresas de la industria, el comercio y servicios, lo cual -es de suponer- se traduce en una comunidad de intereses económicos, ideológicos, incluso políticos, que en cierta forma condiciona la independencia expresiva de las estaciones.

Si es presumible la dependencia de las estaciones de provincia con respecto a las de la capital de la República, también es ostensible esa relación de la radiodifusión mexicana con la extranjera, sobre todo con la de Estados Unidos. Mucha música que se difunde por las estaciones mexicanas se manufactura en los Estados Unidos, o la producen grabadoras filiales de ese país instaladas aquí; cosa semejante sucede con la publicidad: los anuncios son elaborados por sucursales de las grandes agencias publicitarias norteamericanas.

La ideología dominante en las transmisiones de la radio y la televisión concesionadas está de acuerdo con el pensamiento capitalista. Son partidarias de la libre empresa y la propiedad privada. Postulan como necesarios la democracia occidental y los procesos electorales. Consideran conveniente el pluripartidismo. Aunque muchos de los radiodifusores son católicos, están por la libertad de cultos y pensamiento. Están a favor de la libertad de expresión con los límites que señala la Constitución. En suma, consciente o inconscientemente, se exalta el modelo económico, político y social de los Estados Unidos.

La radiodifusión estatal refleja la ideología de la Revolución Mexicana. Está por la intervención estatal en los sectores básicos de la economía. Admite a la empresa privada como un factor de desarrollo nacional. Está de acuerdo con que coexistan la propiedad privada de la tierra con la ejidal y la comunal.

Según la Ley de la Radiodifusión ésta debe ser instrumento para la instrucción y educación que coadyuve a lograr la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Empero, se considera que presenta una imagen simplista del mundo, exaltando los falsos y a héroes extraños. Propicia el individualismo en menoscabo de la solidaridad social. Se le orienta a mantener un papel apaciguador y tranquilizante en la sociedad, mediante programas, la mayoría inocuos, de entretenimiento, siguiendo un esquema general que interesa al gobierno y a la publicidad. Mucho de ese material que se difunde, casi siempre trivial, cuando no negativo, procede en un alto porcentaje de países extranjeros, pero no hacen referencia directa a la cultura, a las costumbres y a las necesidades locales.

Como dato adicional, la industria de la radiodifusión ocupa aproximadamente a 10 mil personas entre técnicos, empleados administrativos y directivos. Tanto sus estudios como equipos difieren en calidad y en cantidad de estación a estación.

Televisa es la empresa que tiene los mejores recursos materiales. Luego está Imevisión. Las organizaciones de las estaciones del país van de las más sencillas, con unas cuantas personas: un director, un gerente, encargados de la producción y de la continuidad y unos cuantos técnicos y empleados administrativos; hasta las más complejas que cuentan con un aparato técnico-burocrático altamente complejo que involucra a más de 200 personas.

### ***Opinión pública y medios de información***

La penetración de la generalidad de los medios de comunicación en la opinión pública ha sido mayor en los últimos años, gracias a. la radio y a la televisión, pero no así por los periódicos. Tal parece que estos últimos se tornan más elitistas, ya que en mayor número los consumen las clases media y alta y en menor grado la baja, muy posiblemente debido al alto precio del ejemplar, pues el pueblo prefiere comprar un producto más para cubrir sus necesidades básicas de alimentación que gastar 1,200 pesos en un periódico, en virtud de la merma que ha sufrido su poder adquisitivo por la crisis económica que padece. Esto quizás explique la baja de periódicos en el país, ya que de 1984 a la fecha, han desaparecido 54 periódicos (de 373 a 319 diarios).

Al igual que en el desarrollo económico y social del país, en la comunicación también se da la concentración de los medios en la capital de la República, lo cual tiene como consecuencia la limitada penetración de la prensa en el interior de la nación, aunque los medios capitalinos circulan nacionalmente, esa circulación es muy reducida (una cuarta parte del tiraje total, cuando mucho). Además que esa circulación es tan sólo en las zonas urbanas. Así es que la población rural se encuentra casi sin información periodística generada por la prensa escrita.

Pero no es el caso de la información por radio y televisión. Gracias a las microondas y satélites, no hay rincón que no sea penetrado por estos medios. Sin embargo, su información, además de volátil es demasiado parcial y capsular, por lo cual sus efectos no siempre son efectivos.

Ante una información producto de boletines de prensa y de cables preponderantemente, la opinión pública seguirá sometida a una información uniforme, plana, fragmentada que difícilmente saldrá del acriticismo, lo cual seguirá debilitando la participación de los grupos sociales en las decisiones que le atañen.

Muchos mensajes, por lo general, sirven para acrecentar necesidades superfluas que alientan el consumismo, lo cual abre mercados extralógicos entre las masas urbanas y el medio rural.

Muchas tradiciones y costumbres nacionales, que es necesario reafirmar a través de los medios, se deforman, soslayan o sustituyen.

Debido a la dependencia informativa, financiera y tecnológica que los medios tienen con respecto a la información del exterior, la cultura será más extranjerizante y dependiente.

