

La prensa en México

Una aproximación crítica*

Raymundo Riva Palacio**

The journalist Raymundo Riva Palacio presents an analysis of the present-day situation of the Mexican Press, describing how Mexico's economic restructuring of the country and the series of measures implemented by Carlos Salinas de Gortari's government to better control and administer its printing and propaganda expenses, made the media begin a process of reorganization and adjustment. The new dynamic undertaken with the proposals of Salinas' government could bring about as a consequence a new relationship between the press and the government, but this remains to be seen, since the press is one of the last institutions that will become democratic in Mexico.

A manera de introducción

Inamovible durante los tres primeros años del gobierno salinista, la prensa se convulsionó entre 1992 y 1994. Nuevos pro-

* Nota del editor: Una versión anterior de este artículo fue publicada en la *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 25, septiembre-octubre de 1992, bajo el título "La prensa mexicana, ¿controlada?". Otra versión del mismo trabajo se publicó por entregas en la revista *Este País*, números 27, 28 y 29, correspondientes a los meses de junio, julio y agosto de 1993.

** Subdirector editorial del periódico *Reforma*.

yectos tomaron forma y una serie de alianzas estratégicas se conformaron, sin soslayar un momento que la privatización de los medios de comunicación del Estado imprimió una nueva dinámica a las relaciones de los medios para con los medios, y de éstos frente al gobierno.

La reestructuración de la economía mexicana, que trajo consigo toda una serie de cambios estructurales en los patrones culturales, las relaciones laborales y la disponibilidad de recursos, tuvo un importante impacto hacia el interior de los medios, que entraron en un proceso de recomposición y reajuste para lo que, consideran, será una férrea competencia en los años venideros.

Al mismo tiempo, el gobierno del presidente Carlos Salinas de Gortari emprendió una serie de medidas que, tendientes al control y a la mejor administración de su gasto en prensa y propaganda, comenzó a golpear en las economías de los medios de comunicación mexicanos, iniciando una nueva etapa en que, para sobrevivir, los menos tendrán que realizar ajustes internos (laborales y en costos de producción), y los más, de cumplirse cabalmente las disposiciones emanadas del gobierno salinista, estarán destinados a morir.

Finalmente, la institución de la prensa en México, que se había mantenido al margen de la gran reforma nacional, empezó a sumergirse en ella, sin tener claro quiénes serán los ganadores, quiénes los perdedores, quiénes saldrán adelante, quiénes se quedarán en el camino, y si la dinámica iniciada traerá una nueva relación prensa-gobierno de manera natural o si ésta, dados los sacudimientos observados, se podrá acelerar más allá de los deseos de la misma prensa o el gobierno.

Un mal comienzo

Poco después de que Carlos Salinas de Gortari fuera nominado como candidato presidencial del Partido Revolucionario Institucional (PRI) en octubre de 1987, uno de sus principales con-

sejeros de prensa le aseguró eufórico que se introducirían una serie de cambios radicales en las relaciones prensa-gobierno. "Las vamos a limpiar", dijo el consejero. "Tendremos relaciones más claras y honestas con la prensa".

Sin embargo, al paso del tiempo nada cambió. Los consejeros políticos de Salinas consideraban que su candidatura había sido débil y si se intentaban realizar cambios en las relaciones con la prensa, se producirían tensiones que podrían ser aprovechadas por los enemigos de Salinas. "En el momento en que estemos en el poder, cambiaremos nuestra relación con la prensa", dijo un importante consejero político salinista.

La contienda electoral de 1988 fue sumamente reñida. Las divisiones del PRI ocasionaron problemas a un sistema político relativamente estable. Amplias denuncias contra el supuesto fraude obscurecieron los comicios. Carlos Salinas de Gortari tomó posesión de su cargo el primero de diciembre de 1988, como uno de los presidentes más débiles en la historia al iniciar una nueva gestión. Pero una vez en el poder, comenzó a sacudir al sistema político mexicano.

Intensificó la reforma económica iniciada por su antecesor, Miguel de la Madrid, y sus políticas de reforma atacaron prácticamente todo el sistema político mexicano. Las estructuras políticas y socioeconómicas fueron afectadas en diversos niveles. El gobierno salinista se enfrentó a los sindicatos, a los narcotraficantes, a los comerciantes, a los industriales, y a los evasores de impuestos.

La única institución que no resultó alterada en aquella embestida de los dos primeros años fue la prensa. Uno de los sindicatos que se mantuvo sin problemas durante toda la recomposición sindical en el país fue la Unión de Voceadores de México, que tiene el control sobre la distribución directa de periódicos y revistas en la ciudad de México.

Una interpretación de tal actitud es que la prensa no jugaba un papel importante en sus reformas económicas, pues si Salinas se hubiera embarcado en un cambio radical en la relación gobierno-prensa, sus enemigos hubieran encontrado quizás bases sólidas para atacarlo. Otra explicación posible es que los

cambios radicales en tal relación sólo pudieran concebirse dentro de una reforma política profunda, que Salinas no estaba listo o dispuesto a hacer.

