

Medios de comunicación, política, periodismo y autorregulación ética en México: panorama histórico

Sistema presidencial y comunicación en México

El sistema presidencialista que ha caracterizado a México y cuyas medulares estructuras comenzaron a minarse en el último cuarto del siglo xx, en la actualidad parece sufrir una tibia transmutación, por lo menos en lo que concierne al ámbito de la comunicación.

A lo largo de la historia, la presidencia imperial mexicana ha impuesto sus reales en todos los linderos de la vida nacional, otorgándole un sitio privilegiado a los medios de comunicación.

En México, las amplias facultades de que dispone constitucionalmente el Poder Ejecutivo han implicado el debilitamiento de los otros dos poderes públicos. Esta asimetría política tiene sus orígenes en el sistema presidencialista adoptado por nuestro país en 1824, influido por la Constitución norteamericana de 1787 y la Constitución gaditana de 1812. Y tanto los estadounidenses como los constituyentes mexicanos de 1917 tenían clara la necesidad de perfilar una presidencia fuerte para constituir la en un factor de unidad y proteger a la nación frente a fuerzas extranjeras, así como para garantizar una clara ejecución de las leyes (Carbonell, 1998).

Pero no fue unánime el coro para otorgar amplias facultades al titular del Poder Ejecutivo en la Constitución mexicana de principios del siglo xx: algunos diputados advirtieron el riesgo de convertir al presidente en un dictador (Carpizo, 1989). No fueron tomados en cuenta y, de esa manera, desde 1917 se impuso un régimen de tan mayúsculo poder concentrador para el presidente que ni siquiera pudo imaginar la dictadura porfirista (Carbonell, 1998). ¿Por qué? Porque se le asignaron facultades políticas, administrativas, económicas y sociales. Es decir: aparte de cuidar la "fiel" ejecución de las leyes, asumió las funciones de nombrar secretarios de Estado e incluso cargos inferiores, dar las pautas de regulación económica y hacendaria, tomar decisiones en materia educativa, social, o en los terrenos del agro y de lo laboral, intervenir en la promulgación,



publicación o veto de las leyes, y hasta realizar quehaceres legislativos en determinados asuntos (Carpizo, 1989).

Un hecho que modifica la concepción del presidencialismo mexicano emergido del constituyente de Querétaro es, de acuerdo con Miguel Carbonell (1998), la expulsión de Plutarco Elías Calles por parte del entonces mandatario Lázaro Cárdenas debido a las constantes intromisiones de aquél en las actividades gubernamentales. Ello supuso la transición de un “presidencialismo personalista” a un “presidencialismo institucionalizado”, en el sentido de que desde la década de 1930 ya no era sólo una persona quien tomaba las decisiones políticas, sino una maquinaria en su conjunto, integrada por el corporativismo oficial, el titular del Ejecutivo y el partido del gobierno.

De esa suerte, dentro de los márgenes de competencia del señor presidente también se inscribieron facultades metaconstitucionales –que fueron vigentes sin mayores rasguños hasta 1988– “como son la designación de su sucesor, el nombramiento de los gobernadores, los senadores, de la mayoría de los diputados, de los principales presidentes municipales; por ser el PRI [Partido Revolucionario Institucional] un partido predominante y ‘semioficial’ integrado por sectores, le da al presidente el control sobre las principales organizaciones obreras, campesinas, profesionales y de diversa índole” (Carpizo, 1989).

Tal forma de hacer política en México desde la cúspide a la postre canceló los liderazgos notorios porque nada ni nadie podía eclipsar a la estrella presidencial. Y afloraron los rasgos cortesanos de la sociedad política hacia el *gran tlatoani* a quien le debían fidelidad y respeto. Así, el “silencio, la disciplina y el servilismo fueron las notas centrales de esta política palaciega”, asegura Jesús Silva-Herzog Márquez (1999).

Y de dicha política palaciega no fueron ajenos los medios de comunicación, por lo menos durante los primeros tres cuartos del siglo XX.

De hecho –asevera Jorge Carpizo en su importante obra titulada *El presidencialismo mexicano*–, una de las palancas de la fortaleza presidencial descansó en “la fuerte influencia en la opinión pública a través de los controles y facultades que tiene respecto a los medios de comunicación masiva” (Carpizo, 1989).

Comunicación presidencialista y censura ambiental

Desde la guerra independentista, los caudillos, presidentes y militares vieron en la prensa un eficaz instrumento de persuasión y combate ideológico. Los periódicos como banderas y foros de lucha política para preservar el poder o derrocar o debilitar al gobierno: ésa fue una constante medular a lo largo del siglo XIX y hasta el inicio del porfiriato (Ruiz Castañeda, 1995). Porque a partir de enton-

ces, la dictadura impuso vigilantes mecanismos de persecución y supresión de la prensa opositora, y de subvención y subordinación a la prensa adicta al gobierno de Díaz. Con tal práctica se inauguró un modelo de control político que, de acuerdo con José Carreño Carlón (2000), cerró un primer ciclo en 1910 pero se perfeccionó y consolidó –bajo otras directrices– en el periodo posrevolucionario y funcionó hasta el inicio de su resquebrajamiento en los años setenta.

Así pues, con la instauración formal del presidencialismo mexicano en 1917 –y más aún a partir del “presidencialismo institucionalizado”– se redefinieron las relaciones de este poder con la prensa, de tal suerte que a la postre pudo advertirse una franca simbiosis por los mutuos favores recibidos o, en algunos casos que emergían voces disidentes o críticas al régimen, una permanente actitud de ataque o de custodia inhibitoria para preservar el control político. Ello puede certificarse con algunos breves pero significativos pasajes que se han presentado a lo largo de nuestra historia.

La injerencia jurídica o metalegal por parte de los distintos gobiernos posrevolucionarios en las actividades de la prensa mexicana regularmente significaron canales para incidir en sus contenidos o para crear, como sostiene Miguel Ángel Granados Chapa (1972), una “censura ambiental”. Ése fue el caso de la función que tuvo la Productora e Importadora de Papel, S. A. (PIPSA), creada el 10 de septiembre de 1935 por orden presidencial con el propósito de ofrecer ese insumo a los editores de prensa a precios accesibles o preferenciales considerando los abusos del monopolio existente.

Si bien el gobierno de Lázaro Cárdenas no pretendía ganancias como resultado de las operaciones de PIPSA, lo cierto es que gracias a ello sí obtenía “un poder formal, mas no real, sobre las empresas periodísticas privadas”, ya que así prácticamente éstas dependían del Estado para la publicación de sus diarios (Fernández Ch., 1982). Desde luego, tal entramado no era un llano mecanismo censor, pero sí facilitaba las condiciones para la instalación de una especie de “censura ambiental” o, lo que es lo mismo, un autocontrol de la prensa emergido de los condicionamientos implícitos.

“Los periódicos –señala Miguel Ángel Granados Chapa– ‘saben hasta dónde pueden llegar’. O saben, por lo menos, hasta dónde quieren llegar. Los eventuales mecanismos de control no se ponen en operación por innecesarios. Las empresas periodísticas son centralmente lo primero y sólo lateralmente periodísticas” (Fernández Ch., 1982). En otras palabras: hasta la década de 1990 en que se inicia su privatización, PIPSA significó el primer ingrediente simbiótico de las relaciones prensa-Estado en México, producto de la iniciativa presidencialista.

El 7 de junio de 1952, más de 100 empresarios de la prensa nacional ofrecieron un curioso homenaje al entonces presidente de la república, Miguel Alemán Valdés, “en agradecimiento –aseguró Martín Luis Guzmán– por hacer posible el



ejercicio de la libertad de prensa”. Pero más allá de exaltar su respeto al trabajo periodístico, reconocían sobre todo el esfuerzo presidencial “en dar a los periódicos mexicanos, sin distinción de ideologías, toda la ayuda indispensable para resolver los problemas que la crisis del mundo crea hoy a las empresas de México” (Rodríguez Castañeda, 1993). Es decir, rendían tributo por las concesiones obsequiadas a su negocio: subsidios, créditos, publicidad, compensaciones.

Para entonces, José Pagés Llergo dirigía la revista *Hoy* y, pese a ser de los pocos que eventualmente asumían tonos críticos, establecía muy precisos límites: “Escriban de lo que les dé la gana mientras no toquen al presidente de la república ni a la Virgen de Guadalupe” (Rodríguez Castañeda, 1993).

El acto del 7 de junio se repitió cada año prácticamente bajo el mismo cartabón hasta finales del siglo xx, aunque durante el echeverriato el gobierno aderezó el festín con la entrega de premios nacionales de periodismo.

Todo lo anterior, a fin de cuentas, fue conformando un andamio político-comunicativo tejido de intereses y complicidades:

Desde el funcionario de más bajo nivel hasta el presidente de la república –anota Rafael Rodríguez Castañeda (1993)–, las instancias gubernamentales han asumido la tarea de cortejar, corromper y aun reprimir en la búsqueda de una prensa sumisa e incondicional. En contraparte, muchos periódicos y periodistas han hecho suyo el hábito de cortejar y dejarse cortejar, adular, corromperse, chantajear, someterse, ponerse al servicio del gobierno en su conjunto.

Y es que sin duda alguna, como sostiene Gabriel Zaid, la corrupción ha sido la médula, la gasolina, el aceite de la maquinaria del sistema político mexicano (Silva-Herzog Márquez, 1999). En tal sentido, el periodista Julio Scherer (1990) repasa su experiencia profesional y sin titubeos lanza el dardo flamígero: “País de poder concentrado en la cúspide, infiero, deduzco, creo firmemente que el embute se gesta en la Presidencia de la República y se filtra arriba abajo por las mil venas y arterias del gobierno”.

Por todo ello no fueron infrecuentes las tácticas de la prensa para velar a favor del presidencialismo:

- a) Reelaborar informativamente los actos públicos del primer mandatario para darles el estatus de noticias de ocho columnas.
- b) Omitir cualquier tono crítico o irrespetuoso sobre las decisiones, ideas o acciones del Ejecutivo (Monsiváis, 2003).
- c) Cuidar, maquillar o transformar la estética fotográfica, la imagen discursiva o de cualquier otra índole del inquilino de Los Pinos.

- d) Aplaudir sin rubor las palabras, los gestos, las decisiones, los actos de la figura presidencial porque son evidencia de su “calidad de estadista” y contribuyen al desarrollo democrático del país.

En suma: el régimen presidencial procuró absorber, saciar, complacer los intereses y necesidades de la prensa con el afán de inducirla o someterla a una obligada lealtad con el régimen que la provee.

Perlas autoritarias

A lo largo del siglo xx hubo innumerables casos en los que se evidenció la postura vertical e incluso impositiva por parte del Poder Ejecutivo hacia los medios de comunicación en México. Extraemos enseguida una breve muestra de hechos paradigmáticos que apenas alcanzan a ilustrar el autoritarismo gubernamental, y específicamente del poder presidencial, cuya recurrencia tendió sin duda a sellar o inducir una conducta mediática e inhibir un periodismo realmente independiente:

- a) La Ley Federal de Radio y Televisión (LFRYT) publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 19 de enero de 1960, permite amplísimos márgenes de discrecionalidad a favor de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, entidad directamente dependiente del Poder Ejecutivo. Tal circunstancia, de acuerdo con Ernesto Villanueva (2000 c), entraña un espíritu autoritario pues –con una ley tamizada por cierta ambigüedad, y al no advertirse específicos criterios normativos para el otorgamiento o denegación de concesiones y permisos– la autoridad toma decisiones o interpreta y aplica la ley en función de coyunturas e intereses políticos. Por ejemplo, si bien es cierto que la Constitución general de la república dice que es inviolable la libertad de escribir y publicar, y establece como límites a esa libertad el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública, no ofrece elementos de acepción unívoca para definir cada uno de estos conceptos. Tal vacío jurídico ha orillado a introducir nociones autoritarias, que a fin de cuentas redundan en autocensura. Así ocurre en el caso de la LFRYT, que en su artículo 97 señala: “El concesionario o permisionario está obligado a atender las observaciones que por escrito le haga la Secretaría de Gobernación, si a juicio de ésta las transmisiones no se ajustasen a la presente ley y su reglamento” (Villanueva, 1995).

Y son dos los magníficos rasgos autoritarios que destacan por lo críptico tanto en la ley como en el reglamento respectivo: 1) de acuerdo con el



artículo 31 de la LFRYT, la Secretaría de Gobernación, como brazo derecho del presidencialismo, puede revocar las concesiones frente a “cualquier falta de cumplimiento a la concesión, no especificada en las fracciones anteriores”; y 2) el artículo 9º del reglamento en cuestión prescribe que “Compete a la Dirección General de Información: Las demás (atribuciones) que a juicio de la Secretaría de Gobernación contribuyan a alcanzar los objetivos de la ley” (Villanueva, 1995).

Todo ello por supuesto permite elementos subjetivos de interpretación, lo cual coloca en la indefensión jurídica a los empresarios de los medios electrónicos, pues en cualquier momento puede verse en peligro la vigencia de sus concesiones. Por ese mismo motivo se explica la relación de conveniencias mutuas entre gobierno y medios (Martínez, O. R., 1999).

b) *El movimiento estudiantil de 1968*. Este movimiento puso a prueba el poder presidencial frente a los medios de comunicación. Casi cuatro semanas antes de la masacre en la plaza de Las Tres Culturas, Julio Scherer fue nombrado director de *Excélsior*, el diario más importante de entonces. El periodista recuerda esta viñeta que es signo de las hondas imbricaciones entre prensa y Estado:

El mismo día de la designación me llamó el presidente Díaz Ordaz por teléfono. Felicitaciones. Detrás de él, todos sus secretarios, los gobernadores, los senadores, los diputados. El milagro de la unanimidad es asunto ordinario en el gobierno (Scherer, 1986).

Pero el encanto se rompió cuando el 3 de octubre, el vespertino *Excélsior-Últimas Noticias* publicó una dramática foto que exponía zapatos y ropa abandonada en el lugar de la matanza. Y, aunque de hecho el matutino en rigor estricto se había ajustado a la línea gubernamental (los titulares: “Recio combate al dispersar el Ejército un mítin de huelguistas”, y el cintillo: “No habrá estado de sitio: García Barragán”), en los siguientes días ofreció algunos enérgicos cartones de Abel Quezada en torno al lamentable suceso. Tales decisiones periodísticas bastaron para que un funcionario de gobierno le expresara un mensaje de Díaz Ordaz: “Traicionaste al presidente. Así entiende tu actitud. A nadie como a ti ha distinguido con su amistad” (Scherer, 1986).

Y desde entonces, al director de *Excélsior* se le cerraron las puertas de Los Pinos por varios meses, hasta que a principios de 1969 por fin le fue concedida una cita. En ella, el titular de Ejecutivo le hizo un reclamo a manera de preguntas: “Sólo una pregunta: ¿continuará en su actitud, que

tanto lesiona a México? ¿Continuará en su línea de traición a las instituciones, al país?” (Scherer, 1986).

Tal reproche no era sino la exigencia de “lealtad” comprada con las vastas concesiones otorgadas a la prensa en su conjunto: apoyos financieros, dotación subsidiada de insumos, asignación publicitaria del Estado, condonación de deudas con el Seguro Social, entrega discrecional de grandes sumas a los medios y a algunos reporteros, entre otras cuestiones (Carreño, 2000).

Y por lo que concierne a la radio y la televisión concesionadas, el ajuste de cuentas fue más drástico. Como una forma de “cobrarles la factura” por haber autorizado, algunas pocas ocasiones, la difusión de voces discordantes al gobierno en aquella coyuntura (es decir, ante un leve resquicio de libertad informativa), Gustavo Díaz Ordaz les impuso, por ley, un impuesto de 25% sobre los ingresos obtenidos por publicidad. Ya que la iniciativa era inaceptable para los empresarios mediáticos, las partes tuvieron que negociar: en julio de 1969, se acordó que el impuesto sería reducido a la mitad (12.5%); sería pagado en especie, es decir: en tiempo gratuito para el Estado, y dicho tiempo no sería acumulable ni diferible (Esteinou, 2001). En consecuencia, los principales concesionarios de medios electrónicos no olvidarían la lección: “Cada vez que la supervivencia del sistema estuviera en riesgo, el gobierno haría lo que fuera para poner a la televisión –el medio de mayor alcance– a disposición de su defensa” (Leñero, 1986; Rodríguez Castañeda, 1993; Scherer, 1986).

Sin embargo, en los hechos el Estado nunca ha aprovechado la totalidad de esos espacios ni ha tenido la menor intención de cederlo a favor de la participación ciudadana. O sea: evidentemente fue y ha sido un instrumento de presión política aplicado desde la casa presidencial (Hiriart, 1996).

- c) *Golpe a Excélsior*. Luis Echeverría Álvarez fue el presidente que con mayor asiduidad intervino en los cambios de dirección y propiedad de los medios en nuestro país: entregó la Cadena de Periódicos García Valseca –que por deudas había pasado a ser propiedad del Estado– a manos privadas sin mediar proceso formal alguno; confiscó un lote de emisoras de un grupo radiofónico –hoy Radio Fórmula– por supuesta defraudación fiscal; indujo la fusión de las principales televisoras ante la embestida y crítica gubernamental sobre el efecto potencial adverso de la programación para la niñez y juventud mexicanas; desplazó al propietario de Canal 13 para pasar éste a círculos gubernamentales, y finalmente movilizó los distintos recursos del poder para orillar la expulsión de Julio Scherer y su equipo cercano de la dirección del diario *Excélsior* (Carreño, 2000).



Así, entonces, en el terreno de la comunicación mexicana, el sexenio echeverrista acabó de derramar una de las últimas gotas de los excesos presidenciales. Pero la piedra de toque que marcó el inicio del resquebrajamiento del modelo de subordinación de la prensa mexicana fue sin duda alguna la salida de Julio Scherer del periódico *Excélsior*, que a la postre devino en la fundación de la revista *Proceso*.

A diferencia del pasado, durante la administración de Luis Echeverría, *Excélsior* afinó su puntería crítica:

Teníamos claro –testimonia Scherer– que no era la función de *Excélsior* complacer al presidente ni servir al gobierno. Echeverría era un hombre entre los hombres y si se equivocaba, se equivocaba él y no sus secretarios. Y si cometía errores, los cometía él y no sus ayudantes. [...] No se sumó *Excélsior* a otros diarios en el rito de la adulación al poder (Scherer, 1986).

Esa desacostumbrada postura periodística no pudo ser tolerada por el presidencialismo representado por Echeverría que recurrió a ciertas argucias (retiro de publicidad privada, negación de todo apoyo oficial, invasión de un terreno propiedad del diario, generación de fracturas internas, en fin), primero para presionarlo e inhibirlo, luego para destituirlo, lo cual ocurrió el 6 de julio de 1976 (Leñero, 1986; Rodríguez Castañeda, 1993; Scherer, 1986).

