

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Comparación de las agencias de información en Michoacán: una propuesta de hacer una agencia informativa en la Universidad Vasco de Quiroga (AIUVAO)

Autor: Sergio Lemus Calderón

**Tesis presentada para obtener el título de:
Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Nombre del asesor:
Susana García Ramírez**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“ COMPARACIÓN DE LAS AGENCIAS DE INFORMACIÓN EN
MICHOCÁN: UNA PROPUESTA DE HACER UNA AGENCIA
INFORMATIVA EN LA UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA
(AIUVAQ) ”.**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:

SERGIO LEMUS CALDERÓN

ASESOR:

L.C.C. SUSANA GARCÍA RAMÍREZ

Clave: 16PSV00125

Acuerdo: 952002



MORELIA, MICH., A OCTUBRE DE 2006.

AGRADECIMIENTOS:

A mi MAMA YOLANDA CALDERÓN CASTRO, por su apoyo incondicional, su infinito cariño y aprecio le dedico mi respeto y admiración por que me ha guiado en cada momento a culminar mis estudios satisfactoriamente.

A mi PAPA JOSÉ SOCORRO LEMUS VÁZQUEZ, por su apoyo incondicional en compartir mi sueño profesional.

A mi hermano DANIEL ALBERTO LEMUS CALDERÓN, que hemos compartido distintos momentos de la vida como verdaderos amigos.

A mi Tía ROSALÍA CALDERÓN CASTRO, que fue mi segunda madre en este proceso de formación académica y que me brindó la oportunidad para continuar mis estudios de licenciatura y cumplir mis sueños. Con cariño y respeto le puedo decir: ¡lo logramos tía Rosalía!

A mi tío HERMILO CALDERÓN CASTRO, quién con sus palabras de aliento y consejos jamás escatimé en bajar la guardia hasta llegar a cristalizar este sueño, mi admiración por ser un sabio consejero.

Al periodista ARTURO BRAVO, quién es un icono en el periodismo en Michoacán y dedico a su memoria este trabajo de investigación. Siendo la persona que me brindó sus aportes periodísticos para avanzar en la

información de campo y que con sus recomendaciones se tuvieron mejores resultados a los esperados.

A la Agencia Informativa Michoacana (AIM), por abrirme sus puertas constantemente a sus oficinas, ya que, nunca entorpeció la labor de investigación en la recolección de información necesaria para conformar este primer documento sobre las agencias.

A la Agencia Quadratín y a su director FRANCISCO GARCÍA DAVISH, quién también contribuyó con sus comentarios atinados al enriquecimiento de este trabajo de investigación.

A ELISEO CABALLERO RAMÍREZ y la Agencia Cuasar por permitirme dialogar arduamente sobre distintos temas relacionados a esta tesis; además por su colaboración, experiencia y conocimiento periodístico aportó información diferente para su complemento.

A la L.C.C. SUSANA GARCÍA RAMÍREZ, quien me enseñó el valor de trascender en la parte académica con este tipo de investigaciones que será de apoyo a las nuevas generaciones de comunicadores y periodistas en el estado de Michoacán, y me resta decirle que la vida es como cuando se escribe un libro, cuanto más se avanza, más adquiere significado.

A todas aquellas personas, que merecidamente llevan con orgullo el calificativo de MAESTROS, siendo quienes compartieron sus conocimientos y que nunca se negaron a compartirlos, un sencillo agradecimiento por su labor de enseñanza que jamás fue inútil. Especialmente al maestro JORGE TINAJERO.