En todo caso, la prensa sirvió para los fines del gobierno salinista. Prensa, radio y televisión, salvo excepciones, fueron mantenidas bajo un control variable con relación a las formas de propiedad en la fuente original de los propios medios. Es decir, el control sobre radio y televisión es muy superior al que se puede ejercer sobre la prensa porque se manejan bajo el régimen de concesiones donde el gobierno es el que las otorga en forma discrecional, lo que le da el mismo derecho a retirarlas o no renovarlas.¹ No es así con la prensa escrita, donde la legislación no le otorga ningún privilegio al gobierno sobre ella.

De cualquier manera, Salinas tuvo que mantener a la prensa bajo control como un medio político para transmitir mensajes muy individualizados o sectoriales, sin importar que fuera a los "altamente informados o a los totalmente ignorantes, a los más poderosos o a los que carecen totalmente de poder, a los altamente involucrados o a los felizmente indiferentes", porque en la transición a una economía de mercado libre, la falta de consenso habría debilitado las estructuras tradicionales del autoritarismo mexicano, que ya había desafiado los intereses grupales, descentralizando la toma de decisiones y erosionando la organización social corporativista.

En este sentido, el presidente Salinas hizo uso de la prensa para establecer una comunicación en dos vías: a nivel masivo, el gobierno empleó a la radio y la televisión mediante un férreo control que, cuando comenzó a evaporarse, principalmente con la radio a fines de 1992 y principios de 1993, empleó la imposición y la amenaza sutil,² para comunicarse con las élites, el gobierno usó la prensa escrita, y particularmente las columnas

1. *Ley Federal de Radio y Televisión.*
2. Muestra de ello es la salida, en otoño de 1991, del conductor José Cárdenas del noticiario *Enfoque Financiero*, de Stereo Cien, como también lo fue el despido del comentarista Jorge Castañeda de Radio Red (1992), y su reciente alejamiento de *Enfoque Financiero*.

políticas de los principales periódicos de la ciudad de México, en un fenómeno sociológico sin parangón.

Orientación de los medios

En América Latina se han dado diferentes formas de ejercer una sutil intervención y control por parte de los gobiernos sobre la prensa. Como señalan Salwen y Garrison, frecuentemente se emplea el ejemplo de México para ilustrar cómo un gobierno ha “institucionalizado” en forma legal el manejo de los medios de comunicación a través de una red sutil de intervención. Algunos académicos estadounidenses consideran que México es una nación que no se caracteriza por gozar de “libertad de prensa”, o por censurar, sino por una estricta “orientación de los medios”. Se ha dicho que México casi ha institucionalizado la práctica de comprometer a los medios mediante el soborno indirecto, al inscribir a periodistas en la nómina del gobierno, al mantener el control del papel periódico y por usar su considerable poder sobre el sector económico para bloquear inserciones pagadas a los medios críticos.

Los periodistas gozan de una libertad de prensa “relativa”, sobre todo en los medios de comunicación impresos. Sin embargo, dista de estar en un nivel deseable. Inclusive, hasta 1980 la falta de libertad de prensa ubicó a México al lado de países como Bangladesh, Kuwait y Mónaco.

El control del gobierno mexicano sobre la prensa es muy sofisticado, dentro del marco de un sistema político muy particular que ha durado más de 60 años.

“México no es una dictadura”, dice el veterano articulista Miguel Angel Granados Chapa. “Y sin embargo, es más fácil luchar por la democracia en contra de un brutal dictador, porque en ese caso está claro lo que hay que hacer. Desde luego, ¿cómo lucha uno por la democracia cuando su país ya es ostensiblemente democrático?”. De esta forma, Granados Chapa define la parte medular del debate acerca de la relación prensa-gobier-

no en México, llena de mitos y realidades, verdades y mentiras a medias.

La Constitución mexicana protege la libertad de expresión y esa libertad es ampliamente respetada en México: se puede hablar libremente sin temor a ser encarcelado. Es posible criticar a funcionarios e instituciones gubernamentales, con tal de que no se les insulte, se viole la ley ni se altere el orden civil.

Desde luego, eso no quiere decir que los mexicanos gocen de una prensa libre o siquiera de libertad de expresión. De muchas maneras, la cuestión de libertad de prensa en México es compleja. No hay censores en la prensa mexicana; sin embargo, existe la censura. El mecanismo generalmente empleado para suprimir el pensamiento no es la censura gubernamental, sino el gran padecimiento de la autocensura.

La prensa mexicana nunca funciona como puente entre quienes gobiernan y quienes son gobernados, ni es espejo de la sociedad. Es el medio por el cual las élites 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. En síntesis, la mayor parte de los medios está lejos de ser libre.

Pocos ejemplares, grandes negocios

La prensa del Distrito Federal, por ubicarse en un punto, exhibe una característica intrigante. Por raro que suene, aunque su tiraje sea reducido, la prensa como empresa es un gran negocio. Veamos, por ejemplo, el caso de un periódico de la ciudad de México, con un tiraje de 5 000 ejemplares en 1989 y que obtuvo ganancias por un millón de dólares en el primer trimestre de 1989. ¿Cómo es posible? ¿Cómo puede ser que este periódico que se dice "nacional" y que cuenta con más de 250 empleados, sea una operación rentable?