Como decíamos en alguna ocasión: "Estamos ante el fenómeno de un cosmopolitismo informativo. El mexicano está ampliando su visión del mundo, que al final de cuentas no es la suya. Se puede asomar a los rincones más ignotos de la Tierra

y ver desfilan el acontecer mundial. En tanto, vive en la ignorancia e inconsciencia de sus problemas cotidianos y de la gente que le rodea".<sup>9</sup>

### ***Las nuevas tecnologías en la comunicación \****

Instrumentos de comunicación altamente sofisticados, que hasta hace poco eran de uso exclusivo en empresas, la ciencia espacial y la industria militar, rápidamente se han popularizado. Tal sucede con la computadora, el teléfono-televisión, los satélites, el cablevisión, el rayo láser, el videocasete, el videodisco, el telefax y la telefonía electrónica.

Por ejemplo, en los cincuenta sólo había 53 computadoras de uso empresarial en el mundo. En 1975 había 155 mil; en 1980 eran 300 mil; pero en los noventa son millones las que se utilizan, desde el hombre de negocios hasta un niño, y a precios realmente accesibles.

En efecto, en 1953 una computadora costaba 3 millones de dólares, pesaba una tonelada, ocupaba un salón y empleaba la energía de una locomotora eléctrica; pero en cinco años, de 1974 a 1979, mientras el precio de la carne para hamburguesas aumentó en un 74 por ciento; el de la gasolina en más de un ciento por ciento y el de los materiales de construcción un 65 por ciento, los costos de las computadoras descendieron en un 95 por ciento. De esta manera, hay computadoras que están al alcance de casi cualquier bolsillo, pues ahora las hay que apenas valen 3 millones de pesos (mil dólares aproximadamente, lo que cuesta un refrigerador mediano) y se pueden instalar en cualquier rincón de la casa.

Muchos usos tienen todos estos artefactos novísimos: para el entretenimiento familiar, la cultura, la educación, las finanzas, la medicina, la administración y la guerra, y, por supuesto, para la información y el periodismo, tal y como se apunta en otra parte de esta obra.

Es oportuno anotar el amplio horizonte que tienen los satélites de comunicación, sobre todo en los países subdesarrollados. Como bien lo advierte el comunicólogo Neville Jayaweera, los satélites de comunicación pueden coadyuvar a:

- 1) la integración nacional, sobre todo en aquellos países de geografías accidentadas que hacen difícil la comunicación por vía terrestre o por otros medios;
- 2) la descentralización administrativa;
- 3) la educación formal e informal, inclusive la capacitación magisterial;
- 4) la extensión agrícola donde no hay trabajadores capacitados y hay deficiencia de transporte;
- 5) promover los servicios médicos y de atención a la salud;
- 6) dar información oportuna sobre los movimientos de los mercados regionales, nacionales e internacionales sobre productos industriales y finanzas;
- 7) transmitir eventos culturales adecuados a las distintas regiones de un país;

---

\* Para una ampliación sobre este tema, consultar el no. 6 de la revista *Chasqui*, enero-junio de 1983.

- 8) propiciar el pluralismo político y social;
- 9) la participación social en el desarrollo regional y nacional;
- 10)enfrentar desastres naturales (terremotos, ciclones, etcétera).

No cabe duda, según señala Fausto Izcaray, que estas tecnologías están provocando cambios cualitativos y sustanciales tanto en los países industrializados como en los países en vías de desarrollo. En primer lugar, el sector predominante en la economía pasa a ser la producción, procesamiento, almacenamiento y distribución de información en oposición a la producción y distribución de bienes materiales, característica de la sociedad industrial. Por consecuencia ha crecido el número de empleos en el sector de la información (en lo ochenta, más del 50 por ciento de la fuerza laboral de los Estados Unidos estuvo dedicad; al procesamiento de información). Esta cifra será mayor en los noventa.

En segundo lugar, se está viendo que muchos trabajos computarizados se hacen en lo hogares, sin necesidad de desplazarse a las fuentes de trabajo.

Asimismo, el ser humano está en la capacidad de manejar información y producir cono cimient; así como tener la opción de utilizar más de una fuente de información para informarle y entretenerse, lo que hace a través del cablevisión y la televisión por satélite.

Pero también la democracia y el control social pueden propiciarse con estas innovaciones. Bien puede suceder que el público tenga acceso mayor a los medios, por ejemplo, mediante la televisión por cable o las computadoras, para “responder” a los mensajes que se le envían sobre procesos electorales o política en general o sobre ciertas medidas económicas del gobierno, y así participar cívicamente en torno a los problemas sociales que le afectan o pueden afectarlo.

Pero también es viable que su vida privada y familiar se vea amenazada y sojuzgada col mensajes políticos, ideológicos o comerciales de los centros de poder públicos y privado; que atenten contra sus principios, costumbres y hábitos auténticos.

Como sea, todo apunta a que esta revolución tecnológica nada la detendrá. Por lo tanto, sólo queda al hombre asumirla y procurar dominarla en provecho suyo, es decir, de su progreso material y de su libertad de pensamiento.

## **CITAS BIBLIOGRÁFICAS**

1. D. GREGORIO, *Op. cit.*, p. 36.
2. *Ibidem*, p. 11.
3. *Ibidem*, p. 37
4. R. FELL y M. VIVALDI, *Op. cit.*, p. 37.
5. COMMITTEE ON MODERN JOURNALISM, *Op. Cit.*, pp. 138 y 140.
6. J. HOHENBERG, *Op. cit.*, p. 31.
7. E. DOVIFAT, *op. cit.*, p. 1.
8. *Medios impresos, revista trimestral, agosto de 1988.*
9. J. DEL RÍO REYNAGA, “El futuro de la prensa mexicana” (conferencia).