ÍNDICE TEMÁTICO

INTRODUCCIÓN.	1
JUSTIFICACIÓN.	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	3
MARCO TEÓRICO O CONCEPTUAL.	5
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.	9
HIPÓTESIS.	10
ESTRATEGIA METODOLÓGICA O METODOLOGÍA.	11
CAPÍTULO 1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS EN EL MUNDO Y EN MÉXICO.	13
1.1 Agencias Europeas.	16
1.2 Agencias Norteamericanas.	20
1.3 La formación de las agencias de noticias.	
Después de la post-guerra a nuestros días.	22
1.4 Breve historia de las agencias de información en México.	24
1.5 Características de las agencias informativas.	33
1.6 Agencias informativas de acuerdo a su acción y su servicio.	33

CAPÍTULO 2. FUNCIONES, EVOLUCIÓN Y OBSTACULOS DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS.	36
2.1 Funciones de las agencias informativas.	36
2.2 Personal que las conforman.	37
2.2.1 Corresponsales.	37
2.2.2 Enviado especial.	38
2.2.3 Editores y Jefes de redacción.	38
2.2.4 Jefe de información.	38
2.2.5 Free-lancers.	39
2.3 Las agencias en el cambio de agentes de información.	39
2.4 Obstáculos de crecimiento.	46

CAPÍTULO 3. LAS AGENCIAS Y LA DEMOCRACIA.	59
3.1 Ciudadanía e información.	60
3.2 Derecho a la información.	65
3.3 La protección del periodista.	70
3.4 Código de ética.	76

CAPÍTULO 4. LAS AGENCIAS INFORMATIVAS EN MICHOACÁN COMO CONSTRUCTORAS DE LA REALIDAD SOCIAL.	81
4.1 Comparación de las agencias informativas en el Estado de Michoacán.	83
4.1.1 Agencia Informativa Michoacana (AIM).	83
4.2.2 Agencia Cuadratín.	87
4.3.3 Agencia Cuasar.	88
4.2 Perfil profesional y código de ética.	91
4.4 El periodista –corresponsal responsable de la fuente informativa.	96
4.5 La integración de los medios de comunicación como unidad de cultura democrática.	100
CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.	106
ANEXO: PROYECTO DE UNA AGENCIA INFORMATIVA EN LA UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA.	119
LISTA DE ENTREVISTADOS.	129
ARCHIVO FOTOGRAFICO.	136
APÉNDICE.	137
BIBLIOGRAFIA.	140
HEMEROGRAFÍA.	144
FUENTES ELECTRÓNICAS.	145



INTRODUCCIÓN.

La información es una de las partes de la vida cotidiana del ser humano. Un derecho innegable en la formación de su vida. Todo proceso noticioso conlleva a un acto comunicativo de conocimiento entre los miembros de una sociedad. La prensa y los medios de comunicación son las herramientas para que los ciudadanos conozcan los acontecimientos y actos del ser humano en el entorno cultural donde se desenvuelven socialmente.

Las agencias informativas han existido por décadas y dentro de sus funciones ha sido la distribución de noticias por varias partes donde se tenga presencia para dar a conocer los hechos del momento. El firme objetivo de éstos medios de difusión es adquirir conocimientos sobre los acontecimientos locales, nacionales y del mundo en general.

En un proceso informativo donde los hechos son al instante y la difusión es dinámica ha orillado a que los medios de comunicación y prensa elijan la información más vendible para el impacto de repercusión de interés de la sociedad; es por esta sencilla razón que en el presente texto detallaremos el surgimiento de las agencias internacionales y nacionales hasta enfocar al objeto de estudio que son las agencias locales ubicadas en la capital del Estado de Michoacán, Morelia, con el propósito de conocer las funciones, estructura interna y externa del personal que las conforma y sus vínculos de distribución con otros medios de comunicación.

JUSTIFICACIÓN.

El estudiar a las agencias informativas locales en Morelia, Michoacán, es conocer cada uno de los aspectos organizacionales y estructurales que conforman éstos medios de comunicación por que nunca se han hecho estudios relacionados en esta materia al respecto; además es un tema relacionado con la problemática que afronta del periodismo en general sobre las condiciones que se ejerce esta profesión, su función para que se han constructoras de la realidad social y una pluralidad democrática en la presentación de los acontecimientos a los ciudadanos.