Aquel periódico es uno de los casi 250 que circulan en todo México que reciben la mayor parte de sus ingresos por medio de inserciones pagadas a cuenta del gobierno, que figura como el más grande anunciante en México. El gobierno y muchos políticos mexicanos compran espacios —en forma de gacetillas— para publicitarse, reproducir discursos, o promover sus acciones. Desde luego, los periódicos nunca avisan a sus lectores que lo que leen es propaganda pagada. Tal vez los lectores creen que están leyendo noticias cuando, de hecho, no lo son. El gobierno, los políticos, y un creciente número de empresas y comerciantes pagan a los periódicos para que publiquen su propaganda o publicidad bajo el disfraz de información noticiosa. Así, los políticos del régimen pueden comprar casi todo lo que quieren.

El mecanismo es de tan grandes proporciones que, incluso, los periódicos venden espacio en la portada. En la jerga periodística este espacio se llama “cien líneas ágatas” (una medida tipográfica), lo que quiere decir que venden dos párrafos, más el encabezado y los subtítulos. El costo promedio para un espacio así se calcula en no menos de 30 000 dólares. Los desplegados son más caros que los anuncios comerciales, y si se contratan a última hora, pueden costar hasta 90% más.

Los lectores mexicanos constantemente son engañados con esa práctica. Es normal que se lea en un periódico capitalino que el gobernador retirado de un estado nortero inauguró una escuela primaria; o que el gobernador de otro estado envió al presidente de la República un saludo en ocasión de la visita al extranjero de este último; o que un importante funcionario presentó un discurso ante una organización hasta ese momento desconocida; o que la esposa de un miembro del gabinete inició la campaña de la Cruz Roja.

Algunos periódicos identifican las gacetillas mediante otra forma de letra, diferente a la usada en artículos noticiosos normales, o con itálicas. 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. Hoy en día, en la ciudad de México sólo el periódico *El Financiero* identifica cuando una información es en realidad propaganda. Un escaso número de periódicos en el resto del país hace lo mismo.

Esta práctica ha propiciado la confusión en innumerables ocasiones, y un lector cuidadoso encuentra fácilmente las contradicciones en la misma página del mismo periódico, como por ejemplo en el siguiente caso tomado de *La Jornada* el 27 de julio de 1991, un día después de que estalló la violencia en la Cámara de Diputados en Guerrero. El reportaje, escrito por su corresponsal, José Manuel Benítez, describió el suceso de la siguiente manera:

Mientras habló el alcalde de Petatlán, Francisco Chavarría Valdeolivar ante el Congreso local para contestar acusaciones de transferencia ilícita de fondos y uso de recursos y equipo del gobierno para uso propio, los diputados del PRI insultaron a la oposición y la policía desalojó a los diputados electos de la oposición con lujo de fuerza.

La versión oficial del suceso, que salió publicada justo al lado de ese texto, estableció lo siguiente:

El alcalde de Petatlán, Francisco Chavarría Valdeolivar, habló ante el Congreso local, aunque los diputados de la oposición no pudieron comprobar ninguna de las acusaciones de las cuales lo culpan.

Mientras hablaba Chavarría Valdeolivar, el diputado del PRD, Félix Salgado Macedonio, insultaba al orador y miembros del Congreso para que boicotearan la sesión. El orador pidió tres veces que cesara la agresión para poder seguir adelante con la sesión.

Esos ejemplos no son la excepción sino la regla en un ambiente en el cual la prensa no juega un papel de servicio a los lectores. La razón por la cual el gobierno utiliza muy frecuentemente esta práctica radica en la necesidad de crear realidades políticas y desdibujar la realidad cotidiana, de emplear la propaganda no sólo como una forma de manipulación, sino con

el propósito de crear una respuesta de aquellas personas que reciben ese compacto informativo.

La mayoría de la prensa en México inculca al público contra la realidad, creando una especie de cordón sanitario entre la realidad y la ficción. Por su parte, el gobierno mexicano ha hecho un uso indiscriminado de recursos federales para esos propósitos, imposibles de empatar por las fuerzas políticas de oposición que resultan afectadas por la propaganda diseminada.

Si el gobierno retirara sus anuncios a los periódicos y revistas, la mayoría podría dejar de existir, al no tener suficiente circulación ni publicidad privada que los pudiera mantener. Según cifras de circulación divulgadas en el directorio de medios mexicanos en 1990, el tiraje diario combinado de los 25 periódicos capitalinos fue de 2 916 625 ejemplares. El periodista e investigador Raúl Trejo Delarbre informó en 1990 en un suplemento de la revista *Nexos* que la verdadera cifra fue de 731 000. Las dos cifras incluyen periódicos deportivos y los dedicados al escándalo sexual que conforman casi la mitad de los tirajes en cada encuesta.