No obstante, cuatro meses después, Scherer y su grupo desafiarían al poder presidencial publicando aún en el sexenio echeverrista el primer número de *Proceso*, revista política que habría de convertirse en un referente en el marco de la transición política y periodística de nuestro país.

Tales hechos significarían la semilla de una paulatina recomposición de las relaciones entre el poder presidencial y algunos medios de comunicación (Hiriart, 1996).

Desde entonces, la implacable huella del presidencialismo en ellos tendería a disminuir, aunque sin poder desmontarse del todo los hilos que la inercia del régimen continuaría explotando.

d) *No pago para que me peguen: JLP*. En el último bienio lopezportillista, la revista *Proceso* arreció su crítica para neutralizar todo clamor adulatorio. Molesto por ello, el entonces presidente ordenó retirar la publicidad gubernamental que en todos los medios impresos solía significar hasta 85% de sus ingresos. Frente al boicot publicitario al que se sumó la iniciativa privada, el semanario se vio obligado a cerrar la Agencia de Noticias Cisa Proceso y a despedir a varias personas. El 7 de junio de 1982, el periodista Francisco Martínez de la Vega cuestionó de frente al mismo José López

Portillo por la postura gubernamental de hostilizar publicitariamente a un medio y condicionar anuncios al “buen trato” periodístico.

La respuesta del titular del Ejecutivo, en el mismo acto, simplemente confirmó en los dichos una práctica a todas luces vigente: “¿Una empresa mercantil organizada como negocio profesional, tiene derecho a que el Estado le dé publicidad para que sistemáticamente se le oponga? Ésta, señores, es una relación perversa, una relación morbosa, una relación sadoomasoquista que se aproxima a muchas perversidades que no menciono aquí por respeto a la audiencia. Te pago para que me pegues. ¡Pues no faltaba más!” (Monsiváis, 2003: 224).

Esta experiencia, lamentablemente, marcó una tónica para la prensa mexicana que se seguiría en los años siguientes. Es decir, el poder gubernamental ha entregado publicidad para exigir reciprocidad en el trato informativo: elogios, silenciamientos, maquillajes, uniformidades, ataques contra actores incómodos. La manifestación de todo tipo de trastocamiento ético. De otra suerte no habría anuncios. Tampoco respeto a los elementales principios éticos. La inducción como moral periodística.

Ética y deontología periodísticas en México

El panorama político anteriormente expuesto sobre la relación medios-gobierno, desde luego, gravitó e influyó en la concepción y la práctica cotidiana del ejercicio profesional del periodismo mexicano a lo largo de todo el siglo xx. No puede desestimarse, por ende, que tal incidencia haya contribuido a rezagar la discusión, la reflexión y el debate en torno a la ética y la deontología periodísticas (esta última como la manifestación más visible y recurrente de la llamada *autorregulación informativa*).

El abordaje de tales asignaturas ha sido más frecuente en los ámbitos académicos y por parte de los movimientos sociales que dentro de los medios de comunicación del país. Y quizá debido a ello en los últimos años han pasado de ser un tema tabú a posicionarse en un asunto que motiva las más sesudas elucubraciones que en no pocas ocasiones la realidad desmiente. Raúl Trejo Delarbre lo explica sin rodeos:

Abundan los periodistas que, cuando incursionan en terrenos de la academia o aparentemente reflexionan en voz alta, reivindican el periodismo de investigación o reprueban el sensacionalismo y el escándalo. Pero a la primera oportunidad publican informaciones que son resultado de filtraciones y se ensañan al dar a conocer deta-



lles de la vida privada de personajes cuya notoriedad les aseguran primeras planas y amplia cobertura en la televisión y la radio (Trejo Delarbre, 2006).

Y es que la ética periodística, en realidad, no ha significado a lo largo de la historia un tema muy relevante como para “atrapar” la preocupación o el interés de los periodistas ni de los directivos de los medios mexicanos. Para constatarlo, se hizo indispensable una revisión historiográfica con el fin de asomarse a los motivos de tal soslayo y a las realidades registradas al respecto durante el siglo xx. Desde finales del siglo xix, distinguimos cinco etapas que es posible ilustrar a partir del rescate de testimonios, registros y análisis de estudiosos y periodistas diversos:

- a) Control porfirista (1876-1910).
- b) Entre la libertad, el escarnio periodístico y las facciones políticas (1910-1929).
- c) Esquema perfeccionado de control político (1929-1976).
- d) Inicio de la transformación de las relaciones prensa-poder (1976-1994).
- e) De la efervescencia a la recomposición (1994-).

Desarrollo ético-autorregulatorio: una aproximación histórica

ETAPA 1. CONTROL PORFIRISTA (1876-1910)

Durante la dictadura porfirista (1876-1910), el control político hacia la prensa y la imposición del miedo son absorbentes. De la publicidad se pasó a las subvenciones directas a los periódicos, para lo cual empezaron a destinarse cuantiosas partidas con “presupuestos similares al de una secretaría”, señala Sarely Martínez (2004: 136). De acuerdo con María del Carmen Ruiz Castañeda, en 1888 la presidencia porfirista subvencionaba a 30 periódicos en la capital, 27 en los estados y casi toda la prensa del interior. Sostener tal aparato propagandístico costaba al Estado, según *El Hijo del Ahuizote*, poco más de un millón de pesos anuales, o sea una cifra similar a lo que significaba el mantenimiento de 248 diputados, 56 senadores federales y 27 legislaturas locales. Adicionalmente, Díaz tendió a burocratizar a ciertos periodistas al otorgarles empleos muy bien remunerados en su administración.

Al igual que con algunos informadores también con ciertos periódicos hubo trato preferencial. *El Imparcial*, por ejemplo, recibía mil pesos semanales (de aquellos tiempos). Con un tiraje de hasta 130 mil ejemplares, este diario que costaba a un centavo y prestó un gran servicio a la dictadura obligó a la desapa-

rición de otros impresos que tenían que ofrecer su ejemplar a seis centavos y no pudieron competir.

La prensa de los estados era vista como un eslabón más del gobierno porfirista. En tal sentido, la publicidad oficial fue el instrumento para incorporarla en esa lógica política-administrativa, aunque algunos impresos tuvieron como fuente principal el arca gubernamental (Martínez, S., 2004: 126).

Más allá de la corrupción vía las subvenciones, con ello se abrió la rendija para que algunos periodistas recurrieran al insulto o la difamación o las loas para captar recursos económicos. La prensa oficiosa que creció únicamente empezó a respetar la figura presidencial porque el resto de los funcionarios eran potenciales receptores de invectivas o condicionamientos negociados o aceptados (Martínez, S., 2004: 143).

La mayor parte de los periódicos buscaron vivir de la publicidad, pero les era imposible mantenerse con tales ingresos pues, en el mejor de los casos, representaba apenas 30% de su sostenimiento, 20% correspondía a la venta de ejemplares, en tanto que 50% restante provenía realmente de apoyos de la administración gubernamental, de finqueros y políticos locales (Martínez, S., 2004: 198).

Frente al panorama descrito, durante el porfirismo no había margen para hacer valer mínimos principios éticos o, si se intentaba, el destino inflexible no era otro que la prisión. Un ejemplo lo refiere Carlos Monsiváis:

El 22 de junio de 1886, *El Monitor Republicano* publica dos artículos contra la ley sobre el pago y conversión de la deuda externa con Inglaterra. *El Correo Ilustrado del Lunes* publica el artículo de Adolfo Carrillo en el mismo sentido y se distribuye la hoja suelta *El Pueblo ¡Protesta!* Se detiene a los articulistas y a varios impresores y estudiantes. Se les acusa de conato de sedición, de verter conceptos injuriosos contra el presidente de la república y sus ministros, lo que configura el delito de ultrajes a la autoridad [...]. Las penas: de tres a cuatro meses de cárcel y una multa de 50 pesos o en su defecto seis días de arresto (Monsiváis, 2003: 118).

ETAPA 2. ENTRE LA LIBERTAD, EL ESCARNIO PERIODÍSTICO Y LAS FACCIÓNES POLÍTICAS (1910-1929)

Si entre las dos últimas décadas del siglo XIX y la primera del XX surge un modelo de dádivas a los periódicos "obedientes" al gobierno, y de persecución y supresión de la prensa opositora a la dictadura de Porfirio Díaz, un panorama totalmente opuesto en términos de control político lo significó el tipo de periodismo que se hizo durante el mandato presidencial maderista (Carreño, 2000).

Tras el levantamiento revolucionario de 1910 y hasta la Decena Trágica, se ejerce una libertad de prensa interesada en la claudicación de Francisco I. Ma-

dero, criticado por la derecha porfirista y por los antiporfiristas. Varias publicaciones hacen escarnio de Madero y donde se llega a los extremos de la calumnia y la burla: *La Sátira, Multicolor, El Ahuizote, La guacamaya, El Noticioso Mexicano* y *El Mero Petatero* rozan el nivel de libelos (Monsiváis, 2003: 122).

Si bien Francisco I. Madero canceló los apoyos económicos a la prensa, éstos no desaparecieron del todo durante la Revolución mexicana, y particularmente en los estados de la república donde el *status quo* no se movió un ápice sustantivo. En Chiapas, por ejemplo, los siguientes gobernadores siguieron cobijando a publicaciones afines y castigando a las que deslizaban cualquier crítica. Es decir, en la ciudad de México sí floreció la crítica incisiva contra el gobierno maderista, pero en las entidades controladas por los cacicazgos no ocurrió lo mismo frente al gobierno local. Ahí persistió el control y el condicionamiento (Martínez, S., 2004: 218).

Tras el breve lapso de franca libertad de expresión durante el maderismo, con el régimen de Victoriano Huerta se restableció el castigo a periodistas críticos y la cooptación a los aduladores. Con el arribo del carrancismo se abrieron espacios mínimos a la crítica, pero se inauguraron violentos métodos para “rectificar” errores mediante la aprehensión de la autoridad.

La etapa que corre entre 1910 y la década de 1920 significó una importante oportunidad para algunos periodistas porque los llevó en ciertos impresos y en determinados momentos a preguntarse por el sentido, la responsabilidad y los valores éticos de su profesión. Ello no sería frecuente en los años posteriores. Llama la atención de que aun en medio del proceso revolucionario afloraran los primeros destellos éticos en el terreno periodístico, según recuerda Sarely Martínez. Primero, el Partido Liberal conminó a que los informadores eludieran la diatriba, el insulto y la calumnia. Y desde noviembre de 1912, *El Diario de Chiapas* –aunque nunca se distinguió por ejercer la crítica hacia el gobierno local– empezó a predicar un código ético, cuyo propósito no era “lisonjear las preocupaciones o los abusos que haya en la sociedad ni en adular al gobierno o hacerse cómplice de sus arbitrariedades y sostenedor de sus desaciertos”, sino ante todo “combatir todo error que caiga dentro de la esfera de su trabajo y ser el vigilante guardián de las libertades públicas” (Martínez, S., 2004: 210).

Las publicaciones nacidas tras el posicionamiento del carrancismo plantearon que el periodismo asumiera valores éticos distintos a los precedentes de adulación y conveniencia personal. Así, *El Regenerador*, en Chiapas, el 8 de julio de 1915 señalaba que la prensa de la revolución no debería caer en el mismo vicio de Reyes Espíndola-Urbina-Neocochea y varios de sus socios: ensalzar al que manda. Y en su afán de constituirse en un periódico equilibrado e informativo, *El Diario* creó un sistema de corresponsales que pretendían ser “personas honorables, imparciales y sin ligas con las autoridades” (Martínez, S., 2004: 211).

A partir de 1913, año en que asesinan a Madero, se reorganizan los grupos políticos en distintas partes del país y vuelve a visibilizarse con mayor nitidez una prensa abanderada de facciones: desde carrancistas y villistas hasta zapatistas y obregonistas. En tales circunstancias, el periodo revolucionario no fue de lucro económico para los informadores:

Fue de compromiso, de lealtad, de convicciones, de lucha y de entrega por causas políticas. Los periodistas no ocultaban su filiación partidista ni dependencia oficial porque creían en los ideales revolucionarios, encarnados a veces en Madero, otras en Huerta, en Carranza, incluso en Villa o en Zapata. Pero al depender del gobierno, los periodistas no avanzaron hacia la independencia. Con matices, era el mismo periodismo practicado en el porfiriato (Martínez, S., 2004: 228).

Una vez que asesinan a Venustiano Carranza en 1920 y tras la asunción de Álvaro Obregón a la Presidencia de la República, empezó a darse un reacomodo en el escenario político nacional. Se avanzaba rumbo a la institucionalización de la Revolución mexicana. La tendencia fue a reimplantar un modelo similar al porfirista aunque con mecanismos más sutiles de control y condicionamiento vía subsidios, apoyos y prebendas a directivos, reporteros y redactores, sin soslayar la creación de publicaciones propias –semioficiales–. No obstante esa tendencia, en la posrevolución aparecieron algunos textos que incipientemente aspiraban a moldear planteamientos éticos en un estilo pretendidamente poético o heroico¹⁷ y otros con encendidas proclamas deontológicas que parecían responder más a circunstancias coyunturales que a motivos auténticamente profesionales. Al respecto, resulta oportuno rescatar dos ejemplos: uno de la ciudad de México y otro de una entidad federativa.

En septiembre de 1922, el fundador de *El Universal*, Félix Fulgencio Palavicini, decidió adoptar un documento con aparentes contornos deontológicos como mecanismo para evitar la rebelión de sus reporteros durante una huelga llevada por los miembros de la Liga de Redactores de la Prensa que dio posterior pauta a un sindicato. Se trataba del *Decálogo del periodista* cuyas normas deberían acatar los miembros de la redacción:

¹⁷ Un fragmento de “El periodista”, de Galileo Cruz Robles, publicado en *La Vanguardia* el 12 de diciembre de 1930, decía: “Tu información delatora,/Por verídica y completa,/Es una ametralladora/Que a la turba aduladora/Exhibe, anonada y... ireta!/Pese a todos los tiranos,/Sus faltas no callarás.../Y si viles pretorianos/Te asesinan, inhumanos,/Con más gloria triunfarás” (Martínez, S., 2004: 454).



1. Sed orgulloso del prestigio de vuestro periódico, y ostentad vuestro penacho sin fanfarronería, pero con donaire.
2. En el diarismo la monotonía es un estado agónico y la uniformidad un caso mortal.
3. Sed oportunos, transformaos incesantemente; un periodista tiene que ser cada día más original que el anterior.
4. Colocad a la sociedad antes que al individuo y a la patria antes que a los gobiernos, considerando que el hombre es pasajero y sólo las instituciones y los ideales perduran.
5. Sabed tener amigos y enemigos, siempre que los unos sean dignos de vuestra estimación y los otros de vuestro desprecio.
6. Repeled agresión con agresión: lo mismo económica que literaria; la forma en que viváis en paz, es que estéis siempre preparados para la defensa.
7. Vivís en una sociedad que fluctúa entre el periodo bélico y el fenicio; la espada y el oro son los adversarios de la pluma; sacrificad cuando sea preciso, vida y fortuna antes que dignidad.
8. Sed firmes, pero no testarudos; dúctiles, pero no débiles; generosos, pero no cándidos.
9. Sed francos, altivos y enérgicos si queréis ser respetados; la humildad es buena solamente cuando conduce al calvario y la crucifixión, porque conquista la divina inmortalidad; en los otros casos es una cobardía vulgar.
10. Un periodista digno de ese nombre toma la responsabilidad de todos sus escritos, aun cuando sean anónimos; considera a la calumnia, la difamación y las acusaciones sin pruebas, como las más graves faltas profesionales; no acepta sino misiones compatibles con la dignidad profesional; así, no recibe dinero de los servicios públicos o de las empresas privadas, cuando su condición de periodista, por relaciones o influencias, sea susceptible de ser explotada; no protege con su firma artículos de simples reclamos comerciales o financieros; no comete ningún plagio; no solicita el empleo de ningún compañero ni provoca su destitución ofreciendo trabajar en condiciones inferiores; guarda el secreto profesional; no abusa jamás de la libertad de prensa o de sus fuerzas con fines interesados (*El Universal*, 1994).

La Voz de Chiapas, por su parte, publicó el 15 de diciembre de 1927 lo siguiente:

Periodista: Conserva tu dignidad profesional, si quieres que tu pluma sea tomada en consideración ante la conciencia pública.

Combate con razonamientos; no insultes a nadie. La diatriba que degenera en el personalismo ha sido siempre el arma de los impotentes, pero no de los que se escudan en la justicia y el derecho.

Deja para los reptiles los escupitajos; para los batracios, el croar incansable y anodino y, por encima de la maldad humana, alza tu voz de verdad, que se hará temer porque tiene la diafanidad y la tersura del cristal de roca.

Sobre todo, no vendas tu pluma. Si alguien intenta comprarte por una soldada para que digas que lo negro es blanco, cuando su conciencia te dice lo contrario, arroja la moneda al mar de tu desprecio y deja que tu corazón, ahíto de esperanzas y de ideas levantadas, acalle los bestiales gritos de tu estómago. Piensa que el uno está encima del otro.

Abre las alas de tu audacia y de tu fuerza y cierne tu vuelo por encima de las ruindades de la vida humana (Martínez, S., 2004: 454).

Si bien ambos documentos insertan ciertos matices que aspiran a promover conductas profesionales enraizadas en la responsabilidad, lo cierto es que su planteamiento y estilo distan del perfil característico de los códigos deontológicos, razón por la cual no significaron incidencia alguna en el ámbito de la prensa mexicana.

ETAPA 3. ESQUEMA PERFECCIONADO DE CONTROL POLÍTICO (1929-1976)

El mismo esquema de control porfirista, aunque perfeccionado con la sutileza necesaria y acorde con los nuevos tiempos –de acuerdo con José Carreño Carlón (2000)–, se instaura desde el segundo lustro de los años veinte del siglo XX con el México posrevolucionario –señaladamente a partir de la creación del Partido Nacional Revolucionario en 1929, antecedente del PRI– y perdura hasta mediados de la década de los setenta.

Al iniciar los años treinta, no pocos dueños de la prensa e informadores daban por entendido que su función era ir controlando el sentido de la opinión pública con la idea de constituir una imagen pública convergente a favor del naciente sistema político. Para ello, las nuevas instituciones comenzaban a tejer una red de vasos comunicantes para abastecer las necesidades de contenidos oficiales y recursos económicos, con el fin de ir inhibiendo las voces discordantes.

En el lapso posrevolucionario rumbo al afianzamiento de las instituciones en México, las publicaciones sobre temas electorales hicieron sus periódicas y fugaces apariciones, con el fin de alentar candidaturas a diputados, senadores, presidentes municipales, gobernadores y hasta presidentes de la república. Ésta empezó a significar una lucrativa veta por explotar para los editores (Martínez, S., 2004: 288).