Lo que nos permitió en este estudio es explorar como funcionan estas empresas en el interior y exterior del Estado, su radio de cobertura de cubrir los hechos, el perfil profesional de las personas que laboran en estas empresas periodísticas y comparar los servicios que ofertan.

Así, con este trabajo de investigación se conocieron las visiones de los directores, específicamente, de cada una sobre su experiencia con la creación de estos espacios de noticias y sobre la propuesta que hacen para crear un estado participativo entre la sociedad civil.

Una vez expuesta los comentarios y opiniones de dueños y periodistas de las mismas, se trabajó en el reporte de la investigación con el objetivo de ver cual de ellas esta mejor estructurada para cumplir su función informativa. Además de las diferencias de distribución de cada una.

Con esto observar el desempeño de los medios informativos, además de conocer ciertos aspectos con que cuentan para accionar. Se pretende proponer un proyecto importante en la Universidad Vasco de Quiroga para la formación académica y práctica de futuros periodistas. El problema a solucionar es la nula experiencia profesional al momento de salir de las aulas. Conformar dentro de la misma institución la primera agencia de información, hará muchos más competentes a los egresados de esta casa de estudios.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En un proceso informativo donde los hechos son al instante y la difusión es dinámica, ha orillado a que los medios de comunicación y prensa opten la noticia más vendible para el impacto de repercusión de interés de la sociedad; es por esta sencilla razón que la gran cantidad de sucesos difícilmente podrá tener el mismo valor jerárquico en su publicación. El presenciar el hecho y decodificarlo a la sociedad conlleva a que éste sea entendible, instantáneo, confiable y complementario para comprender la realidad social.

El presentar un número significativo de acontecimientos a un auditorio o lector provocará que estos elijan lo que desea saber, que información sea de su interés y que aspectos deseen conocer. Para cada sociedad penetra la misma información en sus contenidos diarios solamente que cada persona, perteneciente a un sector social, selecciona la noticia de acuerdo a su necesidad e interés por conocer lo que ocurre en su ambiente social. Por lo tanto, la información puede penetrar a un sector social cuando desestabiliza los intereses de la colectividad mayoritaria de ese sector.

El problema que planteamos en el objeto de estudio que son las agencias locales en Michoacán es que se tiene desconocimiento de las mismas en la entidad para las personas que estudian periodismo y de la sociedad en general, incluso de las instituciones públicas y privadas. Cuando se empezó esta investigación no se tenía conocimiento de ninguno de estos despachos noticiosos pero en el ejercicio del periodismo vimos la circunstancia de conocer a personas que trabajaron para estos medios de comunicación dando la oportunidad de escoger este tema nunca antes investigado.

Este problema se debe a que los mismos periodistas mantienen una estrecha comunicación con los demás agremiados para alertar los hechos que van a suscitarse en el momento para generar la noticia. Es de considerar que falta presencia debido a que algunas de estas agencias son corresponsalías de medios nacionales.

Desde luego hay que aclarar que su sistema de funcionamiento es diferente en cada una de estas empresas periodísticas. De las tres que están establecidas en Morelia, dos forman parte de las corresponsalías de medios nacionales; encargadas de mandar el servicio informativo a sus oficinas centrales como el caso de la agencia Quadratín que manda la información del día al Diario Milenio.

Mientras que la agencia Cuasar hace lo mismo con el grupo Televisa. La otra, la Agencia Informativa Michoacana (AIM), puede estar en desventaja por no tener corresponsalía pero tiene la ventaja de enviar información a la mayoría de periódicos de otras ciudades dentro del Estado de Michoacán. Así comentó Arturo Bravo, Director de la misma, en una entrevista realizada el 14 de abril de 2004.