De acuerdo con las cifras de Trejo Delarbre, los nueve periódicos principales de la ciudad de México, medidos empíricamente por su antigüedad e impacto, tienen un tiraje combinado de 274 000 ejemplares, 4 000 menos que los que imprime diariamente el *San Jose Mercury News*, de California, que es el trigésimo sexto periódico más importante en Estados Unidos en términos de circulación. Una relación adicional que maneja confidencialmente el gobierno mexicano, ubica el tiraje combinado de esos nueve medios en 550 315 ejemplares, que serían 12 000 menos que el *San Francisco Chronicle*, ubicado en el lugar nueve de Estados Unidos en términos de circulación.

En México siempre se dan disputas y polémicas con respecto a los tirajes de circulación, dado que no existen auditorías oficiales que den cifras confiables. De la misma manera que se carece de una metodología para medir la circulación y penetración, las agencias de publicidad tampoco ejercen gran presión sobre los medios para proporcionar cifras verdaderas sobre su tiraje y distribución. El resultado final es que, con esos tirajes,

los periódicos mexicanos realmente no forman opinión pública, pero ayudan al gobierno a formar opinión política.

Esa función asignada y aceptada por ambas partes explica el porqué la mayoría de los periódicos no depende de los anunciantes privados. Pero claro, en el transcurso de este proceso, los periódicos y periodistas son altamente susceptibles a caer en un juego por parte del gobierno donde privan la coerción y el chantaje públicos.

Los funcionarios pueden amenazar con retirar gacetillas y desplegados si el periódico o el periodista se niegan a publicar lo que ellos quieran que se difunda o, más común, si se niegan a suprimir lo que desean. El presidente José López Portillo puso fin a las inserciones pagadas del gobierno en las revistas *Proceso* y *Crítica Política*, que censuraban sus políticas a principios de los ochenta. *Proceso* logró sobrevivir mediante ingresos por concepto de anuncios comerciales, pero *Crítica Política* dejó de aparecer. El presidente Miguel de la Madrid retiró todas las inserciones pagadas del gobierno al periódico *El Financiero* porque los funcionarios no estaban a gusto con la forma como cubría las negociaciones sobre la deuda externa. El presidente Salinas siguió la pauta y además no autorizó que reporteros de ese diario viajaran con él en sus giras, con una sola excepción en octubre de 1989. *El Financiero* siguió sosteniéndose por la venta de anuncios al sector privado y a fines de 1992, cuando la Presidencia de la República inició la práctica de que en viajes internacionales los medios pagarían sus costos de hospedaje, alimentación y transporte, reanudó la cobertura de aquellas giras que más le interesaron.

Gratificaciones y favores

En todo México sólo unos cuantos medios de comunicación funcionan en forma independiente. En la mayoría de los casos los directores y reporteros siguen los designios oficiales. Los reporteros buscan anuncios pagados del gobierno porque reciben una comisión por cada anuncio o inserción pagada de

cualquier dependencia. Los reporteros luchan entre sí en la redacción para conseguir la “mejor” fuente, pero no desde el punto de vista de la calidad o importancia de la información, sino de la propaganda política, debido a que es su principal fuente de ingresos personales.

Los dueños de periódicos otorgan a los reporteros entre 5% y 12% de comisión por la publicidad que ingresen, lo que les permite pagarles bajos salarios. Los anuncios comerciales de empresas privadas normalmente se manejan a través del departamento de publicidad de cada medio.

El esquema de comisiones de publicidad para los reporteros 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 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, pues establecen una relación viciada y prejuiciada con sus fuentes de información. Por supuesto, los funcionarios promueven esta práctica puesto que así pueden controlar mejor la información.

Los desplegados no son la única forma de censura. Los funcionarios promueven el otorgamiento de gratificaciones para los periodistas. La más común es una comisión, conocida como *embute* o *chayote* en la jerga periodística mexicana. Los *embutes* generalmente se entregan a los periodistas en un sobre cerrado, y los funcionarios de prensa y políticos se lo refieren como una “ayuda” para mejorar el salario del periodista. Esas comisiones pueden darse cada mes a un reportero que cubre una fuente o durante giras de funcionarios públicos. La cantidad depende de la fuente, pero suele oscilar entre un mínimo de 20 dólares hasta 2 000 dólares.

En el sexenio pasado, un funcionario de la Presidencia se ufanaba de que en los Pinos se había roto con esa práctica, y ya no daban dinero a los periodistas en la gestión salinista. Tenía

razón, pero sólo desde un punto de vista formal. El personal de la Oficina de Prensa de la Presidencia a su cargo pedía a los políticos que dieran dinero a los periodistas que acompañaran al presidente en sus viajes. Durante un viaje al estado de Nayarit en el verano de 1990, un funcionario local de prensa auspició un banquete para 300 personas y facilitó prostitutas a cualquier periodista que las pidiera, según revelaron después algunos reporteros que lo atestiguaron. Durante la campaña presidencial de Salinas, el equipo de prensa del PRI alquilaba clubes nocturnos para su uso después de horas de trabajo.

Vale la pena mencionar que en esa época los periodistas viajaban gratis con el presidente y funcionarios gubernamentales en aviones del gobierno o comerciales con boletos pagados por el gobierno, se alojaban en hoteles de cinco estrellas y gozaban de alimentos gratuitos y comunicación telefónica —lo que siguió sucediendo— sin costo alguno a cualquier parte del mundo. Aunque no se sabe si el presidente Salinas estaba enterado de esa práctica, difícilmente uno podría creer que no estuviese al tanto de ella. En el último de los casos, importantes funcionarios del gobierno han cerrado sus ojos ante esto.