Si asumiésemos como verdad indiscutible lo que los periodistas de aquella época escribían en torno a su actividad profesional, su perfil sería el de líderes entregados a causas sociales, escritores con amplio bagaje intelectual, paladines



insobornables y mártires de la justicia.¹⁸ Pero, asienta Sarely Martínez (2004: 302), al sumergirse en el registro pormenorizado de la historia, “se les encuentra mimetizados en el poder, ávidos por el dinero y deseosos de canonjías políticas”.¹⁹

Un llamativo destello de disposición deontológica, sin embargo, se registró a finales de la década de 1940: el *Diario del Sur*, editado en Tapachula, Chiapas, se adscribió a Prensa Unida de América (PUA) y en septiembre de 1949 hizo suyo el código ético de esa organización, el cual comprometía a sus miembros a realizar un periodismo honesto y eficaz; publicar sólo hechos confirmados; respetar el secreto profesional del reportero; atribuir claramente las declaraciones de las fuentes; evitar los señalamientos de culpabilidad o inocencia de personas enjuiciadas ante tribunales judiciales; y diferenciar entre información e inserciones pagadas. Dicho organismo continental apoyaba al diario chiapaneco en búsqueda

¹⁸ Se llegaba a idealizar el quehacer periodístico al grado tal que, por ejemplo, el poeta y periodista Ángel M. Corzo publicó en *Chiapas Nuevo*, en 1945, el “Decálogo del periodista”, una pieza que distaba mucho de la realidad de ese estado y que rescata Sarely Martínez (2004: 303):

1. Si tienes pasiones ruines y están depravados tus sentimientos, no seas periodista.
2. Si la envidia, el rencor y el odio corroen tus entrañas y sufres con los triunfos de otro, no seas periodista.
3. Si sientes la mordedura del áspid que mató a Cleopatra, el terrible animal que envenena nuestra sangre y que se llama degradación moral, que destruye todo lo que es noble, digno y sagrado, no seas periodista.
4. Si eres prevaricador y traicionas tus propios sentimientos y tu conciencia rechaza los principios morales, no seas periodista.
5. Si eres codicioso del dinero y sin escrúpulos vendes tu pluma para ensalzar a quien merece censura y censuras a quien merece que se ensalce, convirtiéndote en escritor venal, en mercader de horas, no seas periodista.
6. Si tu sentido y tu corazón están cerrados a los dolores del pueblo y eres incapaz de defenderlo y de encauzarlo por los senderos luminosos de su liberación y engrandecimiento, no seas periodista.
7. Si eres incapaz de defender a la viuda, ayudar al huérfano, redimir al malo, y encender un rayo de esperanza en el desvalido, no seas periodista.
8. Si no te sientes con el valor necesario para proclamar la verdad en donde quiera que se encuentre, y de hacer luz en donde quiera que haya tinieblas, no seas periodista.
9. Si eres de espíritu retardatario, lleno de sombras, servil y envilecido, incapaz de empresas nobles y dignas, no seas periodista.
10. Si no tienes conciencia de responsabilidad y mancillas fácilmente el honor y la honra de las gentes, sin otro afán que el de satisfacer bajos sentimientos, no seas periodista.

Y no lo debes ser porque tu acción no sólo es negativa sino hasta perjudicial para la sociedad que ve en ti al paladín de actos nobles y dignos.

El periodista debe ser ante todo un valor positivo de cultura; debe renunciar a toda baja pasión; debe ser constructor, debe ser noble; debe ser caballero decente, culto, para que sus enseñanzas sean fecundas y florezcan en el corazón de los pueblos.

El periodismo es un apostolado; es la más sagrada misión que tienen los hombres”.

¹⁹ “¿Cómo iba a sobrevivir, entonces, un periódico independiente al que se le regatean los anuncios y el apoyo de la sociedad? La única vía, al parecer, era abandonar los ideales del periodismo profesional y crítico, y regresar a la mano bienhechora del príncipe local”, se pregunta con justa razón Sarely Martínez (2004: 353).

de publicidad, asesoría jurídica y servicios telegráficos. Este código sentó un importante precedente en Chiapas y en México, aunque lamentablemente no logró arraigo entre la prensa local ni del país (Martínez, S., 2004: 355). Ante aisladas experiencias como ésta, el sistema político mexicano aceitó su maquinaria para ir incorporando a las nuevas generaciones de informadores con estipendios mensuales, privilegios y reconocimientos.

En este periodo (1929-1976) se afianza una correlación de beneficios mutuos entre la prensa y el gobierno. En gran parte de los diarios se venden las ocho columnas, se silencian las protestas sociales, escasean los trabajos periodísticos de investigación, empieza a posicionarse el género de la columna política para intercambiar mensajes del poder y se privilegia la palabra presidencial. A este respecto escribe Carlos Monsiváis:

Al periodismo nacional y al regional los encauza el dogma del presidencialismo. De los directores a los ayudantes de redacción, los periodistas conocen las fallas inmensas de los gobernantes. Sin embargo, su admiración por el presidencialismo trasciende cualquier escollo, y el presidente es su certeza primera y última. [...] Y los periodistas de esta etapa se atienen al presidencialismo porque les ahorra los esfuerzos interpretativos y los problemas de conciencia en diversos asuntos en litigio: elecciones en disputa, represiones a grupos políticos y movimientos sociales, corrupción al mayoreo y al menudeo, ataques a las libertades de reunión y organización, censura, autoritarismo (Monsiváis, 2003: 228).

El presidencialismo, pues, arraiga acriticamente en las venas de la dinámica periodística, que se nutre cada día de la sangre monetaria de aquél. Y es a partir de la década de 1950 cuando se fortalece un estereotipo de la prensa (servil): un adulator sin escrúpulos y experto en el chantaje y el abuso del poder. Se llama Carlos Denegri. Es estimulado por la estructura del poder que sirve a sus redes de expresión y control político.

Denegri –refiere Julio Scherer–, dotado como ninguno para nuestro oficio, protegido de sus borracheras sin control por el gobierno que lo usaba a su antojo, se comportaba como le venía en gana. En la redacción sabíamos por cierto que más de una vez se había presentado ante un funcionario para mostrarle dos textos sobre un asunto delicado. El reportaje de la izquierda costaría tanto si se publicaba y el de la derecha tanto si no aparecía en letras de molde. El funcionario elegía (Scherer, 2007: 82, 90).

Eran tales los excesos de este columnista, de acuerdo con Julio Scherer, que “en su vida no había límites”, pues “gozaba de la misma impunidad que el presidente de la república”.



No se trataba de un caso aislado. Era sólo una de las expresiones más evidentes de la interrelación prensa-poder. El gobierno, por tanto, tenía las riendas de gran parte de los medios y prácticamente administraba los espacios periodísticos pautando pertinencias y necesidades. Este contubernio entre política y periodismo llegaba a extremos de desafío a la profesión y a la ética, tal y como refiere en extenso Julio Scherer:

Algunas ocho columnas, nuestra bandera que ondeaba cada amanecer, tenían precio. Era dinero secreto, sin factura, misterioso su destino. Las gacetillas, publicidad embozada como información, costaban caro. Su presentación exigía sutileza, estilo, el gato ofrecido con la salsa apetitosa del conejo. Los reporteros teníamos libertad para contratar gacetillas y desplegados del tamaño que fuera, asegurado 11% de comisión. Sólo nos obligábamos a respetar las fuentes de trabajo asignadas a cada reportero. [...] El dinero constante de las oficinas de relaciones públicas del gobierno y de la iniciativa privada, el chayote que espina pero alimenta, había que considerarlo con la naturalidad del agua que humedece la ropa en la temporada de lluvias. Si había protestas, que fueran personales. A nadie se obligaba a aguardar en el bolsillo el sobre con su contenido viscoso. [...] Lo que “debe hacerse y lo que no debe hacerse” me representaban abstracciones y no un ejercicio de la voluntad y la conciencia. Del periodismo simplemente me hacía a sus hábitos y los seguía. Cuidaba mi trabajo, el dato preciso, la objetividad, ese misterio. Empezaba y no había más en mi interior de reportero. [...] La política era como era y el embute pugnaba por su aceptación también en los círculos de la iniciativa privada. No representaba una práctica condenada por la sociedad, tampoco un atentado contra la libertad de expresión. A lo sumo podría tratarse de un suave vaho que empaña un espejo sin dejar en su lisura mácula alguna (Scherer, 2007: 92-97).

Pareciera que, como recuerda Scherer, entre los años cuarenta y sesenta era “natural” una franca condescendencia, complicidad o sumisión de las y los periodistas ante los actores políticos. Esto explica la proliferación de reporteros gacetilleros, chantajistas, acrílicos y conformistas. Igualmente explica un periodismo dócil por la *cuasinstitucionalización* del embute (periódica gratificación económica a medios e informadores).

Hablar del embute supone aludir el manejo de un lenguaje oficial que uniformaba la realidad. Es la expresión que garantiza la docilidad periodística a modo. Atora la posibilidad de un periodismo independiente por el inmovilismo y la codependencia de los empresarios de la prensa que se ven beneficiados por el influyentismo, por los privilegios publicitarios y la credencial de impunidad. “El embute –dice Monsiváis (2003)– lastra y deforma, pero el obstáculo principal de la libertad de prensa es la ansiedad del control absoluto del gobierno”.

El embute de los reporteros es apenas la punta del iceberg de un problema sistémico, asienta Monsiváis (2003): “Más relevantes que la adquisición al mayoreo o al menudeo de puntos de vista, son las negociaciones en la cúpula, la permuta diaria de las ocho columnas por concesiones (‘Yo, prensa, destaco tu infalibilidad y tú, gobierno, ratificas mi credibilidad’), el monopolio de las agencias nacionales que elaboran la visión del mundo en exclusiva para México”.

En este contexto, la reflexión de Monsiváis (2003: 155) sobre la prensa entre los años cincuenta y los setenta es puntual e ilustrativa:

Varias generaciones de reporteros y miembros de las redacciones desprecian sus talentos y aman y odian a la corrupción que los doblega. Aceptan la costumbre y se disculpan ofreciendo la lectura entre líneas y a contracorriente. Y el aporte de los lectores a la desmovilización moral es su dejadez: “Ni modo, no les creo, pero no se puede hacer nada”. Y esto ayuda a explicar por qué no irritan demasiado las mentiras graves y la distorsión frenética de los hechos. No hay sino una moraleja: así son las cosas, este periodismo merecemos y nada ganamos con reacciones “de conciencia”. Y la ética es aquel sistema de prejuicios que impide entender y jerarquizar debidamente las noticias.

La notable evidencia de la supeditación de los medios informativos hacia el poder presidencial lo significaban sin duda las primeras planas de los diarios mexicanos. Para muestra bastan dos ejemplos paradigmáticos:

a) El 7 de junio de 1961, en un contexto en que el gobierno norteamericano cuestionaba a las autoridades mexicanas por su respaldo al nuevo gobierno castrista en Cuba, el presidente Adolfo López Mateos expuso el posicionamiento oficial de su propio gobierno. Su discurso tuvo amplias repercusiones en el país y en el extranjero. Todos los periódicos lo reprodujeron completo y vertieron en sus editoriales:

- *Excélsior*: “Sus palabras satisfacen una urgente necesidad nacional, reafirma la confianza del país en su mandato y en la serenidad y energía del jefe de Estado para sortear las asechanzas y peligros y defender a México contra los enemigos de adentro y afuera”.
- *El Universal*: “Pero hizo algo más: señaló qué es lo que ha de hacerse en esta parte del camino en que muchos han perdido el rumbo y están desorientados”.
- *Novedades*: “Faltaría el gobierno a su deber si no opusiese diques definitivos a las corrientes que en una dirección u otra quieren arrebatarse a la patria la esencia de su ser”.



- *El Nacional*: "Fue la voz de México la que expresó que llegó el momento de proceder con toda firmeza en defensa de las instituciones constitucionales y de la vida pacífica de todos los mexicanos".
- *El Popular*: "Que la prensa, consciente de la misión que le corresponde, actúe para fortalecer la unidad del pueblo, que si ayudara a lo contrario habría que revisar conceptos y ajustar preceptos legales a una realidad distinta de la actual".
- *Atisbos*: "Solamente los que provocan la división de los mexicanos, los que buscan quebrantar la armonía entre gobierno y gobernantes, los que siembran el odio y la discordia, censurarán las palabras presidenciales".
- *Últimas Noticias*: "La libertad repudia por igual los despotismos de derecha e izquierda. Entre ambos extremos, México ha buscado siempre el justo medio y ha sabido encontrarlo".
- *El Universal Gráfico*: "El discurso del presidente López Mateos ha merecido la entusiasta aprobación del pueblo, el cual ya se ha dado cuenta de los daños que causan las pérdidas y excesos de grupos, en desfiles y algaradas que hieren la tranquilidad de la vida nacional".
- *Ovaciones*: "Ni el pueblo ni el gobierno de la nación tolerarán que haya mexicanos desorientados o de mala fe que hagan el juego a las potencias extrañas, levantando en México una lucha que no nos concierne".
- *La Prensa*: "Si hay fuerzas empeñadas en dañarse y llegar hasta la destrucción recíproca, nuestro deber como pueblo y como nación consiste en tomar providencias para que no nos llegue el daño ajeno, en cerrar las puertas para que no penetre la fuerza que divide y que disuelve, que debilita y que destruye" (Rodríguez Castañeda, 1993: 75).

b) Los titulares del 3 de octubre de 1968, un día después de la masacre estudiantil en Tlatelolco, resumen e ilustran a todas luces el tipo de prensa de aquel entonces:

- *El Universal*: "Tlatelolco, campo de batalla. Se efectuará la Olimpiada".
- *El Sol de México*: "Responden con violencia al cordial llamado del Estado. Que cada hogar cuide a sus hijos, pide García Barragán. Manos extrañas se empeñan en desprestigiar a México".
- *Ovaciones*: "Habla de los sucesos el secretario de la Defensa. Continúa la campaña de desprestigio a México en Estados Unidos. Pese a todo se hará la Olimpiada, dijo el cor".
- *El Nacional*: "Criminal provocación en el mitin de Tlatelolco causó sangriento zafarrancho".
- *El Día*: "Muertos y heridos en grave choque con el Ejército".

- *La Prensa*: “Muchos muertos y heridos. Habla García Barragán. Armas de alto poder se utilizaron contra las tropas. Terroristas extranjeros”.
- *El Herald*: “Sangriento encuentro en Tlatelolco. No se suspenderán los juegos olímpicos”.
- *Novedades*: “Balacera entre francotiradores y el Ejército en ciudad Tlatelolco. El Ejército mantiene la tranquilidad y se informa oficialmente de 29 muertos. La Olimpiada se hará como está programado: Brundage”.
- *Excélsior*: “No habrá Estado de sitio, afirma García Barragán. Recio combate al dispersar el Ejército un mitin huelguista” (Rodríguez Castañeda, 1993: 122).

Contra las versiones reiteradas, el diario *Excélsior* nunca simpatizó con el movimiento estudiantil. Si bien Scherer asumió la dirección en agosto de ese año, lo cierto es que la organización interna siguió controlada por grupos adherentes a un “anticomunismo feroz” y el nuevo director “distaba mucho de simpatizar con la izquierda”, además de que nunca entendió el carácter antiautoritario de la huelga estudiantil en la UNAM en 1966 (Musacchio, 2012: 44).

El Herald y *El Sol de México* destacaron en la bochornosa y sucia tarea de encubrir el abuso del poder gubernamental en 1968. Al respecto, una elocuente carta del director de *El Herald*, Gabriel Alarcón, habla por sí misma:

Por muchos lados se nos ha criticado nuestra parcialidad y entreguismo. Pero le ratifico a usted que hemos sido, somos y seremos Díaz Ordacistas (*sic*) y agradecidos leales y sinceros con usted. Sin embargo, mucho le agradeceremos que si usted personalmente cree que nos hemos equivocado, por favor nos lo haga saber. Señor presidente: nos sentimos en un cuarto oscuro y solamente usted nos puede dar la luz que necesitamos y señalarmos el camino a seguir (Musacchio, 2012: 45).

Tal nivel de abyección no sería lo único. Martín Luis Guzmán, director de la revista *Tiempo*, en el día de la libertad de prensa en junio de 1969, tras señalar que la conducta general de la prensa mexicana había venido “respondiendo positivamente a las normas y deberes periodísticos codificados por el señor presidente de la república”, lo felicita y también en nombre del gremio se disculpa si en algún momento se pudo haber fallado en su quehacer.

Así se reveló la subordinación de dueños y directores de la prensa. “Pero curiosamente, si en 1968 tocó fondo el sometimiento, a partir de ahí empezaría a forjarse una nueva conciencia entre las y los periodistas mexicanos, varios de ellos sobrevivientes de Tlatelolco” (Musacchio, 2012: 46).

Por todo lo anterior no es extraño que en los años sesenta la libertad de prensa fuera llamada como “la mentira rosa” por Guillermo Enríquez Simoni ha-



bida cuenta de que la gran prensa vivía de “dádivas, especialmente los medios impresos, de la ciudad de México, que ha recibido siempre, desde hace muchos años, ayuda económica de los diferentes gobiernos revolucionarios, en una forma u otra”. Y añadía: “Mientras la prensa no arregle sus finanzas, mientras no sea íntegramente libre desde el punto de vista económico, continuará siendo una prensa para la cual la libertad de expresión no tendrá ningún sentido” (Enríquez Simoni, 1967: 20-21).

Aunque la uniformidad editorial era una constante, lo cierto es que desde los sesenta, la revista *Siempre!* empezaba a hacer alarde de cierta independencia y crítica. Y tras la llegada a la dirección de Manuel Becerra Acosta padre, en 1965, y la subdirección de Julio Scherer, *Excélsior* buscaba quitarse algunas amarras. En ese contexto, el diario *El Norte* de Monterrey, aunque desde una postura eminentemente empresarial, también intentaba correr más riesgos al realizar coberturas menos dóciles y más críticas al poder gubernamental. Incluso recibió varios premios, entre ellos el de la American Newspapers Publisher Association en 1969 y otro de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) en 1964 (Esquivel, 2003: 72). Luego, a inicios de los setenta, tras regresar graduado de periodismo en una universidad estadounidense, Alejandro Junco ya como director de *El Norte* invitó a la profesora Mary A. Gardner, de Michigan State University, a impartir algunos talleres con el fin reclutar jóvenes aspirantes que pudieran incorporarse al diario sin los vicios y prácticas corruptas que primaban entonces entre el gremio. Trataba de hacer un periodismo distinto, más allá de las componendas, lo cual en aquella época representó un hecho atípico y novedoso que impactaría años más tarde en el escenario de la prensa mexicana (Esquivel, 2003: 77).