El motivo de investigar el objeto de estudio señalado fue por el interés de conocer su cobertura local y nacional, su entorno investigativo con los demás medios de comunicación en la región y conocer cual ha sido su aportación en la participación de los michoacanos.

Antes de eso surgieron varias preguntas de las cuales se desarrollaron distintas variables y factores para conocer e investigar más a fondo el accionar de estos medios informativos. Preguntas básicas como ¿Existen verdaderas agencias informativas en Michoacán? ¿Cuál es la situación socioeconómica actual dentro del Estado de Michoacán? ¿Cuáles son sus problemáticas? ¿Éstas proveen de algún tipo de servicio a los medios nacionales?

Una vez resueltas parcialmente estas cuestiones se siguió un proceso de investigación de campo de forma exploratoria para conocer el accionar de las agencias y de sus periodistas; el motivo fue encontrar elementos contrastantes entre la teoría, la interpretación y la realidad para conducir la indagación a los objetivos planteados en el proyecto y sacar conclusiones de lo que aporta este documento realizado durante el transcurso de dos años.

MARCO TEÓRICO O CONCEPTUAL

El mundo entero sufrió en la década de los 60s un cambio en sustancioso para corregir el desequilibrio global en el poderío económico y control de la información por países imperialistas.

En el centro de las discusiones se encuentran las agencias, que muchos en el mundo, consideran de enorme importancia para mantener a incrementar el desequilibrio de las áreas, tanto de la economía como de la información. “Se considera que éstos medios de distribución de noticias son los instrumentos primordiales de la propaganda, ofreciendo falsas imágenes de las nuevas naciones-Estados y desalentando así las inversiones y en última instancia, manteniendo al mundo en progreso en un Estado de certidumbre”.¹

La percepción de Herber Altschuller a que “los auditorios masivos que surgieron del siglo XIX devoraban estos reportajes noticiosos cada vez más espectaculares y sencionalistas. Los periódicos y las autoridades, como el instituto internacional de Prensa, pretendía a menudo que las agencias de noticias eran reporteras desinteresadas y objetivas de los acontecimientos en el mundo en proceso”.²

Según el autor el “Mundo en Progreso” era considerado a todas aquellas naciones subdesarrolladas que estaban en vías de desarrollo en los diversos aspectos políticos, económicos y sociales. Era por este tipo de empresas periodísticas abastecían de hechos a esos países subdesarrollados como forma de adoptar un creciente conocimiento de otras regiones.

Para los defensores capitalistas, los despachos de noticias son instrumentos de información, no de expansión económica (esa era su primera concepción sobre ellas), tratan de indagar los hechos presentándolos a sus lectores y televidentes de manera que puedan interesarlos y educarlos, siguiendo la tradición de la Prensa. Sin embargo,

¹ **ALTSCHULLER, Herber.** Agentes de poder. Influencia de los medios informativos en las relaciones humanas. Publigráficos, México D.F. 1988. Pág. 224.

² *Ibíd.* 225.

cuando las noticias venían de una oficina de nación imperialista sus textos eran difíciles de tener credibilidad por la manipulación de los datos.³

Dentro de la misma perspectiva de los países subdesarrollados el catedrático venezolano Eleazar Díaz Rangel, considera que la información de las agencias de noticias de los países desarrollados mandada a las regiones subdesarrolladas es una cortina de humo que encubre la verdadera función de mejorar el conocimiento y promover progresivamente el estilo de vida del mundo capitalista.⁴

Con la división del mundo la lucha por el territorio fue más ambicioso entre las naciones que dominaban el orbe de distribución de noticias, provocando que algunas empresas periodísticas tuvieran bloqueados ciertos accesos a otros continentes y sus flujos comerciales fueran cortándose por otros medios que ofrecían el servicio; así el mundo celoso de cuidar sus fronteras provocó que muchas agencias desaparecieran definitivamente.