Un fenómeno similar pasa con los directores de medios, todos saben de la corrupción, y un buen número de ellos dejan que los reporteros acepten el dinero como otro mecanismo indirecto de subsidio que compensa los bajos salarios que pagan la mayoría de los medios. Sin embargo, en algunos casos, directores y editores han despedido a reporteros cuando se ha vuelto de conocimiento público haber aceptado esa gratificación. 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.

Nadie sabe a ciencia cierta el monto total de las partidas del gobierno para gacetillas o comisiones. Desde luego, algunas cifras pueden darnos una idea mínima de lo que estamos hablando. El presupuesto de 1989 para prensa y propaganda del estado de Chiapas, uno de los más pobres de México, alcanzó los 4 millones de dólares. En 1988 el quinto presupuesto para

prensa y propaganda más grande correspondió al estado de México, con alrededor de 10 millones de dólares. Esos presupuestos se han reducido en los últimos años, pero aún así persisten altos gastos en materia de propaganda, como el presupuesto de la Secretaría de Turismo para 1993, en el renglón de prensa únicamente, que ascendía a 100 000 dólares.

Aparte del dinero presupuestado, se da el que se encuentra fuera de control administrativo y sobre el cual es muy difícil mantener un registro. Los políticos, por ejemplo, llegan a regalar coches último modelo a los periodistas, o pagan vacaciones en Europa para el periodista y su familia. En una ocasión, un gobernador estatal pagó 40 000 dólares al director de un periódico para que eliminara una nota negativa sobre su figura.

Armas escondidas

Los controles sobre la prensa llevan diversas máscaras. Por mucho tiempo una de las ideas en boga fue que el gobierno ejercía un fuerte control sobre la prensa a través del suministro de papel periódico, que se vende por conducto de la empresa Productora e Importadora de Papel S.A. (PIPSA). Esta empresa se fundó en 1935 y tiene toda la apariencia de una cooperativa escandinava de consumo que vende papel a periódicos a precios de mayoreo, sin asumir los impuestos de importación, y también lo clasifica y almacena.

Si bien es cierto que ésta es un arma importante que podría emplearse contra la prensa, no se ha utilizado mucho por parte del gobierno. El último caso conocido del uso de papel periódico como un medio de presión directa fue en 1976, cuando PIPSA se negó a vender esa materia prima a la revista *Proceso* para la edición de su primer número en noviembre de ese año. Los editores tuvieron que pedir prestado *stock* de papel a periódicos amigos o comprarlo en el mercado negro. Aunque el hecho ocurrió hace varios años, eso no quiere decir que el gobierno no utilice hoy a PIPSA como instrumento para controlar la prensa, aunque lo hace, paradójicamente, mediante la

amenaza de desaparecer esta empresa. Muchos periódicos entrarían en bancarrota si PIPSA cerrara y tuviera que pagar sus deudas, toda vez que, según fuentes del gobierno, algunos periódicos sanean sus finanzas mediante la venta de papel periódico en el mercado negro.

Cuando el ex presidente Salinas propuso liquidar a PIPSA en julio de 1989, los directores de varios periódicos pidieron al gobierno que no lo hiciera. Varios fueron los argumentos planteados, inclusive que el sector editorial sufriría considerablemente si fuera abandonado en un ambiente de mercado libre. El entonces presidente Carlos Salinas decidió no cerrar PIPSA, pero sí permitió la importación de papel periódico.

Así, los directores demostraron su debilidad ante Salinas, tal como lo habían hecho en el pasado, y le dieron al gobierno una herramienta más para controlar la prensa: La sutil amenaza de dejarlos expuestos al mercado libre. Salinas optó por no antagonizar con ellos, pero les pidió que le manifestaran ese deseo por escrito, un documento que sirve, implícitamente, como herramienta de presión.

La interdependencia entre prensa y gobierno rebasa por mucho las fronteras profesionales. Los arreglos entre ambos sectores traspasan frecuentemente las líneas de la ética y la responsabilidad social, por parte de los periodistas, y de la manipulación convertida en instrumento de corrupción, por parte de los políticos. Para esto se dan una variedad de matices.

Los directores y reporteros son empleados por los políticos para servir como sus consejeros de relaciones públicas, sin que los periodistas renuncien a sus trabajos. Un ex procurador general del Distrito Federal decidió no regalar más dinero a los periodistas, pero su dependencia ayudaba a cualquier reportero que pidiera que determinadas personas fueran ex carceladas. Aunque se limitaba a delitos criminales menores, la oficina del ex procurador general proporcionaba este tipo de servicio dos veces al mes, para que el periodista pudiera cobrar a la familia del preso por sus servicios. En otro caso, un destacado funcionario de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes obtuvo la nota principal en la primera plana de uno de los periódicos

más importantes del país, a cambio de una línea telefónica para la casa de descanso de fin de semana de un subdirector de ese diario.