ETAPA 4. INICIO DE LA TRANSFORMACIÓN DE LAS RELACIONES PRENSA-PODER (1976-1994)

A partir de 1970 comienza una nueva etapa para los medios de comunicación en México, particularmente electrónicos, en que el Estado empieza a participar con el fin de legitimarse frente a un entorno político apremiante desde el movimiento estudiantil de 1968 (Fernández Ch., 1982: 205). Y es precisamente con el inicio de esta década que empieza a encaminarse la transformación de la prensa mexicana por las tensiones entre el poder presidencial y el diario *Excélsior*, cuyo actuar periodístico tendía a asumir posturas editoriales incómodas al poder público, particularmente al presidente Luis Echeverría, y por tanto diferentes del resto de la prensa. Por ello, los jaloneos, condicionamientos y coacciones del gobierno federal hacia el periódico estuvieron a la orden del día durante el primer lustro de los años setenta hasta el 8 de julio de 1976 cuando *Excélsior*, dirigido por Julio Scherer, sufre una fractura interna inducida por el primer mandatario del país.

La ruptura generaría el nacimiento en noviembre de 1976 de *Proceso*, revista que significaría un referente ético-profesional en el escenario de la prensa mexicana por su inquebrantable búsqueda de un periodismo plenamente independiente (Leñero, 1978). Pero para poder sacar a la luz sus primeras ediciones tuvo que vencer varios contratiempos, en particular la negativa de PIPSA (adscrita al gobierno federal) a vender papel al nuevo rotativo de Scherer y su equipo. Por ese motivo tuvieron que pedir prestado *stock* de papel a publicaciones amigas o comprarlo en el mercado negro (Riva Palacio, 2004).

Lamentablemente tales artilugios gubernamentales para controlar a la prensa no eran nuevos. Debido a la irreverencia de *El Norte* frente a las autoridades gubernamentales, en 1974 PIPSA le redujo a 17% la dotación de papel periódico que requería, con lo que llegaron a publicarse ediciones de 12 páginas pese a material publicitario de sobra. Ello obligó al impreso a recurrir a la importación de papel pagando elevados costos. A *El Diario de Monterrey*, la competencia, en cambio no le disminuyó el insumo. Y es que desde 1972 Alejandro Junco de la Vega, como antes se señaló, había empezado a impulsar coberturas menos condescendientes frente al gobierno: animó el escrutinio pese a la animadversión de algunos funcionarios (Esquivel, 2003: 83).²⁰

Ya en el gobierno lopezportillista, éste con el fin de legitimarse buscó impulsar iniciativas legislativas para una reforma política. Al respecto, desde los primeros meses de la nueva administración, en un importante discurso pronunciado el 1 de abril de 1977, el entonces secretario de Gobernación, Jesús Reyes Heróles, planteó que ante la pretensión de algunos de endurecer la acción política –lo cual conduciría a la rigidez y a “un autoritarismo sin freno ni barreras”–, era necesario abrir canales a reformas políticas para facilitar la “unidad democrática del pueblo, abarcando la pluralidad de ideas e intereses que lo configuran”.²¹ La reforma política incluía tres novedades: la incorporación de los partidos políticos a la Constitución como entidades de “interés público”; el registro condicionado como fórmula para el ingreso de nuevos partidos políticos al escenario electoral

²⁰ Aquí es preciso recordar que este tipo de presiones tampoco eran algo nuevo, pues en noviembre de 1960 la revista *Política* denunció en su número 15 que por su postura editorial, adversa al gobierno, PIPSA se negaba sistemáticamente a venderle papel y ello le generaba problemas en la periodicidad para cumplir con sus lectores (Rodríguez Castañeda, 1993: 71).

²¹ Conviene recordar que en ese momento (1977) se percibía efervescencia sociopolítica: el Sindicato Único de Trabajadores Electricistas, el Sindicato Ferrocarrilero y el Minero Metalúrgico realizan movilizaciones y abren la tentativa de huelgas; gente de asentamientos y colonias populares se organiza para exigir la regularización de sus terrenos, el abastecimiento de agua y otros servicios; estallan conflictos universitarios en Nuevo León, Sinaloa, Puebla, Guerrero, Oaxaca; aparece una guerrilla urbana y otra rural; en el campo hay invasiones de tierras. Era evidente la necesidad de otros espacios políticos (Woldenberg, 2012: 18-24).



institucional, y la modificación en la forma de integrar la Cámara de Diputados: 400 (300 de mayoría relativa y 100 de representación proporcional).

Hasta antes de la reforma política iniciada en 1977, los partidos no tenían financiamiento público, “pero era notorio que los recursos públicos fluían, sin control, hacia el partido oficial. No había regulación sobre el acceso de los partidos a los medios, pero los medios enfocaban sus lentes, grabadoras, papeles y lápices, a la única campaña reconocida oficialmente y por ello sólo ésta acababa teniendo visibilidad pública”.²²

En tal contexto se aprueba –en noviembre de 1977– modificar el artículo 6º constitucional y se añade la frase: “El derecho a la información será garantizado por el Estado”. Esta modificación no era sino “un acto de congruencia con la lógica de subsistencia que exigía el sistema político” (Fernández Ch., 1982: 306). También se aprueba la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, que estableció el uso permanente de radio y televisión por parte de los partidos políticos.

Durante el primer trienio se intentó reglamentar, sin éxito, el derecho a la información. Las resistencias mediáticas afloraron vía el fortalecimiento de los organismos empresariales creados para ello, como la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) (Fernández Ch., 1982: 210).

Por esta época también seguían sumándose más egresados de universidades a las filas de los medios. Y los impactos para ellos generaban dos caminos: adherirse a las prácticas establecidas o el riesgo de aventurarse en ejercicios inhóspitos, por lo menos para la gran mayoría. De ello deja constancia Blanche Petrich, entonces recién egresada de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, quien recuerda en sus años de estudiante “que había maestros que pregonaban la legitimidad del *chayo*, y otros que no”. Al dar sus primeros pasos profesionales, Blanche advirtió que en algo se hermanaban casi todos los diarios: pagaban bajos salarios a sus periodistas, razón por la cual éstos cobraban en las fuentes que cubrían. Esta situación era advertida como una práctica normal y cotidiana (García, 2012: 169).

En el terreno social, desde finales de los setenta y con el inicio de los ochenta empieza a emerger una constante participación de organizaciones civiles tratando de buscar canales de expresión propios. Ello se desprende de la paulatina necesidad de expresión surgida desde finales de los sesenta. Frente a ello, el

²² En las elecciones de 1979 figuraron los partidos Comunista Mexicano, Socialista de los Trabajadores y Demócrata Mexicano. Éstos se sumaban a los existentes: PRI, PAN, Partido Popular Socialista y Partido Auténtico de la Revolución Mexicana. El mayor problema era la notoria asimetría en la competencia electoral y la cobertura informativa. El PRI concentraba todo el enfoque mediático (Woldenberg, 2012).

Estado interviene creando en el sexenio de Miguel de la Madrid los institutos mexicanos de radio y televisión (Fernández Ch., 1982: 210).

Además de la revista *Proceso*, otra publicación que significó el impulso de nuevos aires para la prensa mexicana por representar una voz crítica y alternativa a la conocida entonces fue el diario *Unomásuno*. Nacido en noviembre de 1977 con el impulso de otro grupo de periodistas salientes de *Excélsior*, encabezado por Manuel Becerra Acosta hijo, el nuevo impreso ofreció un rostro renovado con un formato tabloide que desplegó el fotoperiodismo como no se había visto, abrió las páginas editoriales a voces diversas y estimuló la crónica con desparpajo. Desde su trinchera se comenzó a cubrir a sindicatos, campesinos, grupos sociales, estudiantes y sectores tradicionalmente marginados y borrados de los medios informativos. Los reportajes de denuncia social y política empezaron a cobrar carta de naturalización al igual que voces de diversos intelectuales como Rolando Cordera, Adolfo Gilly, Luis González de Alba, Héctor Aguilar Camín y Octavio Rodríguez Araujo (González, 2006).

Unomásuno conforma tendencias: el rechazo de la censura hasta donde es posible (bastante), la liberalización de temas y lenguajes, y la atención primeriza a los derechos de las minorías. Dejan de tacharse las malas palabras, se imprimen carajo, cabrón y chingada y no se derrumban los muros de la república. Si esto le concede provisionalmente la victoria a la banalidad, deshace la ya maltratada dictadura de las “buenas costumbres”. Una parte amplísima del periodismo ya no admite los tabúes y los aspavientos del moralismo (Monsiváis, 2003).

La aparición de *Unomásuno* no fue fortuita; según Raymundo Riva Palacio (2004: 68), sirvió para allanar el camino a la reforma política impulsada por José López Portillo. Paradójicamente, y sin ser un diario oficialista, en *Unomásuno* empezó a constituirse y propagarse una nueva visión menos acrítica frente al poder. En él se formaron y de ahí salieron periodistas con una concepción ética-profesional que a la postre irradiaría a partir de los años ochenta en México.

Además de empezar a liberalizar el lenguaje, *Unomásuno* abrió los espacios para la discusión y el debate, dio espacio al fotoperiodismo y a la crónica, con lo cual alertó a la competencia periodística ante la necesidad de renovarse y vencer la apatía (Riva Palacio, 2004).

Pese al estímulo de un periodismo con mayores asideros profesionales que tendió a manifestarse con *Proceso* y *Unomásuno*, lo cierto es que –salvo contadas excepciones– la prensa mexicana en general seguía adhiriéndose a las dinámicas de antaño. Un documento que registró esta realidad fue curiosamente encargado por el gobierno lopezportillista. A principios de 1981, la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia, encabezada por Luis Javier Solana, so-



licitó un estudio pormenorizado con el fin de establecer las “Bases estratégicas para la estructura del sistema nacional de comunicación social”. Lo dirigió Federico Fasano, entonces también asesor de la UNESCO. Sin embargo, nunca se dio a conocer pese a contener más de seis mil páginas. Ahí, entre otras cuestiones, se hizo una acuciosa revisión de la prensa y de su manejo periodístico:

Si la corrupción manifiesta un estado real e inocultable del diarismo nacional, esa situación de lamentarse corresponde con la oscuridad informativa que conservan los dueños de periódicos. Al ser inescrutable la marcha de los diarios en términos de circulación y ventas reales de ejemplares, se consolida un fetichismo autoalimentado con mitos reverenciados.

La inexistencia de una entidad independiente que supervise las informaciones ofrecidas por los editores en cuanto a la circulación real de cada periódico y en la cual puedan lograr información fidedigna tanto anunciantes como agentes de publicidad y otros ámbitos de la comunidad, torna imposible hablar de cifras reales de tiraje.

La marcada dependencia tanto informativa como económica de los periódicos para con el Estado, confiere un discurso marcadamente oficialista a estos medios, a la par de redundar en una actitud pasiva en cuanto a la adquisición de información.

Las acciones del gobierno y de gran parte de las organizaciones sociales y corporaciones industriales y comerciales, se conocen a través del llamado boletín de prensa [...].

La fuerza política del Estado mexicano ante la prensa se ha regido no por el real consenso que existe sobre sus diversos postulados ni por la aparente veracidad que adquieren éstos frente a los problemas que enfrenta el país, sino por la dependencia económica de los diarios frente al Estado y el control de la información política y su distribución [...].

La prensa escrita no es decisiva en la creación del discurso político de la población ni tampoco lo es la configuración de los consensos mínimos requeridos para el funcionamiento de una sociedad tan crecientemente compleja y problemática como la nuestra.

El periodismo de los diarios se sumerge en el mismo mar anónimo de escasa credibilidad con la cual la sociedad civil tiende a identificar a los mecanismos de poder establecidos (Rodríguez Castañeda, 1993: 226-227).

Tales vertientes tamizadas por la corrupción continuaron estando presentes en la realidad periodística durante los años siguientes: lo inescrutable de la circulación y tirajes de los diarios, su dependencia y asumido sometimiento al gobierno en turno, el boletín de prensa como espejo de la realidad oficial, la nula capaci-

dad y disposición para estimular entornos democráticos, el soslayo por ganarse la credibilidad de los ciudadanos.

En un contexto con una sociedad más participativa y demandante frente a un sistema político en vías de recomposición, en septiembre de 1984 nace *La Jornada* a raíz de una crisis interna que generó la escisión de un grupo directivo en *Unomásuno*. Emerge sin ocultar una franca militancia de izquierda en su postura editorial. En tal sentido, entendía tal mirada al evitar el soslayo y dar atención a temas como los movimientos sociales, la crítica intelectual y cobertura puntual a los despropósitos del poder gubernamental, a las demandas de justicia social, tolerancia, diversidad, derechos de las minorías, etc. (González, 2006). El grupo de *La Jornada* lo encabezaron: Carlos Payán, Carmen Lira, Miguel Ángel Granados Chapa, Héctor Aguilar Camín y Humberto Musacchio.

La Jornada amplió la brecha hacia un periodismo menos condescendiente frente a los poderes. Además, para su nacimiento y en sus primeros años contaron con el apoyo de un destacado grupo de artistas e intelectuales como Gabriel García Márquez, Rufino Tamayo, Francisco Toledo, José Luis Cuevas, Manuel Barbachano Ponce, entre otros (González, 2006).

En esa misma búsqueda por un periodismo más osado, al finalizar el primer lustro de los ochenta, *El Financiero* trataba de posicionarse con independencia editorial en torno a temas económicos. Por su parte, *Unomásuno* se fracturaba al interior, *Proceso* destacaba por su postura acremente antigubernista, en tanto que *La Jornada* pretendía irse fortaleciendo con visión crítica y escrutinio al poder político.

A mediados de los ochenta, dos hechos significarían las primeras señales rumbo al resquebrajamiento del tradicional esquema de relaciones entre los medios y el poder público. En 1985, el sismo hizo que la gente irrumpiera con un espíritu participativo rebasando a las instituciones. La gente se organizó para apoyar a los damnificados. Hicieron valer su voz y exigencias a través de la prensa y la radio, fundamentalmente. Pocos meses después, el 6 de julio de 1986 el Partido Acción Nacional (PAN) denunció un inmenso fraude electoral en Chihuahua. Los ánimos se caldearon y los panistas recurrieron a tácticas de resistencia civil. Hubo plantones, mítines, paros. Luis H. Álvarez hizo un ayuno público y demandó anular la elección. La televisión mexicana minimizó –prácticamente silenció– los hechos. Fue la prensa internacional como el *New York Times*, el *Washington Post* y *Los Angeles Times* la que documentó los sucesos. Un amplio número de intelectuales, incluso, respaldó el movimiento antifraude a través de artículos y desplegados en la prensa nacional (Woldenberg, 2012: 45).

Si bien en un pequeño sector de los medios impresos se advertía un importante avance en el ejercicio de las libertades de expresión e información, resulta innegable que casi de manera paralela los medios electrónicos empezaron a



concentrar una mayor incidencia en la opinión pública desde los años setenta y ganaron una proyección inusitada de la mano del poder presidencial en los ochenta, lo cual se puso de manifiesto sin duda en las elecciones de 1988.

De acuerdo con Riva Palacio, las noticias radiofónicas y televisivas en México “son una versión editada de la realidad”. Y un claro ejemplo lo fueron las elecciones de 1988 cuando los medios –particularmente los electrónicos– permanecieron cerrados a la información. El desequilibrio se notó en el tiempo dedicado a los candidatos presidenciales: 83% lo concentraron en el PRI y 8% lo dedicaron a la oposición. De las noticias, 63% se enfocó al PRI y 25% al resto de los partidos, entre los cuales destacó el PAN (Riva Palacio, 2004: 123).

Poco antes de llegar a la presidencia en diciembre de 1988, Carlos Salinas de Gortari alertó que cambiaría de fondo las relaciones con los medios de comunicación. Sin embargo, salvo mínimos ajustes, ello no ocurrió. Salinas, por un lado, empleó a la radio y la televisión mediante un férreo control y cuando fue necesario (1992-1993) usó la imposición y la amenaza sutil; por otro lado, para comunicarse con las élites, su gobierno usó la prensa y particularmente las columnas periodísticas de la ciudad de México “en un fenómeno sociológico sin parangón” (Riva Palacio, 2004: 90).

Con el inicio de los años noventa empiezan a desplegarse, poco a poco, los reportajes de investigación, ya no sólo en *Proceso* sino también en *El Financiero*, *La Jornada*, *El Universal* y en el naciente *Reforma*. Fraudes, ineptias, excesos o abusos en el uso del erario, asociaciones delictuosas, redes de complicidades, entre otros, son temas que salen a la palestra pública cada vez con mayor insistencia. De manera paralela, una joven generación –la mayoría formados en la academia– comienza a despuntar en las redacciones de los medios impresos (Monsiváis, 2003: 244).

La aparición de *Reforma* en noviembre de 1993 marcó el inicio de una modernización gráfica y empresarial de la prensa nacional. Alejandro Junco de la Vega, director de *El Norte*, quiso desarrollar su concepto de periodismo desde el centro del país y fundó *Reforma*. Al regresar de la Universidad de Texas, y una vez al frente de *El Norte*, a inicios de los setenta integró a su maestra Mary Gardner como capacitadora en el diario. Con la orientación de esta misma promovió un novedoso código de ética a fines de dicha década. Algunos de los principios fundamentales estipulaban el rechazo a todo tipo de regalos y prebendas entregadas por autoridades y funcionarios, así como evitar cualquier acto que pudiera implicar posibles conflictos de interés. “Mientras la prensa influyente en la ciudad de México seguía rindiendo pleitesía al gobierno, *El Norte* enseñaba a sus estudiantes que el periodismo debía ser independiente” (González, 2006).

Estos mismos principios éticos habrían de orientar a *Reforma* que también desde un principio convocó a jóvenes egresados de periodismo y comunicación

a sumarse al proyecto en enero de 1993. Llamó la atención que no tuvieran interés en contratar reporteros experimentados teniendo en cuenta que el fin era formar a nuevos periodistas alejados de inercias, prácticas y vicios latentes entre el gremio. De esta suerte se buscó replicar la experiencia de *El Norte* al separar el área editorial del área comercial, con lo cual ningún informador asumiría la tarea de publicirrelacionista o de comisionista publicitario como venía dándose en gran parte de los diarios (González, 2006). Lo anterior significaba romper en cierta forma con un vicio arraigado en la prensa nacional e indirectamente ponía el dedo en la llaga sobre los indicios de la corrupción en la misma. Su afán por distinguirse del resto de los profesionales del gremio llegó al grado de prohibir la postulación y la recepción de premios de periodismo, particularmente los entregados por instancias oficiales.

El aspecto ético que promovía *Reforma* –de acuerdo con Cecilia González– también era muy importante y atractivo para los periodistas que rechazaban las prácticas corruptas que imperaban en los medios de comunicación. Daniel Moreno, reportero fundador de *Reforma*, recuerda que antes de que este diario apareciera, los periodistas que no participaban de la entrega de chayos no tenían un medio con el cual pudieran identificarse, lo cual no quiere decir, por supuesto, que todos los que trabajaban en la prensa fueran corruptos, sino que se les permitía recibir dádivas al libre albedrío. Aplaude también que *Reforma* haya roto con la política de negociar la información con las fuentes porque ése fue un claro ejercicio de independencia editorial que no puede ser subestimado (González, 2006: 194).

En esta etapa (1976-1994) se observan con toda nitidez los recursos determinantes del sistema político ante los medios de comunicación que prevalecieron a lo largo del siglo xx:

- a) El gobierno fue el principal anunciante.
- b) PIPSA representó la agencia de premios y castigos: condonaba deudas inmensas o acosaba a publicaciones medianamente críticas racionando entregas del insumo.
- c) El gobierno federal y los gobiernos locales protegían o toleraban e incluso auspiciaban los negocios de no pocos empresarios periodísticos. Se impuso una red de intereses vía chantajes o silencios acordados.
- d) Se usaron espacios de prensa y columnas como redes de mensajes del poder (Monsiváis, 2003: 150).
- e) Televisa fue el principal órgano de comunicación electrónica del sistema priísta al plegarse a la versión gubernamental como venía siendo su cos-



tumbre en las décadas precedentes. Al respecto, Enrique Krauze (2013) señala:

Televisa –lo dijo Emilio Azcárraga Milmo– era *soldado del presidente*, y el noticiero no sólo se apegaba a la verdad oficial: *era* la verdad oficial. Lamentablemente, esa condición sesgó su tratamiento de hechos claves del pasado inmediato: la matanza de Tlatelolco, el golpe a *Excélsior* de julio de 1976, las discutidas elecciones de Chihuahua en 1986 y las turbias elecciones federales de 1988.

Para asumir esa función, la televisora empleó a un personaje cuya trayectoria televisiva es hoy emblema del periodismo condescendiente con el poder: Jacobo Zabłudovsky. Este comunicador, al revisar su actuar profesional, ha referido que durante el régimen priísta, “la prensa obedeció a una estructura de partido único” y añade: “No se podía informar de todo. Eran momentos de una estricta vigilancia por parte de las autoridades, que estaban empeñadas en que ninguno de los medios diera una información que ellos consideraban excesiva. Nos reducían a nuestra mínima expresión” (Cruz, 2008: 65).

La falta de pluralidad política-electoral se reflejó en los medios. El control era para que los medios no tocaran al Ejército, a la Virgen de Guadalupe y al presidente. No se tocaba a empresarios o anunciantes ni al gobierno estadounidense. La censura provenía del presidente hacia abajo: Secretaría de Gobernación (Segob), Departamento del Distrito Federal (DDF), Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Los medios y el periodismo no eran adversarios: más bien se mimetizaban al ser parte del sistema político. “Para hacer negocio, las empresas saben cuándo contraponerse y cuándo no hacerlo”, asegura Raúl Trejo. Antes, los periodistas eran más obsecuentes y se notaba una actitud dócil, reverencial (que se advertía en sus ingresos), aunque a veces asumían posturas que parecían ser contestatarias (Cruz, 2008: 92).

ETAPA 5. DE LA EFERVESCENCIA A LA RECOMPOSICIÓN (1994-)

No pocos periodistas pensaban que Salinas de Gortari concluiría su gestión como el presidente más exitoso en la historia de México. Pero dos sucesos se atravesarían en el camino y cambiarían la historia: el levantamiento zapatista el 1 de enero de 1994 y, más tarde, el asesinato del candidato priísta a la Presidencia de la República por el PRI, Luis Donaldo Colosio.

El levantamiento zapatista en Chiapas no sólo alteró la estructura cuasiinmovible del sistema político mexicano, sino también la relación entre medios informativos y el poder gubernamental.

La sorpresa fue absoluta. Y el gobierno federal se vio imposibilitado para contener la escalada periodística, más aún cuando desde años atrás había empezado a destejer la telaraña económica que posibilitaba la afluencia publicitaria –vía paraestatales– para los medios de comunicación. Es decir, ya no les podía imponer el mismo control financiero de antaño porque ya no disponía de varias empresas del Estado porque ya habían sido vendidas a partir de la política neoliberal iniciada con Miguel de la Madrid y completada a fondo por Carlos Salinas de Gortari.

Todo ello, aunado a una figura altamente mediática por su inteligencia y protagonismo como el subcomandante Marcos, tendió a que la prensa internacional enfocara su mirada en el país y que la prensa nacional ofreciera una cobertura atípica y oscilante: por momentos equilibrada, por momentos suspicaz, por momentos extrañada, por momentos polarizada y en casi todo momento reactiva (Monsiváis, 2003).

Para algunos analistas, la postura crítica al aparato gubernamental de algunos medios informativos contribuyó a frenar la escalada militar contra el Ejército Zapatista de Liberación Nacional en Chiapas. En tal sentido, la tarea de *La Jornada*, *El Financiero* y *Proceso* –elegidos por Marcos para sus comunicados y entrevistas– fue medular. Estos medios quizás empezaron a perfilar una percepción que luego, de alguna manera, se replicó en otros espacios periodísticos.

Con el asesinato de Colosio, el escrutinio mediático al poder gubernamental se acrecentó al grado, según Monsiváis (2003: 278), de alimentar “lo captado desde fuera como paranoia y desde dentro como la conclusión extraída o ilógicamente de la experiencia histórica”. Sigue Monsiváis: “A diario los lectores demandan su cuota de sensaciones, y el prontuario judicial del asesinato se expande como metáfora del desarrollo de la humanidad desde Adán y Eva”.

Tales hechos, pues, enrarecieron los ánimos de la prensa y se despertaron temores, inquietudes e incertidumbres que se manifestaron en las prácticas y contenidos periodísticos. La confusión nacional alcanzó a los medios informativos y ellos mismos se vieron atrapados al tratar de dar significado a sucesos inéditos, al verter especulaciones, al animar tramas conspiratorias. “En suma –sostiene Riva Palacio–, la prensa incumplió con sus obligaciones y en su afán de informar terminó desinformando” (Riva Palacio, 2004: 91).

Al detectar esas conductas mediáticas, algunos académicos llamaron a ese momento como una “borrachera de la libertad de expresión” porque se vertieron desafortadamente hipótesis, opiniones, especulaciones sin fin sobre las supuestas razones y motivaciones del magnicidio político.²³ Ello se amplió al triple con

²³ Una obra valiosa que registra y analiza minuciosamente los excesos de los medios impresos mexicanos durante este periodo y hasta 2000 es *Primera plana. La borrachera democrática*



el posterior asesinato del secretario general del PRI, meses después, Francisco Ruiz Massieu. En este contexto es que el entonces secretario de Gobernación, Jorge Carpizo, propuso que era indispensable que los medios de comunicación se autorregularan mediante códigos de ética (Trejo Delarbre, 1997).

Pese a los sucesos ocurridos en 1994, la dependencia financiera de los medios respecto al gobierno se mantuvo inalterable. Sobre esto último asienta Raymundo Riva Palacio (2004: 92):

No deja de ser paradójico que la percepción en diversos sectores es que, precisamente, los acontecimientos de 1994 sirvieron para que la prensa rompiera sus cadenas de dependencia con el gobierno y ejerciera la gestión más crítica e independiente, como colectivo, de este siglo. Pero esta apreciación, recogida por medios extranjeros a partir de versiones mexicanas, no deja de ser exagerada.

En otras palabras: si bien es cierto que no hay indicios corroborables que sustenten que, en efecto, a partir de 1994 se dio una recomposición profesional y económica de los medios mexicanos, lo cierto es que la imprevisión y lo inédito de los hechos generaron comportamientos periodísticos muy distintos a los acostumbrados por décadas. Y es que Carlos Salinas intentó, a medias, modificar las relaciones entre prensa y gobierno. Eliminó beneficios fiscales, por lo menos a la luz pública; abrió el mercado de la importación de papel periódico; y redujo en 50% los gastos publicitarios del gobierno federal a los medios. Esta reducción generó un cierto decantamiento de los medios informativos que posibilitaron una conducta atípica como la observada durante 1994 y que para algunos analistas significó una etapa referencial en el ejercicio de las libertades de expresión e información en México.

En este sentido, de acuerdo con Monsiváis, el periodo que corre de 1968 a 1994 es medular porque se abrió un gran boquete para la libertad de expresión y, por ende, para la democracia. En dicha etapa, una parte de la prensa suple por momentos el esfuerzo de los partidos políticos, da voz y cauce a las demandas de sectores de la sociedad civil, se asume como interlocutora entre los actores políticos. Todo ello lo hace ofreciendo primicias desde los sótanos del poder, cuestionando el ejercicio gubernamental, promoviendo la discusión pública, alertando, ironizando, indagando (Monsiváis, 2003).

En medio de la misma efervescencia de 1994, con el avance de la sociedad civil, un resquicio se abriría desde el punto de vista de la cobertura informativa en materia electoral. Se rompería la acostumbrada hegemonía del PRI en los

de los diarios, escrito por Marco Levario Turcott.

principales escaparates periodísticos del país. Alianza Cívica, una organización no gubernamental, monitoreó las campañas presidenciales en 1994 y mostró un cuadro todavía parcial a favor del PRI, pero menos desequilibrado que en 1988. En el principal noticiario de Televisa (*24 Horas*), el candidato priísta concentró, entre el 3 de enero y el 19 de agosto, seis horas con 47 minutos; mientras que el candidato panista tuvo dos horas con nueve minutos, y el candidato de la izquierda dos horas con 14 minutos. Los datos no variaron mucho en TV Azteca: PRI, siete horas con seis minutos; PAN, tres horas con 22 minutos; y Partido de la Revolución Democrática (PRD), tres horas con 15 minutos (Riva Palacio, 2004; Acosta y Aguayo, 1994).

El cierre de 1994, sin embargo, sería casi traumático habida cuenta de que a partir de diciembre, México vive una de las crisis económicas más graves de su historia contemporánea: se devalúa la moneda, se sobreendeudan empresas y familias, se elevan las tasas de interés, y tiempo más tarde se aprueba el Fobaproa para capitalizar el sistema financiero a costa de los ciudadanos.

Un sector de la prensa para entonces trataba de quitarse los amarres sobrantes de control gubernamental y, gracias al empuje y participación de la sociedad civil organizada, no pocos medios informativos se ven obligados a dar cada vez mayor y sistemática cobertura a temas antes soslayados como movimientos sociales, aportes de organizaciones civiles, grupos de izquierda o ajenos al poder oficial, entre otros.

Partiendo de estos avances sociopolíticos, en 1997, por primera vez en la historia, llega al poder un partido de izquierda en México. El ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, con las siglas del PRD, gana las elecciones para jefe de Gobierno del Distrito Federal.

Bajo nuevos aires políticos en la ciudad de México se aventuraron prospectivas venturosas no únicamente sobre el ejercicio del poder sino también del ejercicio periodístico. Lamentablemente no tuvo que transcurrir mucho tiempo para que la realidad desmintiera, hasta entonces, los buenos deseos de algunos analistas respecto del entorno informativo. El periodista Víctor Roura relata un hecho con reminiscencias de mediados del siglo XX:

Quando desapareció la regencia del DF, y ocupó la primera gubernatura Cuauhtémoc Cárdenas, los reporteros anclados en esa fuente se negaron a difundir las noticias de ese nuevo despacho porque el perredista retiró los cochupos que el viejo priísmo entregaba con puntualidad. Y, pues, acostumbrados a ese dinero extra ganado con suma facilidad, los periodistas sencillamente se opusieron a los novedosos reglamentos éticos. Pegaron el grito en el cielo. Exigieron su paga. Exhibieron su incomodidad. No quisieron saber nada de honestidades políticas. Rechazaron cualquier posibilidad de diálogo. Y, dada la radical postura periodística, las cosas volvieron de



a poco a la normalidad. De pronto las informaciones de nuevo comenzaron a fluir. El dinero impuso su categórico estatus (Roura, 2012: 38).

Los tiempos de antaño parecían estar vigentes...

Aunque para muchos el 2 de julio de 2000 significó el desmoronamiento del régimen priísta, lo cierto es que en el terreno de la comunicación social los avances reconocibles –el respeto al ejercicio de las libertades de expresión e información, por ejemplo– fueron más resultado de una inercia histórica y la osadía de un sector de la prensa, que de una iniciativa y aliento gubernamentales. Además, con su tarea informativa y editorial, algunas publicaciones alentaron la derrota del PRI al dejar fluir la crítica, el contraste, la noticia. La prensa no fue parcial, sólo posibilitó la difusión periodística sin presión o coacción presidencial porque ya no pudo, y quizá no quiso. Pero si nos atenemos estrictamente a los hechos, por lo menos en lo que se refiere a la primera década del siglo XXI, es posible advertir no un abierto cambio de rumbo por parte del gobierno federal, sino una tonalidad continuista del añejo régimen presidencial en su relación política con los medios de comunicación. Casi al igual que sus antecesores, primero Vicente Fox y más tarde Felipe Calderón se colocaron en la “fácil actitud” de usar a los medios, “más que transformar esa nefasta y dañina relación” de rentables privilegios (Corral, 2001).

En otras palabras: haciendo una retrospectiva, hasta mediados de los años setenta observamos un modelo de subordinación de los medios de comunicación al poder político. Entre los años setenta y principios de los noventa es posible advertir un periodo de paulatina menor subordinación o, visto de otra forma, menor estrechamiento de intereses compartidos bajo la batuta de los actores políticos. Y desde mediados de los noventa se ampliaron los márgenes de la libertad de expresión sin dejar a plenitud los antiguos lazos de colusión. Pero con el inicio del siglo XXI se transitó a una “forma de subordinación al revés”, pues se invirtieron los papeles: el sistema mediático se impuso al poder público elevando su estatus a primer poder (Carreño, 2007: 40; y Trejo, 2004). Esta nueva correlación de fuerzas se evidenció con dos decretos presidenciales publicados el 10 de octubre de 2002. El primero expidió un nuevo “Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión” que sustituyó al de 1973 y disminuyó una serie de obligaciones que el sistema político había impuesto tres décadas antes, entre ellas las referidas a tiempos de transmisión mediática que le correspondían al Estado. El segundo decreto sustituyó otro emitido en 1969 con el fin de reducir cargas fiscales mediante lo cual se “obligaba a las emisoras a pagar al Estado con tiempo-aire de transmisión para los mensajes oficiales”. Es decir, el tiempo fiscal de 12.5% (equivalente a 180 minutos diarios) decretado en 1968 se sustituyó por un porcentaje mucho menor: de 1.25% o 18 minutos diarios

en televisión y de 2.5% o 35 minutos diarios en radio. Estos acuerdos fueron la expresión de un drástico viraje en la relación entre el poder político y el poder mediático en México, todo lo cual no auguraba la implementación o estímulo de prácticas de autorregulación ética (Trejo, 2007; Carreño, 2007; Sosa, 2012).

A lo anterior, se suman otras dos razones:

- a) La carencia de una normatividad oficial en materia de asignación publicitaria gubernamental cuyo fondo incurre en las ambigüedades engendradas a lo largo del régimen priísta, como el hecho de otorgar a un funcionario –y no a partir de un transparente y equilibrado instrumento jurídico– la atribución de entregar publicidad de manera discrecional. Los aberrantes criterios para la distribución y asignación de publicidad siguieron intactos.²⁴
- b) El malogrado intento por parte de la Secretaría de Gobernación de instalar el Consejo Nacional de Radio y Televisión –entidad prevista por la ley desde 1960 orientada a velar por la aplicación de la ley y “elevar el nivel moral, cultural, artístico y social”, pero que nunca ha funcionado–, tras haber sido anunciado el 12 de febrero de 2001. El acto se vio frustrado debido a la reticencia de los concesionarios electrónicos aglutinados en la CIRT, quienes en el afán de inhibir o frenar la intentona gubernamental informaron de inmediato la creación de su Consejo de Autorregulación. Frente a ello, y para evitar mayores complicaciones en el amanecer del sexenio foxista, el gobierno federal sólo dio el visto bueno a la iniciativa empresarial (Martínez, O. R., 2001 b).

En la primera etapa del sexenio foxista destacaron dos hechos que, de acuerdo con José Carreño Carlón, significaron “muestras paradigmáticas del arcaísmo en la relación del gobierno y los medios”: La primera, cuando a unas horas de haber tomado posesión del cargo, el presidente tomó posesión también, por decirlo así, del noticiario de mayor audiencia de la televisión: desplazó al conductor oficial del programa, se puso él mismo a introducir a los miembros de su propio gabinete y al final se organizó una porra por el inicio del nuevo régimen.

²⁴ Hasta principios de 2012, se tenían registradas seis iniciativas legislativas en materia de publicidad oficial impulsadas por diversos partidos: dos enfocadas a reformar leyes ya existentes y cuatro dirigidas a plantear un nuevo cuerpo legislativo en dicho rubro. Lo cierto es que nada se ha avanzado. La carencia de una legislación específica y criterios claros y objetivos para la compra de espacios publicitarios por parte de los órganos gubernamentales ha posibilitado que factores circunstanciales o ambiguos, frecuentemente en función de la coyuntura política, sean los que definan la dinámica de esta relación entre poder público y medios informativos. Todo ello se traduce en condicionamiento en la asignación de recursos públicos vía publicidad. Véase Omar Raúl Martínez, “Asignación publicitaria y ética periodística”, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 121, mayo de 2010, pp. 6-7.



Fue un salto hacia atrás de casi medio siglo, por su parecido al momento en que el presidente Miguel Alemán dispuso que la primera transmisión de la televisión mexicana fuera la de su informe al Congreso de hace 50 años (Carreño, 2001). La segunda muestra se desató a partir de la emisión radiofónica presidencial del primer sábado de noviembre de 2001 en la que Vicente Fox, apunta José Carreño:

propuso ejercer una supuesta potestad presidencial para decirles a los medios lo que merece y lo que no merece ser publicado y para reprenderlos por no ajustarse a esos preceptos. Una regresión que podría remontarse tres décadas atrás, a los años del presidente Díaz Ordaz, en los que al dirigirse a los editores en el ritual del Día de la libertad de prensa solía ofrecer lecciones –ciertamente con mayor comedimiento y corrección que el presidente Fox– sobre selección y presentación de noticias, sobre el manejo adecuado de las fuentes noticiosas, así como sobre la forma de realizar y publicar entrevistas. Algo que ya parecía impresentable incluso en una de las más altas crestas autoritarias del antiguo régimen, no parece resultar menos que extravagante al llegar a su fin el primer año del nuevo régimen democrático (Carreño, 2001; Rodríguez Castañeda, 1993).