El gobierno de Carlos Salinas intentó diversas fórmulas para buscar una relación diferente con los medios y los periodistas. El caso de PIPSA desnudó a los dueños de medios en cuanto a limitaciones de negociación política con el gobierno; pero otra propuesta gubernamental, también en el primer año de Salinas, sobre la creación de un instituto verificador de circulación, enseñó el temor de la prensa escrita por dar a conocer sus tirajes. Ese organismo no ha comenzado a operar porque menos de tres periódicos se han mostrado interesados en que funcione. El gran resto ha soslayado los llamados para su integración y no han cooperado en la forma y en los procedimientos bajo los cuales podría nacer. Esa propuesta, sin embargo, no fue la única en fracasar. El ex presidente Salinas propuso un número limitado de becas para periodistas y otra cantidad limitada de viviendas de interés social. Esas iniciativas, que el gobierno enmarcó dentro del Programa Nacional de Solidaridad, se hundieron en el olvido pues si bien es cierto que el gremio periodístico no se organizó debidamente para esos fines, también es cierto que el haber dado cuerpo a esas acciones dentro del programa presidencial de Salinas provocó escozor entre periodistas y una desconfianza derivada de la poca credibilidad que goza el gobierno, en general, en el gremio.

No deja de ser paradójico este tipo de relación, puesto que aún por encima de la falta de credibilidad en el gobierno, un buen número de periodistas son beneficiados por prebendas y privilegios que les dispensan las autoridades. Esto permite elaborar una hipótesis de trabajo sobre la dinámica de las relaciones funcionarios-periodistas, donde se ha venido alimentando un esquema de trabajo tipo mercenario, carente de principios y en plena anomia periodística, donde el valor supremo es el dinero que el funcionario está dispuesto a dar. Obviamente, lo que prevalece es una relación de simulaciones y dobles juegos, donde la actividad profesional queda reducida a un juego de intereses económicos y mercantiles.

Sin poder abstraerse de esa lógica, el gobierno de Salinas también recogió una vieja demanda de los periodistas, y estableció en 1992 un salario mínimo profesional para los trabajadores de los medios. Fuertemente criticado por diversos sectores del gremio, particularmente en la ciudad de México, la intención primaria era la de poner un piso a los bajos salarios. La medida trajo como consecuencia despidos en diversos medios, así como reacomodos en las estructuras, donde algunas empresas reorganizaron sus políticas de comisiones por publicidad a los reporteros. Sin embargo, lo más dramático de la medida fue que el salario mínimo profesional no ayudó a empujar hacia arriba al resto de los salarios, ni trajo como consecuencia una mejora en general.

Tampoco, por supuesto, redujo los niveles de corrupción donde una hipótesis de trabajo adicional puede plantear que este fenómeno no tiene una correlación directa con los salarios, sino con patrones culturales y educativos. El discurso gubernamental del salinismo tuvo como línea conducente que las medidas presidenciales llevarían a eliminar la corrupción y tener un mejor periodismo. Y en ese contexto se incluye el anuncio realizado en el otoño de 1992 que en las giras presidenciales los medios tendrían que sufragar todos sus gastos, lo cual se amplió a giras internacionales en 1993. Asimismo, enmarcan una serie de lineamientos anunciados en diciembre de 1992, donde se informó que el gobierno reduciría 50% sus gastos de prensa y propaganda, y las dependencias gubernamentales tendrían que comprobar, mediante recibos, todo el dinero que fuera entregado a los periodistas.

Las medidas, sin embargo, no hicieron de la corrupción o la manipulación de la prensa una actividad ilegal, o siquiera ilegítima. Sencillamente, hicieron una readecuación administrativa para el mejor control de sus gastos. Esta determinación, si bien inhibe la corrupción, no causó el mayor rechazo entre la prensa sino entre los propios responsables gubernamentales de tratar con los medios, acostumbrados a manejar información e imágenes en la prensa por la vía de las inserciones pagadas

(gacetillas), y no como resultado de una eficiente política de comunicación.

Los lineamientos, que debían haberse convertido en reglamento en la primavera de 1993, no se pusieron en vigor, fundamentalmente por la falta de consenso en el gabinete salinista sobre los costos y beneficios de la medida. Uno de los criterios que prevaleció sobre aquellos miembros del gabinete que apoyaron la medida —entre ellos los secretarios de Gobernación, Patrocinio González Garrido; de Hacienda, Pedro Aspe; y de la Contraloría, María Elena Vázquez Nava— fue que algunos dueños y directores de medios expresaron a la Presidencia de la República que la decisión de recortar a la mitad los gastos de publicidad sólo era un intento porque desaparecieran. Efectivamente, si se hubiese aplicado con rigor la medida, un buen número de medios estaría condenado a morir pues su principal fuente de ingresos es la publicidad política (la propaganda-gacetillas) que paga el gobierno en la prensa.

Otro problema que surgió en contra de los lineamientos fue la oposición de importantes funcionarios, como el alcalde de la ciudad de México, Manuel Camacho Solís, del secretario de Agricultura, el influyente político Carlos Hank González, y de diversos sectores del PRI que se mostraban reacios a dejar de utilizar recursos sin límite en prensa y propaganda en forma unilateral. El conflicto hacia el interior del aparato gubernamental no respondía realmente a un choque sobre diferentes concepciones de la prensa, sino a la batalla por cotos y territorios políticos entre los grupos y facciones del sistema político mexicano, que veían en la pérdida de posiciones en la prensa la pérdida de su poder.