LIBERTAD DE EMPRESA Y PRENSA

Por lo que concierne al compromiso ético-profesional de los dueños y directivos mediáticos, el panorama se observa complejo debido a la naturaleza empresarial que han adoptado los medios de comunicación en la actualidad. Al respecto señala la periodista Blanche Petrich:

En la medida en que se acabó el autoritarismo tradicional que el Estado ejercía en los medios a través de la corrupción, se desarrolló otro tipo de control y censura que surgió dentro de los medios, los cuales en su mayoría tienen un carácter empresarial y comparten con el Estado identidad de intereses. Esos medios responden a los objetivos del Estado y éste se somete a la dictadura mediática (García, 2012: 177).

Hoy en día resulta insoslayable la absorción de los grandes oligopolios a los medios pequeños o medianos que han realizado u ofrecen valiosas aportaciones periodísticas, pero que no han podido madurar un proyecto de negocios. Se trata de una tendencia internacional que inició en los años setenta entre los países desarrollados. En Gran Bretaña, por ejemplo, nueve de los 10 principales medios tenían vínculos directivos con al menos una de las 250 principales corporaciones industriales, y seis las tenían con las 20 más importantes (Riva Palacio, 2004). Tal característica aún no es tan evidente en México, pero la tendencia parece

irreversible: *La Prensa* fue comprada por Mario Vázquez Raña en 1996, dueño a su vez de la cadena de los *Soles*; *Excélsior* fue adquirido por el hermano Olegario Vázquez Raña, quien ya es dueño de Cadena Tres de televisión; Grupo Multimédios es propietario de *Milenio Diario* y copropietario de varias cabeceras del mismo impreso instaladas en distintos estados del país. El crecimiento empresarial de grupos mediáticos dificulta el mantenimiento de una línea editorial absolutamente independiente. Y es que la concentración mediática genera uniformidad editorial en el abordaje interpretativo y una disminución de la pluralidad política. Todo ello en detrimento de la diversidad informativa, la libertad de expresión, el derecho a la información y, por ende, la democracia.²⁵ Por lo anterior lamentablemente no extraña –aunque debiera– que ocurran casos de reporteros con plena responsabilidad y compromiso éticos cuyos esfuerzos se ven truncados frente a los intereses mediáticos.

El caso de Anabel Hernández resulta paradigmático en este sentido. Ella fue la reportera que dio a conocer en *Milenio Diario* el llamado *Toallagate* durante el gobierno foxista, al consignar que la nueva presidencia del “cambio” compraba toallas de 4025 pesos cada una. Por esa nota obtuvo el Premio Nacional de Periodismo. Sin embargo, también se ganó la exclusión por parte de la fuente de Presidencia y el paulatino arrinconamiento y el congelamiento en su propio periódico ya que, de alguna manera, sus directivos-periodistas (Arreola, Marín y Riva Palacio) aceptaron las presiones de Los Pinos. Ella cuenta que se vio obligada, más tarde, a salir de *Milenio Diario* (García, 2012: 113-116).

Por cuestiones de esta índole, entre otras muchas, durante los primeros años del siglo XXI la percepción de algunos analistas en torno a la relación medios-gobierno en México es que no se ha logrado todavía trastocar la vieja estructura y que sigue vigente la misma que privó a lo largo del siglo anterior. Es decir, la ética periodística aún no tiene suficientes asideros en la vida política:

La prensa mexicana –asegura Raymundo Riva Palacio– nunca funciona como puente entre quienes gobiernan y quienes son gobernados, ni es espejo de la sociedad. Es el medio por el cual las elites se comunican entre sí. La mayor parte de la prensa mexicana no responde a las necesidades y reclamos populares, puesto que no está en contacto con ellos. La prensa se ha convertido en vocero para los que detentan el poder y no escucha al ciudadano común y corriente (Riva Palacio, 2004: 99).

²⁵ Revítese lo que plantea Robert Dahl al referirse al moderno régimen democrático y que se esboza en el primer capítulo del presente trabajo, en el segmento en torno a los fundamentos de la democracia.



Para ir redondeando el panorama histórico: ciertamente en los últimos 40 años, los medios periodísticos mexicanos han experimentado una profunda transformación, que se manifiesta en una cobertura informativa y una opinión crítica menos condescendiente y más cuestionadora no sólo del quehacer presidencial, sino de los tres poderes.

Si en las primeras tres partes del siglo xx los medios nacionales fueron una pieza más del engranaje presidencial, en la primera década del siglo xxi podemos afirmar que un sector de los mismos empezó a constituirse apenas en un auténtico contrapeso frente a los excesos del poder (tal debiera ser su función en una sociedad con afanes democráticos, aunque ciertamente subsisten hoy en día rescoldos del pasado: la publicidad de gobierno, la entrega y revocación de concesiones de radio y televisión, los medios “públicos”, y la discrecionalidad e insuficiencia informativas. Todo ello sigue caminando en función de la decisión unipersonal del Poder Ejecutivo). Ello ha sido posible no sólo gracias al desarrollo democrático de la sociedad mexicana, sino también a la pretensión de algunos medios informativos y periodistas de asumir su responsabilidad primigenia de la que estuvieron distanciados durante mucho tiempo (Villanueva, 2001; Carpizo, 1989).

No pueden echarse las campanas al vuelo, y si bien falta un largo trecho por afianzar la conciencia ética entre los informadores y dueños-directivos de los medios para consolidar nuestra democracia, lo cierto es que por lo menos en los últimos 40 años, la prensa en primera instancia y los medios electrónicos en menor medida y con mayor lentitud han significado un elemento medular en la gradual apertura del ejercicio crítico de la libertad de expresión.

Contrapuntos éticos

Como se aprecia, una somera revisión de la historiografía tanto del periodismo mexicano como del ejercicio político arroja suficientes elementos para señalar que la interdependencia entre prensa y gobierno rebasa por mucho las fronteras profesionales. De acuerdo con Riva Palacio, los arreglos entre ambos sectores traspasan con suma frecuencia las líneas de la ética y la responsabilidad social. Para ilustrarlo baste resaltar los siguientes aspectos más frecuentados en los últimos 60 años, que no se han desterrado del todo:

- a) *Gato por liebre*. Los gobiernos federal y locales acostumbran comprar espacios periodísticos en forma de gacetillas y los medios no lo aclaran al público. Así, las autoridades y políticos reproducen sus discursos, intentan posicionar sus temas en la agenda, promueven sus acciones y atacan a sus adversarios. Pero los medios presentan “gato por liebre”, pues nunca

avisan que se trata de información pagada y, por tanto, parcial e interesada (Riva Palacio, 2004: 100). Si bien esta práctica no es nueva (ya la referían, por ejemplo, Piñón y Scherer), Riva Palacio reconoce que persiste hoy incluso en la primera plana y los primeros espacios de la radio y la televisión:

Algunos periódicos identifican las gacetillas mediante otro tipo de letra, diferente que la usada en artículos noticiosos normales. Otros medios solían publicar letras "I. P." (Inserción Pagada) al pie de la nota para avisar a sus lectores del tipo de material frente a sus ojos. Sin embargo esta práctica se terminó en 1976, cuando los que contrataban los desplegados comenzaron a pagar al periódico una cantidad adicional para que no colocara la mencionada etiqueta (Riva Palacio, 2004: 101).

Hoy en día son contados los medios que lo siguen haciendo: *Reforma* y *La Jornada* en la ciudad de México y un escaso número de periódicos en el resto del país.

- b) *Condicionamiento publicitario*. Es frecuente que los funcionarios amenacen con retirar sus gacetillas, desplegados y anuncios si los medios y periodistas se niegan a publicar lo que ellos piden se difunda. Recordemos cuando el presidente José López Portillo canceló la contratación publicitaria a las revistas *Proceso* y *Crítica Política*, que cuestionaban sus políticas a inicios de los años ochenta. La primera, para sobrevivir, tuvo que hacer un ajuste interno y buscar publicidad comercial; *Crítica Política*, sin embargo, se vio obligada a desaparecer. Igualmente, el gobierno de Miguel de la Madrid retiró la asignación publicitaria al periódico *El Financiero* debido a que le incomodaba su cobertura en torno a las negociaciones de la deuda externa. La administración salinista continuó por la misma ruta y se negó a autorizar que los reporteros de *El Financiero* viajaran con Carlos Salinas en sus giras. Este impreso recurrió a publicidad privada y hasta 1992 pudo reintegrar a uno de sus reporteros en giras presidenciales (Riva Palacio, 2004: 104).
- c) *Comisionismo reporteril*. Aunque hoy en día algunos informadores niegan que siga presentándose, no es infrecuente que los reporteros busquen las fuentes más acaudaladas o "mejores", habida cuenta de que pueden solicitarles anuncios pagados sobre los cuales reciben una comisión por cada publicación. Es decir, más que por la calidad o importancia de las informaciones, algunos periodistas valoran una fuente por la fuerza de la propaganda porque beneficia sus propios ingresos personales. Algunos medios otorgan entre 5% y 12% de la comisión por publicidad que consigan. Tal



circunstancia permite a los dueños mediáticos justificar los bajos salarios que asignan a sus trabajadores.

El esquema de comisiones de publicidad para los reporteros –señala Riva Palacio– provocaría denuncias de conflictos de intereses y falta de ética en un buen número de países. No es así en México, debido a que no existe el concepto de conflicto de intereses en periodismo. Por ello, esta práctica que se extiende ampliamente, no es vista por muchos como una falta de ética. Al contrario, no son pocos los periodistas convencidos de que ésta es una forma legal de incrementar sus ingresos. Y como no hay legislación que la prohíba, se le considera legal, lo que no significa que sea legítima [...]. Por supuesto, los funcionarios promueven esta práctica, puesto que así pueden controlar mejor la información a través de la presión en la asignación de recursos (Riva Palacio, 2004: 105).

d) *Los embutes*. En la jerga periodística mexicana, así se le conoce a la gratificación económica entregada por funcionarios de comunicación a los informadores de la fuente respectiva. Ante la insuficiencia salarial, las oficinas de prensa las refieren como “ayudas” o “apoyos”. Suelen entregarse en un sobre cerrado, aunque en tiempos recientes algunas entidades prefieren registrarlas en nóminas como pago de consultorías u otros servicios. Estas comisiones por lo regular se asignan mensualmente en la fuente acreditada o durante giras de funcionarios públicos. Según Riva Palacio, dependiendo de la fuente, las cifras oscilan entre un mínimo de 20 hasta 2000 dólares. De todo esto saben, sin duda, los directivos y dueños de los medios, pero dejan que sus informadores acepten el dinero cual mecanismo de subsidio, para compensar los bajos salarios que ellos asignan. En algunos medios como *Reforma* tal práctica es motivo de despido. “Las ayudas están institucionalizadas y algunas empresas privadas hacen lo mismo con periodistas: pagan por espacio para promover su producto, bajo el disfraz de una nota periodística” (Riva Palacio, 2004: 106-107).

Pese a estos rasgos latentes en el ejercicio periodístico nacional durante los últimos 70 años, es justo reconocer que nunca ha habido unanimidad absoluta. Incluso en épocas en que la palabra presidencial se erigía casi como dogma implacable, hubo personajes que trataron de asumir una perspectiva ética para reivindicar su responsabilidad social como profesionales de la información. He aquí una mínima remembranza de algunos de esos ejemplares casos:

1) A finales de los años cuarenta una voz disonante se hace escuchar frente al presidente Miguel Alemán Valdez. Jorge Piñó Sandoval, Renato Leduc y Antonio Arias Bernal hablan con él y le exponen sus inquietudes profe-

sionales. Piñó Sandoval le expone en agosto de 1948 un discurso franco, sin rodeos, valiente, inédito:

Creo que el régimen, siendo demasiado generoso con la prensa en México, ha cometido un grave error. Casi todos los periódicos grandes en México se han comercializado. La mayoría de sus colaboradores de su gobierno, señor presidente, dan igualas cuantiosas a los periódicos. Y esto ha traído consigo algo también muy grave: nuestra profesión va muriendo, porque el periodismo de estos tiempos es un periodismo de boletines y memorandums, manejado más a base de números que de noticias (Monsiváis, 2003: 185).

Desde luego hubo oídos sordos a este planteamiento crítico y por ello el tipo de periodismo que siguió perfilándose adoptó precisamente esas tonalidades oficialistas a costa de un periodismo que no lo fue en su más noble acepción. El gobierno no tuvo la mínima intención de rectificar. Continuó promoviéndose un panorama maquillado de la realidad, ocultándose información pública relevante, amplificando méritos de actores políticos y vilipendiando a adversarios.

- 2) A cinco meses de haber asumido la presidencia Adolfo Ruiz Cortines (1952), la revista *Hoy*, dirigida por José Pagés Llergo, publicó una foto como portada que exasperó al inmediato ex presidente (Miguel Alemán Valdez) al grado de generar la disolución del rotativo. Se trataba de una gráfica donde se observaba la cándida y casi adolescente imagen de Beatriz Alemán Velasco, en plena luna de miel en Francia, con un gesto de disgusto y celos. Su estrenado esposo clava una mirada de deseo sobre una bailarina del *nite club* parisiense. El hecho fue captado por un indiscreto fotógrafo francés que facilitó la foto a la revista *Hoy*. Los copropietarios de *Hoy* (Rafael Lebrija y Alfonso Arrache) discreparon de la decisión editorial de Pagés y, más por temor a las represalias económicas que por convencimiento propio, le pusieron como condición de que todo el material periodístico tendría que pasar previamente por su revisión. Pagés no estuvo de acuerdo y con él abandonaron la revista *Hoy* más de 10 de sus más importantes colaboradores, entre ellos: Francisco Martínez de la Vega, Rafael Solana, Roberto Blanco Moheno, Rosa Castro. Juntos fundaron la revista *Siempre!* (Rodríguez Castañeda, 1993: 19).
- 3) La revista *Tiempo*, dirigida por el escritor Martín Luis Guzmán, era un foro que asumía una línea abiertamente gobiernista y, sin tapujos, a cada momento daba muestras de ello. A finales del periodo alemanista, el desfile del 1 de mayo, Día del trabajo de 1952, derivó en un enfrentamiento entre el movimiento obrero oficialista y el movimiento opositor. En su edición



semanal, *Tiempo* ofreció sólo la versión oficial excluyendo incluso el testimonio de sus propios reporteros. En tono editorializante publicó:

El tumulto sangriento ocurrido el jueves pasado frente a Bellas Artes no es un episodio de la celebración del Día del trabajo sino de la campaña electoral; así lo comprueba la prontitud o más exactamente, la voracidad con que los partidos que a sí mismos se llaman independientes (¿independientes de qué?) se lanzaron a capitalizar el suceso para fines netamente políticos, mientras los grupos obreros han permanecido ecuanímenes. Sólo a ciegas, o por el deliberado propósito de no ver, podría desconocerse el hecho de que tanto en la superficie de este acontecimiento, como en su trasfondo, apuntan ya los síntomas de violencia con que quieren llegar a las elecciones, temerosos de no ganarlas en las urnas, los más exaltados enemigos del gobierno y del país (Rodríguez Castañeda, 1993: 27).

Por esta publicación, sabedores de la distorsión informativa, varios miembros de la redacción de *Tiempo* renunciaron por “el fraude a la opinión pública”: el jefe de redacción, Fernando Rosenzweig; el jefe de información, Ernesto Álvarez Nolasco; los redactores Germán List Arzubide y José Rogelio Álvarez, y los reporteros Mario Velasco Gil, Arturo Sotomayor y Luis Suárez. Su carta de renuncia fue publicada por *El Popular*, que decía dirigiéndose a Martín Luis Guzmán:

Los cambios sucesivos que usted, como director, ha ido introduciendo en los métodos de elaboración de la revista, alejándose cada vez más de la objetividad y de la ética periodística, han culminado con sus incalificables afirmaciones de hoy: Tengo atribuciones –nos dijo usted a nosotros– para mutilar y deformar la verdad si eso conviene a los objetivos políticos que *Tiempo* persigue.

No deseamos discutir los objetivos de usted pero ni el jefe de redacción ni el jefe de información, ni los redactores y reporteros de la revista *Tiempo* que abajo firmamos –cada uno con sus propias, aunque distintas convicciones políticas– podemos compartir la nueva idea que usted tiene sobre el periodismo, ni el fraude a la opinión pública que semejante tratamiento de las noticias implica (Rodríguez Castañeda, 1993: 27-28).

- 4) Durante el sexenio de Gustavo Díaz Ordaz, en plena comida del Día de la libertad de prensa, el 7 de junio de 1966, el entonces director de *Excélsior*, Manuel Becerra Acosta padre, quebrantó la arraigada costumbre de adular al Ejecutivo y, en un ejercicio de autocrítica, optó por recordar la auténtica misión periodística:

La prensa por sí misma no tiene un sentido completo si no puede desenvolverse fuera del vasallaje y de la servidumbre lesivas a la dignidad [...].

¿A qué queda confinado un periodista que por consigna debe callar un agravio público, más grave mientras más alto sea el nivel social o político de quien lo comete? ¿O a qué se le obliga, cuando se le convierte en portavoz de ideas y convicciones que van contra el fuero de su conciencia, y le repugnan en lo íntimo de sus persuasiones más hondas?

Hacer del periodista un siervo obsecuente y ruin, lastima a la prensa toda en su calidad de noble expresión del pensamiento, y lastima al hombre con huellas todavía más dolorosas, porque son también más sensibles y conmovedoras [...].

Nada justifica que el periodista descienda de la dignidad que le es propia, pero a la cual tiene que ennoblecer con su propia conducta de servidor y de colaborador eficaz de las mejores causas (Rodríguez Castañeda, 1993: 105).

- 5) Es en el sexenio de José López Portillo cuando despega con fuerza el periodismo de Manuel Buendía. Rompiendo el inmovilismo crítico desde la prensa, él arremete con sustento informativo contra la corrupción de algunos funcionarios y gobernadores. También evidencia, entre otras cuestiones, la intromisión de la Agencia Central de Inteligencia (CIA) en México, cuestiona las tareas pastorales-políticas de la Iglesia católica, la injerencia del Fondo Monetario Internacional en la economía nacional.