¿Hay salidas?

En 1974 un grupo de académicos estadounidenses visitó la ciudad de México para platicar con algunos directores y editores de periódicos. Las críticas que escucharon entonces las escucharían otra vez ahora si volvieran a formular las mismas

preguntas. La visión global de la prensa capitalina está lejos de ser alentadora. Los nuevos problemas son iguales a los de antaño, aunque la percepción social sobre la prensa y su repercusión es distinta.

Algunas características de la prensa mexicana son las siguientes:

- Acepta el patrocinio político, pues ayuda a los editores y directores a lograr éxito financiero.
- Es un foro para una élite educada.
- Le falta exactitud e imparcialidad.
- No tiene fronteras éticas. Por lo tanto, el concepto del conflicto de intereses es casi inexistente.
- Publica anuncios o desplegados cuestionables.
- Acepta fácilmente “regalitos” y gratificaciones.
- Con frecuencia se presta demasiado a publicar elogios sobre los funcionarios y políticas gubernamentales.

Fácilmente se podría hacer una analogía entre la prensa mexicana de fines del siglo XX y la estadounidense de hace 100 años. Muestran las mismas características y deficiencias. Una razón detrás del subdesarrollo de la prensa mexicana se encuentra en los problemas estructurales que abarcan desde una información limitada y problemas de falta de capacitación, al mal uso de los recursos y un comportamiento aislacionista.

La mayor parte de los directores y editores se educaron en la vieja escuela del periodismo, donde las declaraciones eran más importantes que los hechos. Este entrenamiento produjo un patrón informativo en el cual abunda la retórica y la falta de información. Los discursos, declaraciones y boletines de prensa llenan las páginas de los diarios. La confusión informativa, por supuesto, da como resultado una desinformación masiva.

En su mayoría, los periódicos se quedan rezagados respecto a muchos de sus similares en distintas regiones del mundo. Como lo hacía la prensa estadounidense del siglo pasado, cada día los medios en la ciudad de México publican más de diez artículos en la primera plana —el caso clásico es *Excélsior*, que

por lo común publica un promedio de 15 notas en su primera página—.

La tecnología es otro asunto sobre el cual la prensa capitalina no se ha preocupado demasiado y en el que se quedó atrás en comparación con muchos periódicos latinoamericanos. Las computadoras llegaron a las salas de prensa a mediados de los ochenta, pero ningún periódico del Distrito Federal tiene todavía un proceso productivo completamente computarizado. Y no es, necesariamente, por falta de recursos en todos los casos.

Una explicación se podría encontrar en la brecha generacional. La mayor parte de los directores y editores fueron educados en un entorno periodístico totalmente diferente, cuando los satélites todavía no habían dejado sus huellas en el proceso de transmisión y la comunicación global sólo existía en la cabeza de Marshall McLuhan. Los directores y editores de seis de los nueve principales periódicos capitalinos fueron educados y entrenados en el ambiente laboral de fines de los años sesenta, cuando la técnica del reportaje venía de la época de la posguerra. La introducción de las nuevas tecnologías en el proceso informático todavía no los ha impresionado realmente, y no han modificado su concepción de lo que la gente espera de los periódicos. En el pasado sus métodos pudieron haber sido eficientes, más allá de si eran o no de calidad. Hoy no tienen calidad y ya no son eficientes. Los jóvenes directores presionan desde dentro para promover el cambio, pero no tendrán éxito a menos que haya una transformación global en la prensa mexicana y eso está ligado a lo que suceda en la relación prensa-gobierno.

Sin guardar muchas diferencias con los regímenes latinoamericanos, en su empeño por silenciar a una prensa crítica el gobierno mexicano también ejerce un estilo sutil, no duramente autoritario, de injerencia en los asuntos de prensa. Sin embargo, hay que decir que el gobierno mexicano en realidad no enfrenta a una prensa crítica. Los que criticaban a Salinas cuando era presidente constituían un pequeñísimo sector de la sociedad. Esos medios de comunicación difícilmente obligarían a un

cambio de política o a revertir decisiones. Los gobiernos anteriores hallaron a una prensa todavía menos crítica.

El gobierno mexicano ejerce un control casi total sobre lo que se publica. No tiene que luchar mucho por lograr su objetivo, debido a que la prensa no está dispuesta a perder sus operaciones lucrativas; prefiere que se mantenga el *statu quo* porque no puede soportar la competencia abierta.

Para cambiar la situación actual el gobierno podría introducir algunas medidas.