Debido a esa disposición ética y crítica que algunos medios no aceptan para evitar poner en riesgo sus arcas, Manuel Buendía debe hacer un recorrido trashumante por los diarios con el fin de salvaguardar su independencia. En cierta ocasión, por ejemplo, el entonces gobernador de Jalisco, Flavio Romero de Velasco, se enteró de que el columnista publicaría al día siguiente una crítica contra él en su columna "Red Privada". Fue suficiente que el mandatario estatal se comunicara telefónicamente con el entonces director de la cadena de los *Soles*, Mario Moya Palencia, para que la columna se quedara en galeras sin publicarse. Luego, en agosto de 1978, los frecuentes actos de censura lo obligan a trasladar su columna a *El Universal*, pero sus nuevos editores no tardarían en tratar de silenciarlo. El primer día de noviembre del mismo año se niegan a publicar su columna donde denuncia un turbio negocio en el que estaba involucrado el ex gobernador de Sinaloa y entonces secretario de la Reforma Agraria, Antonio Toledo Corro. Por esa razón, cinco días después la revista *Proceso* acoge en su páginas el texto periodístico censurado por *El Universal*, foro que abandona cinco semanas más tarde. Ante la búsqueda de canales que le permitieran ejercer el oficio periodístico con respaldo ético y al margen de intereses creados, en diciembre de 1978 acepta la propuesta de la Agencia Mexicana de Información, dirigida por José



Luis Becerra, encaminada a distribuir “Red Privada” a los numerosos periódicos suscritos a lo largo y ancho del país (Martínez, O. R., 2000: 32).

Decía Manuel Buendía en los años setenta: “Periodista acaudalado casi siempre representará la posibilidad de un caso de enriquecimiento explicable sólo en función de ingresos turbios”. Lamentaba que el sistema concediera privilegios a ciertos personajes a cambio de servirse de ellos y desertaran así de sus deberes sociales: “Para no pocos funcionarios, los periodistas somos un insoluble acertijo y jamás atinan a llevar el mejor tipo de relaciones con nosotros. Unos tratan de someternos; otros de ganarnos, y los más de corrompernos” (Martínez, O. R., 2000: 39). Rechazaba cualquier mínimo indicio de las garras corruptoras. A principios de octubre de 1979, muy irritado envió una carta al presidente José López Portillo con el fin de clarificar algunos “detalles” en torno a las “atenciones” de sus subalternos durante una gira por Estados Unidos y Panamá:

Durante el curso del viaje fue informado de que –seguramente por inercia burocrática– mi nombre figuraba en la lista de reporteros y comentaristas a quienes se asignaba una equis cantidad de dinero. Yo no hago juicios de valor sobre la conducta de mis colegas. Pero dentro de mi ética personal me he fijado la norma invariable de no recibir dinero ni obsequios de ninguna especie como compensación, gratificación o embute relacionado con el desempeño de mis tareas periodísticas.

Más adelante expone que por ese motivo insistió al equipo de la presidencia que no intentaran poner el sobre en sus manos y que lo borrarán de la lista de estipendios. Al ver que su nombre seguía apareciendo optó por manifestar su inconformidad con una carta dirigida al presidente José López Portillo (Martínez, O. R., 2000: 39-40).

Los primeros pasos deontológicos

Por lo que se puede advertir en nuestra retrospectiva historiográfica, la responsabilidad social de los medios y la ética periodística a lo largo del siglo xx en México fueron temas referidos tangencialmente o de manera aislada o coyuntural. Salvo en la última década del siglo pasado en que algunos periódicos tomaron la iniciativa de asumir un código deontológico (que constituye la expresión más visible y recurrente de la llamada *autorregulación informativa*), lo cierto es que en la agenda mediática no figuraron tales asuntos con el objeto de incorporarlos en su ejercicio profesional.

El primer documento deontológico mexicano dado a conocer como tal constituye el código ético adoptado por el Sindicato Nacional de Redactores de la

Prensa en su Convención del 11 de julio de 1968. Exento de un preámbulo o exposiciones de motivos, se trata de un decálogo con un tono por demás retórico que raya en la ambigüedad (Uribe, 1984: 69, 165). Aunque es posible consignarlo como el primer código de ética periodística hecho público en nuestro país, vale reconocer que no significó influencia o efecto alguno en los círculos del quehacer informativo.

Quizás un despertar paulatino del tema comenzó a darse con la creación, primero, de la Unión de Periodistas Democráticos en 1975; y un año más tarde, con el nacimiento de la Federación Latinoamericana de Periodistas (Felap). Dichos organismos patentizaron, así fuese tenuemente, la necesidad de velar por la integridad personal, profesional y moral de los informadores (Méndez, 1997).

Un suceso que empieza a fracturar el modelo de subordinación de la prensa mexicana a su gobierno lo representa –como ya se refirió– la expulsión, en julio de 1976, de Julio Scherer y su equipo directivo del periódico más importante de aquella época, *Excélsior*, debido a argucias tramadas por el entonces presidente de la república, Luis Echeverría. Este hecho no sólo desencadenó una etapa de recomposición –todavía en marcha– en las relaciones medios-gobierno, sino que a la postre indujo un paulatino cambio en la prensa mexicana cuyo reflejo en términos profesionales y éticos se manifestaría más abiertamente a partir de los años noventa.

Una incipiente semilla sería el activismo de la Felap, asentada en México que, como antes se dijo, desde el segundo lustro de los años setenta promovió la reflexión y discusión de los temas profesionales y deontológicos en el marco de las reuniones consultivas internacionales y regionales convocadas por la UNESCO, una de las cuales se efectuó precisamente en nuestro país en abril de 1980. En dicha oportunidad se aprobó un importante documento referente a la deontología y cuyo contenido fue considerado como una base para la redacción de un código de ética internacional, de acuerdo con Hernán Uribe (1984: 127), periodista chileno miembro de la Felap que durante varios años radicó en México.

Otro hecho que habría de incidir en años posteriores sería la iniciativa de Alejandro Junco de la Vega quien, desde 1969 en que egresó de la Universidad de Texas y ya como cabeza del diario *El Norte* a principios de los setenta, incorporó a su maestra Mary Gardner al cuerpo de talleristas y capacitadores del periódico, y con su misma guía impulsó a finales de la misma década un novedoso código de ética. Algunos de los principios fundamentales estipulaban el rechazo a todo tipo de regalos y prebendas entregadas por autoridades y funcionarios, así como evitar cualquier acto que pudiera implicar posibles conflictos de interés (Esquivel, 2003). De esta suerte, al iniciar los ochenta, *El Norte* afianzaba su despegue y empezó a trabajar un manual preliminar de redacción que, a partir de 1984, se incorporó de manera oficial en los talleres del diario con el afán de



apegarse estrictamente a la política de la empresa y al referido código de ética. Y es que, de acuerdo con José Luis Esquivel Hernández (2003), desde el segundo lustro de los setenta sus reporteros tenían

prohibido aceptar regalos de las fuentes informativas y mucho menos dinero, ni siquiera para viajes de enviado especial que debía costear el periódico. Inclusive se llegó al extremo de que algunos colegas interpretaban que no había que probar bocado ni refresco cuando se llevaba a cabo alguna conferencia de prensa.

PROPUESTAS ACADÉMICAS Y GREMIALES

Si bien a nivel mediático-profesional emergían los primeros esbozos deontológicos, es preciso resaltar que a nivel social, académico y gremial también las inquietudes y propuestas comenzaban a cobrar cuerpo en el primer lustro de los noventa. Valdría recordar sólo cuatro significativos hechos:

- a) A finales de mayo de 1990, la primera Asamblea de Representantes del Distrito Federal convocó a un foro para reflexionar, debatir y plantear propuestas en torno a la pertinencia de estipular un salario mínimo para periodistas. Asistieron diversos miembros de la Unión de Periodistas Democráticos y del mismo gremio, entre ellos, Miguel Ángel Granados Chapa, René Delgado, José Cárdenas, Sara Lovera, Jorge Meléndez, Raymundo Riva Palacio, Jaime Avilés, Julio Hernández López y Roberto Zamarripa. Durante las mesas salieron a flote las relaciones de subordinación entre reporteros y el poder público, las turbiedades en el manejo y uso condicionado de los recursos públicos y, por consecuencia, la necesidad de replantear no sólo la legislación laboral del periodismo sino también la perspectiva ética-profesional tanto de las y los informadores como de los propios medios. A nivel colectivo se trató quizá del primer encuentro de periodistas de que se tenga memoria, donde públicamente se habló sobre las magras condiciones laborales y salariales de los informadores al igual que del trasfondo de corrupción implícita en ellas. En esta tesitura, René Delgado, además de proponer la transparencia del gasto publicitario destinado a las empresas periodísticas, sugirió la instauración de la figura del defensor del lector que velara por los intereses de la audiencia, así como el impulso de organizaciones civiles o gremiales cuya misión fuera vigilar y apoyar la calidad de los contenidos mediáticos. En el mismo foro se deslizó, por vez primera, la necesidad de incorporar la llamada *cláusula de conciencia* tanto a nivel legal como deontológico (Avilés *et al.*, 1990: 28-39).

- b) En su búsqueda por elevar la calidad y responsabilidad de los medios, en junio de 1991, algunos directivos de medios, investigadores y periodistas suscribieron y publicaron un documento para impulsar una reglamentación del derecho a la información mediante la creación de un Código Federal de Comunicación Social. En un apartado de tal documento se refería la pertinencia de proponer reglas de comportamiento ético para los medios e informadores. Algunos de los firmantes eran, por ejemplo, Rolando Cordera, Raúl Trejo Delarbre, Javier Esteinou, José Carreño Carlón, Jorge Fernández Menéndez, Beatriz Solís, entre otros (Trejo, 1997: 332).
- c) Desde 1977 hubo intentos por avanzar en una nueva legislación en materia de medios de comunicación en México, pero no han faltado opositores entre los dueños de los medios y dirigentes o actores políticos. Tras varios esfuerzos previos, en diciembre de 1994 la Cámara de Diputados creó una Comisión Especial en ese rubro y durante 1995 organizó foros en distintos estados de la república. Llamó la atención que a lo largo de dichos encuentros, la ética de los medios de comunicación fuera un tema recurrente. Así, 16% –de 242– de las ponencias se registraron en el rubro “La responsabilidad social de los medios de comunicación”, donde se abordaron asuntos relativos a la autorregulación tales como los códigos de ética, los defensores del público, el derecho de réplica, entre otros (Trejo, 1997: 330).
- d) Desde la academia en brazo conjunto con los periodistas, tras fructíferas sesiones e intercambios, 71 profesionales de la información inscritos en un Diplomado de Actualización Periodística realizado en la Universidad Iberoamérica a lo largo de 1995, concibieron, discutieron y aprobaron –en enero de 1996– un breve Código de Ética Periodística cuyo principal valor radica en que se trató de un documento impulsado de manera colectiva, al margen de organizaciones gremiales o empresas mediáticas (Martínez, O. R., 2009: 342).

Lo anterior era reflejo de que tanto el ámbito profesional como un sector de la sociedad civil y de la academia mostraban interés en no mantenerse al margen de la reflexión y discusión de un tema tan relevante como la autorregulación ética de los medios de comunicación. Más tarde también tomarían la palabra otros actores.

Con la creación de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH) a principios de los noventa empezó a germinar la idea de establecer la figura del ombudsman para la prensa en México. El entonces director de *Unomásuno*, Luis Gutiérrez, la refirió como propuesta en agosto de 1992. En diciembre del mismo año, siendo presidente de la naciente CNDH, Jorge Carpizo sugirió la creación de varios defensores de la audiencia con el fin de fortalecer el derecho a saber. En



junio de 1993, tal planteamiento fue sugerido y respaldado por la Secretaría de Gobernación, en voz de su director de Comunicación Social, Jorge Medina Viedas.

Pero sería hasta el 8 de junio de 1993 cuando *El Economista* formalmente constituye la primera defensoría de la audiencia al asignar esta responsabilidad al periodista Alejandro Avilés. Para iniciar su operación autorregulatoria, la dirección del diario establece tres novedosos documentos en la prensa nacional: un estatuto del defensor del lector, un código de ética denominado “Derechos de los lectores” y un estatuto de la redacción.

Ese mismo año, *El Norte* informa de la creación de consejos de lectores por cada una de las secciones, cuya función consistiría en opinar, comentar y sugerir en torno a los contenidos periodísticos. En agosto de 1994, *El Nacional* –hoy fuera de circulación– difundiría su código de ética. Posteriormente lo harían, entre otros, los diarios siguientes: *Novedades* –también ya desaparecido– *El Financiero*, *El Universal* y *Reforma*. En el caso de *Reforma*, éste en realidad replicaría la experiencia ganada por *El Norte* de Monterrey, diario del mismo grupo en cuyos principios éticos destaca la separación entre el área editorial y el área comercial (González, 2006). Y a partir de entonces, con la inducción de diversas circunstancias, varios medios más se sumarían a la expedición de documentos deontológicos.

Fueron distintos actores –y no periodista o empresarios de los medios–, quienes en 1994 insistieron en la responsabilidad que debían tener los medios y la necesidad de que éstos adoptaran códigos de ética. Lo anterior, en un escenario difícil: el proceso electoral, los asesinatos políticos y la aparición del movimiento zapatista en Chiapas. Pero valdría la pena contextualizar el asunto.

En medio de un entorno político que oscilaba entre la zozobra, la inquietud y los afanes democráticos, algunos medios buscaron asumir una postura menos complaciente, pero no pocos de los que lo hicieron atinaban a encaminar nuevas pautas en la relación con el gobierno y en su actuar profesional de cara a la sociedad. Es decir: se abría una nueva etapa que avizoraba una descarnada competencia por el público y los anunciantes, aunque en una circunstancia en que el gobierno federal y las gubernaturas de las diversas entidades del país no dejaban aún de incidir en los contenidos por la afluencia publicitaria.

Junto a las cada vez más frecuentes iniciativas por hacer periodismo de investigación por parte de algunos medios impresos, en lo general aún no se desterraba una lógica de subordinación y seguía siendo limitado el número de lectores en México. Ello no obstó para que la severidad crítica de la prensa se desplegara como pocas veces se había visto en las siete décadas previas. La figura presidencial fue objeto de rudos señalamientos, sin ambages, no sólo por parte de políticos de oposición sino también de columnistas, caricaturistas y articulistas. En el afán de ganar credibilidad manteniéndose distantes de la versión oficial,

tan cuestionada, varios medios incurrieron en la difusión de especulaciones, información insustentada, filtraciones, hipótesis y confusiones primero en torno al levantamiento zapatista en Chiapas y luego sobre las supuestas razones y motivaciones del magnicidio político de Luis Donald Colosio. El espectro de incertidumbre se amplificó con el posterior asesinato de Francisco Ruiz Massieu, secretario general del PRI.

En este convulso contexto es que Jorge Carpizo, entonces secretario de Gobernación, refrenda su propuesta de que se reflexione y discuta en torno a la responsabilidad de los medios masivos de comunicación: "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, siempre y cuando sea instrumentado por ustedes, de un ombudsman para la comunicación" (Cardoso, 1994).

DESBORDAMIENTO MEDIÁTICO

Pero los momentos efervescentes se extendieron a 1995 y no pocos medios estuvieron exentos de manejos sensacionalistas en la información, de propagación de rumores o especulaciones, de adulteración de sucesos, de opiniones que rayaban en la difamación (Trejo Delarbre, 1997: 17). ¿Como cuáles? Una breve muestra:

- a) El recurso de la filtración constante empezó a ganar presencia desde 1994, en algunos casos incluso con la venia interesada de autoridades judiciales. Ello empezó a revelar la descomposición política que se avivó en 1995 a la par de un manejo periodístico sin pautas ético-profesionales. De las implicaciones en el asesinato de Ruiz Massieu se pasó más tarde a las especulaciones detrás del homicidio de Colosio, hasta las filtraciones sobre las pesquisas en dichos casos encauzadas por una Procuraduría General de la República encabezada por un político del PAN, Lozano Gracia.
- b) *El Universal*, en su edición del 3 de mayo de 1995, publicó como titular de ocho columnas: "Carlos Salinas, autor intelectual en el caso Colosio". Ya en el cuerpo del texto refería que ésa era la "opinión" de 46% de los entrevistados en una encuesta sobre tal caso. Más allá de la falta de rigor técnico-metodológico del estudio, y sin tratar de exculpar la responsabilidad del ex mandatario, era evidente la pretensión amarillista y poco ética del tratamiento periodístico (Trejo Delarbre, 1997: 42).
- c) Durante 1995 y 1996 hubo constantes cuestionamientos al ex presidente Salinas que, por momentos, pareció un derroche catártico de los medios, algunos de los cuales por cierto habían acompañado cercanamente e incluso



respaldado no pocas políticas salinistas hasta antes de 1994, precisamente como el diario *El Universal* (Trejo Delarbre, 1997: 46).

- d) El 3 de octubre de 1995 *Reforma* publicó una carta privada que Ernesto Zedillo, siendo jefe de la campaña presidencial, le dirigió el 19 de marzo de 1994 al entonces candidato del PRI a la presidencia, Luis Donaldo Colosio. Fechada cinco días antes del asesinato, dicha misiva contenía diversas opiniones sobre asuntos políticos y planteaba la pertinencia de pactar con Carlos Salinas. Como se trataba de un documento “privado” de inmediato mereció un alud de cuestionamientos y comentarios sobre la conveniencia política o la transgresión ética implícitas en el hecho. Irritado por la publicación, el propio presidente Ernesto Zedillo mandó una carta para señalar que el diario había violado “las más elementales reglas de la ética periodística” que el mismo *Reforma* había asumido años atrás (Trejo Delarbre, 1997: 122). Era la primera vez en la historia que un presidente de la república reclamaba en forma tan airada y enfática el supuesto error o falta a la ética de un periódico mexicano. Pero tampoco el México contemporáneo había vivido un periodo tan confuso en el terreno político al grado de que ello se manifestara en la misma prensa. Todo esto generó un interesante debate sobre la vida pública y la vida privada, sobre la relevancia de las informaciones de interés público, y sobre la pertinencia de que los medios deberían tener referentes deontológicos para cumplir profesionalmente con su función (Trejo Delarbre, 1997). Como reflejo de ese contexto, Héctor Aguilar Camín escribió para *Nexos* en junio de 1995:

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 (Trejo Delarbre, 1997: 149).

Descomposición y desorientación significaron dos de las pautas concurrentes entre los medios de comunicación durante ese periodo.

Ante el reiterado planteamiento de que los medios de comunicación se autorregularan la CIRT, que agrupa a casi todos los medios electrónicos privados del país, reaccionó con desdén al señalar su entonces líder, Javier Pérez de Anda, que ellos ya seguían normas éticas adoptadas desde tres décadas atrás y que sólo era menester actualizarlas (Trejo Delarbre, 1997: 346). Para no quedar evidenciados, la CIRT hizo al vapor un decálogo titulado “Normas de Ética de las Estaciones de Radio y Televisión”, el cual dio a conocer a mediados de 1995. Y tres

años más tarde, en julio de 1998, tras celebrar un simposio para contraponerse a la idea de legislar en materia de derecho de la información, los empresarios mediáticos presentaron su respectivo código ético. En realidad, tal propuesta deontológica fue hecha con el ánimo de sugerir que la autorregulación ética puede excluir cualquier reforma legislativa en materia de medios, pues ésta les podría resultar contraproducente a sus intereses políticos y económicos (Martínez, O. R., 1998).