1. Poner fin a toda la propaganda política pagada en los periódicos, que aparece como gacetillas.
2. Eliminar las gratificaciones y favores.
3. Terminar con las políticas de preferencia fiscal o exención de pago de impuestos.
4. Hacer que los subsidios sean transparentes y limpios. Es decir, entregar la publicidad a los periódicos según el tiraje. Por tanto, se requieren auditorías independientes de tiraje.
5. La asignación de recursos debe corresponder al Congreso. Puede haber un plan adicional que se elabore entre el gobierno y los directores de periódicos para dedicar un porcentaje de ingresos para la transferencia de tecnología, capacitación y mejoramiento de los salarios.
6. En ese momento y no antes se deberán llevar a la práctica los artículos seis (libertad de expresión) y siete (libertad de prensa) constitucionales para reglamentar la relación entre el gobierno y la prensa con la sociedad.

Los que abogan por la reforma enfrentan el desafío del gobierno, pero éste ¿pondrá su casa en orden?, ¿cancelará los desplegados, los favores y las gratificaciones?, ¿permitirá la libertad de prensa como regla, no como excepción?

Si el gobierno experimenta el cambio enfrentará un escenario en el que la mayor parte de los periódicos y revistas desaparecerán, y los que sobrevivan entrarán en una dura lucha

por el mercado. La calidad periodística mejorará al igual que su independencia del sector oficial. La prensa reforzará las ideas democráticas, tal como pasó tras los regímenes autoritarios en Nicaragua (1979) o en Chile (1988), y los funcionarios más importantes ya no la podrán manipular tan fácilmente.

Este era un dilema para el régimen salinista y lo es ahora para el de Zedillo y lo será para los que sigan, porque desarrollar ese esquema no sólo afectaría la política del gobierno central respecto a la prensa y el público, sino que sacudiría a los políticos y gobiernos estatales. Por supuesto cambiaría la forma de hacer política en México, y uno de los primeros resultados será el largamente esperado régimen de pesos y contrapesos que tanta falta hace en el sistema político mexicano.

De esa manera, el balance del poder cambiaría y la prensa podría vigilar la actuación del sector oficial. Sería un gran paso para la democracia mexicana. Desgraciadamente es difícil predecir tal salida en el futuro próximo. Sí se podría augurar el triunfo de la voluntad de cambio. En ese sentido, la prensa mexicana será una de las últimas instituciones que se democratizan en México.

Un epílogo

Hay una serie de factores que permiten aclarar el panorama en forma más promisorio. Primero, cada vez hay más directores, editores y reporteros que rechazan este tipo de relación con el gobierno. Periodistas de base luchan en sus medios en favor de los cambios. Hay cada vez más reporteros mejor preparados que trabajan con esta perspectiva periodística. Desde luego, no se debe olvidar que todavía son una minoría. Pero un cambio generacional se avecina. ¿Qué tan rápido y qué tan profundo será? Es difícil decirlo.

Por otra parte, el destino está alcanzando a los medios y las sacudidas a que han estado sujetos los últimos años no son resultado de lo fortuito o lo casuístico. La reforma económica del ex presidente Salinas de Gortari comenzó a afectarlos en

varios sentidos. De las repercusiones de esa reforma quizás el adelgazamiento del Estado sea el mayor trastorno en el mediano y largo plazo, ya que lo lleva a tener menos recursos para repartir entre la prensa. Un resultado inmediato es la reducción a 50% de los presupuestos de publicidad, lo cual deberá ir desarmando el andamiaje irreal en que se apoyaban los periódicos.

La apertura hacia una economía global y la privatización de los medios de producción tampoco pueden pasarse por alto. Por un lado, en el proceso de reacomodo bajo las nuevas reglas del mercado donde la eficiencia marcará el ritmo de su éxito o sus problemas, el sector privado cuidará los presupuestos dedicados a la prensa y relaciones públicas, y buscará aquellos medios que sean vehículos óptimos para sus productos sin más atavismos que los inherentes al libre mercado, los anunciantes privados se verán forzados a identificar la penetración de los medios y el mercado de lectores al cual llegan, a fin de saber dónde tendrá mayor receptividad su publicidad. Esto llevará a establecer un control sobre los tirajes y la penetración de la prensa escrita, que es donde se resentirán los efectos de la apertura en el corto plazo. A su vez, ello obligará a los periódicos no sólo a incrementar su circulación, sino a mejorar la calidad del producto entregado a los lectores. Para ello, los medios requerirán tener mejores periodistas, a quienes sólo tendrán acceso por vía de mejores salarios y condiciones laborales. Obviamente, esto redundará en una mejor información.

Un proceso reforzado por el factor político de la apertura de la economía por parte del gobierno salinista provocó una repartición del poder, por lo que las fuentes del mismo no estarán concentradas únicamente en el gobierno, sino en el sector privado nacional. Es decir, el abanico de intereses, preocupaciones y agendas políticas fue abierto hacia distintas fuentes de poder que se expresarán a través de los medios de comunicación, con estructuras muy diferentes a las que existen en la mayor parte de la prensa mexicana hoy en día.

Ya se puede trazar un esbozo del futuro mediano al analizar la recomposición de diversos medios inspirados o empujados por la privatización nacional, y las expectativas creadas por la llegada de capitales extranjeros a los medios de comunicación mexicanos. La venta de una parte de los medios de comunicación estatal abrió el candado para que corporaciones extranjeras participen en los procesos informativos y de entretenimiento en México, y con ello apareció un arcoiris de posibilidades y potencialidades.