Lo cierto es que el referido código ético que habría de “actualizar” la CIRT –luego de 30 años– jamás se había hecho público y no se conoció, sino hasta 2008. Sucede que desde 1951 empresarios de la radio y de la incipiente televisión en aquel entonces habían elaborado su propio código de ética (al parecer actualizado 16 años después). Pero es hasta 2008 que el reportero Jacinto Rodríguez Munguía lo encuentra en el Archivo General de la Nación y lo da a conocer.²⁶

Con este tipo de circunstancias –y ante la eventual posibilidad de que desde el poder público impulsara una legislación en materia de comunicación social que pudiera acotar sus pretensiones políticas y económicas-mercadológicas–, en el segundo lustro de los noventa un reducido segmento de la esfera mediática asume la decisión de ir adoptando mínimos recursos autorregulatorios, tales como los códigos deontológicos y los defensores del público. En esta pretensión, incluso, se manifestaría el respaldo e impulso de la academia, ya que en noviembre de 2000, la Universidad Iberoamericana, con el auspicio de la Fundación Konrad Adenauer y la colaboración de medios como la revista *Proceso*, *El Universal* y *La Voz de Michoacán*, organizan el Primer Congreso Mexicano de Derecho de la Información y le dedican un importante espacio al tema. Por ello en sus conclusiones, de manera enfática, señalan que no puede soslayarse el análisis y la reflexión sobre ética, deontología y autorregulación de los medios puesto que su omisión deja al periodismo a merced de su dependencia al mercado, a la estructura política o a las tendencias de la globalización.

“Ni la ética ni la deontología tendrán sentido alguno –refiere el documento del Congreso– si éstas no se encauzan hacia la autorregulación, que debe entenderse como un proceso auspiciado tanto por los periodistas y dueños de los medios, así como por grupos organizados de la sociedad civil.” Asimismo, se

²⁶ Vale la pena resaltar que, de acuerdo con la minuciosa investigación de Jacinto Rodríguez Munguía, en los cerrados espacios del poder y los radiodifusores desde 1951 y luego a partir de 1967 se hizo circular un código de ética para dichos medios. Véase Jacinto Rodríguez Munguía, *La otra guerra secreta. Los archivos prohibidos de la prensa y el poder*, Debate-Random House Mondadori, México, 2007. La versión de diciembre de 1967 del referido código de ética fue firmada por autores y compositores, autores de teatro, publicistas, intérpretes y los representantes de la radio y la televisión.



resaltaba que la autorregulación informativa puede resultar una opción viable para el mejoramiento de los contenidos periodísticos al promover que los mismos medios asuman códigos deontológicos de cara a la opinión pública, integren consejos editoriales o constituyan consejos de prensa que den seguimiento y vigilen los principios éticos adoptados (Saladeprensa, 2000).

Lo grave es que para entonces, y todavía hoy, gran parte de los periodistas eran –son– poco dados a la autocrítica y a la revisión o análisis de sus propias pautas profesionales, y menos aún a planteamientos de referentes deontológicos que apoyen o regulen su propio ejercicio periodístico. Es decir, eran y son insuficientes los parámetros ético-profesionales para evitar caer en excesos, inepticias o ilícitos. Para sustentar el anterior aserto es preciso referir que los códigos deontológicos mexicanos han sido realizados y hechos públicos a cuentagotas en las últimas dos décadas. En otras palabras, la preocupación y disposición ética-autorregulatoria de los medios y periodistas podemos expresarla de la siguiente manera: las fuentes oficiales registraban hasta 2012, 3018 medios de comunicación y sólo 36 han hecho del conocimiento público sus respectivos códigos de ética periodística.

Si la existencia de este tipo de documentos supone la voluntad para afianzar el sentido de responsabilidad mediática, el compromiso de ejercer un periodismo equilibrado y honesto, el avance de las relaciones poderes-medios-sociedad, y el grado de evolución ética del gremio informativo, entonces el panorama cuantitativo y la insuficiente reflexión sobre el tema evidencian que falta un amplio trecho por recorrer en el ámbito profesional. Y es que, por momentos, pareciera que a la ética periodística en México se le empieza a mirar más como un recurso ornamental que maquilla la imagen de independencia, crítica y prestigio de un medio y sus hacedores, que como un real mecanismo para profesionalizar y dignificar la labor informativa.

Caminos, razones y tareas

Haciendo una breve recapitulación, podemos afirmar que son cuatro las razones principales por las cuales en México se ha incurrido en conductas alejadas de toda integridad y responsabilidad ética en el periodismo durante por lo menos los últimos 70 años:

- 1) *La corrupción*, no sólo amparada sino también estimulada por los distintos segmentos gubernamentales y aceptada e incluso a veces exigida por los propios medios y periodistas. En este sentido, Monsiváis (2003: 166) sostiene:

Fluyen regalos y concesiones: los sobres abultados durante las giras de presidentes y gobernadores (candidatos a presidentes y gobernadores), las compensaciones por las notas favorables o por el número de líneas consagratorias en la columna, los empleos fantasma bien remunerados (las *aviadurías*), los boletos para Europa o Las Vegas, las casas y los condominios, los automóviles y los puestos administrativos. No tan secretamente una legión de periodistas mide su eficacia por los embutes que recibe, rechaza o canjea. El embute, medida de valoración interna.

Como antes se ha señalado, la forma más popular y coloquial de referir la corrupción periodística es, sin duda, el embute, *chayo* o sobre. La historia de la prensa en México no puede dissociarse del embute; éste es la prebenda entregada –en efectivo o en especie– a los periodistas y medios para evitar criticar o conseguir elogios. Es por sí mismo un salvoconducto hacia la autocensura.

El embute –sostiene Jaime Avilés (1990)– nace y persiste en la antidemocracia, y prospera y tiene sentido en una sociedad cerrada. Su expresión es palpable en hechos como los siguientes: *a)* algunos jefes de prensa incluyen en sus nóminas a reporteros cual si fuesen empleados o “asesores”; *b)* en giras o actos oficiales, discrecionalmente se les entregan sobres con dinero por concepto de ayudas o supuestos viáticos; *c)* en ocasiones a algunos reporteros o columnistas les envían dinero a sus propias casas o directamente les depositan en sus cuentas bancarias; *d)* se les solicita a los medios publicar propaganda política disfrazada de información; *e)* a los directivos de medios eventualmente les llegan a entregar: apoyos financieros, créditos bancarios altamente favorables, subsidios encubiertos por dotación de insumos tales como papel, electricidad, estímulos, facilidades fiscales o condonación de deudas acumuladas al seguro social (Riva Palacio, 1991; Riva Palacio, 1992; Avilés, 1990).

- 2) *Los conflictos de interés*, que se dan cuando el informador o el medio está vinculado con alguna de las partes de la noticia para sacar ventaja de su posición, razón por la cual no puede mantener el equilibrio periodístico deseable y exigible en una sociedad auténticamente democrática. Considerados como una variante suave y enmascarada de la corrupción, los conflictos de interés se manifiestan en hechos como los siguientes: *a)* cuando un jefe de información o el reportero maneja las relaciones públicas de cierto funcionario o de algún gobernador; *b)* cuando un reportero o columnista menciona recurrentemente a determinado político porque éste le paga facturas de su consultoría o le ayudó a conseguir la licencia para un negocio; *c)* cuando algunos periodistas rechazan dinero de políticos,



pero admiten ser sus asesores, y *d*) cuando no pocos reporteros funcionan paralelamente como vendeplanas publicitarias de las fuentes informativas que tienen asignadas con la idea de complementar sus bajos salarios. Vale señalar que esto y los abiertos actos de corrupción son solapados por los empresarios mediáticos porque ello significa una compensación de los bajos sueldos que pagan a sus empleados.

Por lo anterior, no resulta un despropósito coincidir con Raymundo Riva Palacio en cuanto a que en el periodismo mexicano no existen criterios que impidan los conflictos de interés, lo cual representa un dique a la libertad de información y estimula la autocensura. Los ingresos de publicidad y los sobornos a los periodistas también promueven la autocensura, pues si bien quienes los otorgan jamás exigirán la retribución en efectivo, llegan a pedir a cambio la supresión o falsificación de la noticia (Riva Palacio, 2004; Riva Palacio, 1995).

- 3) *La espectacularización de la noticia*, hecho que ocurre cuando –por buscar el más alto *rating* o mayor circulación– los medios sobredramatizan, simplifican, descontextualizan y desnaturalizan el sentido real e impacto de la noticia. En tal sentido acierta Victoria Camps al señalar que “cuando nadie fija criterios sobre lo que conviene o no conviene hacer desde el punto de vista de la ética, de la justicia o de la democracia, quien decide es el mercado” (Aznar, 1999). Cuando se aspira a ser “competitivo” en el mercado de la información, tiende a privilegiarse un periodismo de filtración que impacta en el espacio político por supuestas revelaciones, o un periodismo de tribunal en el que los comunicadores se erigen en jueces implacables de las figuras públicas, o un periodismo de declaración que difunde voces estridentes y polémicas con lo cual genera expectación entre las audiencias (Martínez, O. R., 2011: 24). Es decir: en el afán de visibilizarse dentro del mercado publicitario y ampliar sus ingresos, no pocos medios buscan hacer de la noticia un espectáculo cuya característica central es –más allá de explicar contextualizadamente la información de interés público– entretejer con breves y veloces dosis de informaciones fragmentadas en torno a hechos de carácter político y social.
- 4) *La incompetencia, el descuido o la improvisación de los periodistas*, que en otras palabras no es sino falta de profesionalismo, lo cual se patentiza en la recurrencia de errores por no corroborar hechos o contrastar fuentes, en ocasiones dada la premura, con lo que se generan desmentidos, réplicas o contrarréplicas. Con suma regularidad, esta circunstancia sin duda se asocia con la avidez o urgencia por publicar notas de alto impacto sociopolítico que –pasándose por alto mínimas exigencias ético-profesionales– permiten ganar audiencia y, por ende, publicidad y recursos económicos.

Descrito este panorama, una pregunta resulta indispensable: ¿por qué México sufre un severo rezago y llega tardíamente a la discusión, la reflexión y la instrumentación en materia de autorregulación periodística? Si hacemos un breve repaso, es posible subrayar que la vigencia de un sistema presidencial que impuso una rígida estructura de control tendiente a cooptar e inhibir el desarrollo político y periodístico –y cuya inercia de sujeción y beneficios recíprocos aún persiste y no logra disolverse plenamente– ha posibilitado la prevalencia de una prensa que aún no logra desterrar algunas de sus características medulares arraigadas desde hace más de medio siglo: *a)* acepta el patrocinio político al ayudar a dueños y editores a fortalecer su empresa periodística; *b)* condiciona la asignación de la publicidad oficial en función del tratamiento informativo y editorial; *c)* aplica la ley de manera discrecional y/o coyuntural, dependiendo igualmente de los términos de la cobertura mediática; *d)* le falta, por lo anterior, exactitud e imparcialidad; *e)* carece de referentes o fronteras éticas, por lo que no tiene presente el concepto de “conflicto de interés”; *f)* publica anuncios o desplegados sin advertir al público que se trata de información pagada, parcial e interesada; *g)* acepta fácilmente regalos y compensaciones, y *h)* con regularidad se presta a elogiar políticas gubernamentales y a sus funcionarios (Riva Palacio, 2004: 113).

Adicionalmente es preciso señalar que, como parte del referido contexto político, mediático y social, la gran mayoría de los dueños y directivos de los medios informativos han carecido de franca disposición para impulsar la capacitación y profesionalización periodísticas habida cuenta de que su preeminencia por el negocio acoge la información como mercancía y no como bien público.

Otra arista no menos relevante y preocupante la constituyen las irrisorias condiciones salariales y laborales en que los informadores ejercen su profesión. Dueños y directivos de los medios tienen la batuta debido a la “necesidad laboral” de periodistas, reporteros y colaboradores: se aprovechan de ello para otorgar ventajas, prestaciones o privilegios. El régimen laboral de los periodistas, por tanto, es un problema que posibilita la indefensión de los informadores frente a los empresarios mediáticos, lo que facilita una autocensura interesada. En opinión de Jorge Carpizo (1999 b: 749), debido a que en “diversos medios, dicho régimen laboral pareciera de finales del siglo XIX y comienzos del XX”, los profesionales del periodismo “deben tener un sistema de derechos y obligaciones precisos que les otorgue la seguridad y la tranquilidad que les permita desarrollar su labor con independencia, ética y profesionalismo”.

En tal sentido, Javier Darío Restrepo (2006) anota que “la gran revolución ética y de calidad del periodismo latinoamericano se hará cuando se introduzcan criterios de justicia para los salarios de los periodistas”.



Este contexto ha generado un caldo de cultivo propicio para el desarrollo de un periodismo acotado, condicionado, fragmentado, reactivo y por tanto alejado de afanes éticos y autorregulatorios. Y es que en medio de los entornos referidos ha sido imposible estimular o proponer hábitos o prácticas de crítica y autocrítica tendientes a la mejoría profesional.

Si en el terreno de los medios de comunicación han sido nimios los intentos por impulsar la profesionalización informativa, lo cierto es que la academia hasta los años noventa permaneció de alguna forma omisa en torno a la ética, la deontología y la autorregulación periodísticas. En realidad ha sido poco e intermitente el interés de los investigadores.

Hasta entonces, se carecía de parámetros éticos y, por ende, de estudios serios sobre estos asuntos que se tradujeran en bibliografía nacional suficiente. Por fortuna es a partir de los años noventa –justo cuando comienza la demanda por avanzar en estos linderos– que con mayor dinamismo salen a la luz obras que ofrecerían las primeras coordenadas dentro de la academia y el periodismo.

Los periodistas y académicos mexicanos cuyas aportaciones han empezado a significar un referente en la materia son: Julio Scherer, Raymundo Riva Palacio, Rafael Rodríguez Castañeda, Víctor Roura, Carlos Monsiváis, Raúl Trejo Delarbre y Ernesto Villanueva.

Julio Scherer fue uno de los primeros periodistas que desde los años ochenta tuvo el “atrevimiento” de escribir y publicar diversas experiencias personales a manera de memorias donde, al develar los entornos del poder y la prensa en México, ilustra las condiciones de ética periodística en distintos momentos. Del fundador de *Proceso* destacan particularmente obras tales como *Los presidentes* (1986), *El poder. Historias de familia* (1990), y *La terca memoria* (2008).

Otro periodista que ha contribuido de manera importante a indagar, reflexionar, escrutar y debatir sobre los intersticios de la ética en el periodismo mexicano ha sido, sin duda, Raymundo Riva Palacio quien desde finales de los ochenta y principios de los noventa comenzó a diseccionar dicho tema, primero en ensayos y artículos para la *Revista Mexicana de Comunicación* y en la revista *Este País*, y más tarde en dos libros: *Más allá de los límites. Ensayos para un nuevo periodismo* (1995), y *La prensa de los jardines. Fortalezas y debilidades de los medios en México* (2004). Otros tres periodistas cuyas obras han enriquecido el espectro bibliográfico en el tema que nos ocupa son Rafael Rodríguez Castañeda, con *Prensa vendida* (1993), Víctor Roura con *Cultura, ética y prensa* (2001) y *El apogeo de la mezquindad* (2012), y Carlos Monsiváis con *Tiempo de saber. Prensa y poder en México* (2003, en coautoría con Julio Scherer).

Finalmente es justo reconocer que los dos investigadores mexicanos que mayor rigor, tiempo y dedicación han invertido en estudiar, escrutar y analizar los diversos vericuetos de la ética, la deontología y la autorregulación del periodismo

tanto mexicano como de otros países son Raúl Trejo Delarbre y Ernesto Villanueva. El primero lo hizo, en un principio, desde varios espacios especializados de la prensa mexicana como *El Nacional*, *La Crónica de Hoy* y la revista *Etcétera*, y luego en varios libros, entre ellos: *Volver a los medios. De la crítica a la ética* (1997), y *Poderes salvajes* (2004). Ernesto Villanueva, por su parte, además de haber escrito varios ensayos para la *Revista Mexicana de Comunicación* en el segundo lustro de los noventa, es quien ha redactado el mayor número de libros –más de 10– sobre el tema de marras, entre los cuales destacan: *Códigos europeos de ética periodística* (1996), *Deontología informativa. Códigos de la prensa escrita en el mundo* (1999), *Ética de la radio y la televisión* (2000), *Autorregulación de la prensa* (2002), y *La defensoría de la audiencia* (2011).

Una interpretación puede desprenderse de esta breve aproximación a los aspectos subyacentes del rezago de la ética, la deontología y la autorregulación periodísticas en nuestro país: que la situación referida es atribuible a la falta de iniciativa, profesionalismo y arrojo de los periodistas en lo personal, y de los dueños mediáticos en lo colectivo, así como al soslayo de la academia y la sociedad civil organizada; o que tal realidad no es sino un espejo del sistema político mexicano cuyo rezago democrático se manifiesta en insanas relaciones entre la prensa y el poder.

Respecto de esto último, que no se disocia de la primera vertiente, Riva Palacio (2004: 115-116) sintetiza posibles salidas para renovar los vínculos entre los medios y el gobierno con el fin de sentar las bases legales que posibilitem un periodismo auténtico o ético: *a)* cancelar la propaganda política pagada que aparece como gacetillas; *b)* eliminar las gratificaciones o favores, llamados también embute; *c)* terminar con las políticas de privilegiar fiscalmente –con exención de impuestos– a algunos medios de comunicación; *d)* regular y transparentar la asignación publicitaria del gobierno federal y de los estados, y *e)* impulsar –con el respaldo del Congreso federal– un plan entre gobierno y directores de medios para destinar un porcentaje de ingresos a la transferencia tecnológica, capacitación profesional y mejoramiento de los salarios.

El panorama no es fácil pero tampoco resulta imposible de superar; cada vez hay más reporteros, editores, y directores preparados y con visión ética-profesional que aspiran a un periodismo menos dependiente y más crítico y cuestionador.

Sin lugar a dudas, el tradicional modelo de subordinación mediática al poder que estuvo vigente durante gran parte del siglo xx se ha ido modificando gracias a la osadía y la perseverancia de algunos periodistas y medios informativos (en especial la prensa), así como al despertar y respaldo de la sociedad civil cuyo nivel de exigencia y participación activa se ha acentuado en los últimos cuatro lustros.



En suma: si bien es preciso reconocer los avances de los medios informativos en el ejercicio de la libertad de expresión y su afán por el escrutinio de los poderes y por la deliberación pública, no puede desestimarse que el reto del periodismo mexicano se advierte inmenso: es del mismo tamaño que sus vicios cobijados por una estructura política que no acaba de extinguirse. Pese a ello, algunos reporteros, editores, columnistas y uno que otro directivo han comenzado a entender y sumarse a los propósitos de la autorregulación ética.