Pero sin lugar a dudas el problema que enfrentan las agencias nacionales y regionales son el dominio ideológico de las transnacionales donde el oligopolio de la información sigue reinando en el mundo⁵ con las cuatro más grandes son: las Norteamericanas *Associated Press (AP)*, *United Press Internacional (UPI)*, la inglesa *REUTERS* y la Francesa *Agence France Presse (AFP)*. Actualmente otras agencias se han incorporado en el ambiente informativo como la agencia española *EFE*, la francesa *France Presse (FP)* y por medio oriente la agencia china *XINHUA*.

³ **HARRIS, Philip.** La Información sobre África austral: como informan desde el sur de África las agencias occidentales de noticias. Ed. Serbal UNESCO, Barcelona 1984.

⁴ **DÍAZ Rangel, Eleazar.** Pueblos subinformados. Las agencias de noticias y América latina” Cuadernos de nuestro tiempo, Dirección cultural de la Universidad Central de Caracas, Venezuela, 1967.

⁵ **PIZARROZO, Quintero Alejandro.** “Historia de la Prensa”. Colecciones de Comunicación e Información. Edit. Aseves. Madrid.

Otro de los factores que ha alterado el desarrollo es la falta de normas en los medios de comunicación, factor que ha imperado en toda América Latina⁶; pero es necesario crear proyectos para poder impulsar el crecimiento de las agencias nacionales y más las regionales, debido a que estas últimas se han quedado estancadas por la expansión de nuevos medios de comunicación; los cuales cuentan con solvencia económica más estable y con su propio personal, pero sin cubrir todo lo acontecido.

El claro ejemplo es NOTIMEX que al ser un organismo gubernamental con enorme despliegue de personal a nivel nacional como internacional se ha convertido actualmente en una de las instituciones de poca solvencia económica y desquebrajada socialmente por los directores responsables de malos manejos administrativos en el primer año del gobierno del Presidente Fox. Debido a “que el 31 de diciembre de 2001, tiene un déficit en su capital social de 380.2 millones de pesos, lo que lo sitúa en crisis financiera al perder más de dos terceras partes de su capital social”, establece el documento del que Proceso tiene copia.⁷

De tal motivo, el departamento de Recursos Humanos no cuenta con expedientes que contengan la documentación que justifique la contratación por horarios profesionales, al no tener un soporte que justifique los pagos por este concepto hay un déficit por un total de 11, 541.1 miles de pesos que no están registrados ante la Auditoría Superior de la Federación.⁸

Aunque había criterios para seleccionar a su personal. Afirmaban que en Notimex daban la oportunidad a los jóvenes que desearan aprender los mecanismos de trabajo. En realidad, más allá del propósito de estimular la formación de periodistas, ésta como en otras agencias, en práctica común, contratan egresados de escuelas con poca o ninguna experiencia para desarrollar el trabajo con sueldos exigüos o no pagarles.⁹

⁶ TREJO Delarbre, Raúl. Las agencias informativas en México. Paidós. Editorial. Trillas México 1988. Pág. 31-32.

⁷ DELGADO, Álvaro. Proceso. Semanario de Información y análisis N° 1385. 18 de Mayo de 2003. Pág. 32-33 Leída en 2004.

⁸ DELGADO, Álvaro. Proceso. Semanario de Información y análisis N° 1385. 18 de Mayo de 2003. Pág. 32-33 Leída en 2004.

⁹ TREJO Delarbre, Raúl. Las agencias informativas en México. Paidós. Edit. Trillas México 1988. Págs. 38-39.

Sin tener precedentes de investigaciones similares sobre el periodismo realizado en las agencias informativas en Michoacán y, con muchas dudas sobre la operación del funcionamiento de cada una de las estructuras de estos medios informativos locales. Empezamos hacer de esta investigación el primer documento testimonial y escrito con el firme propósito de aportar propuestas y alternativas para crear proyectos que mejoren la calidad de la información y formación de los egresados con una agencia Universitaria propia de la Vasco de Quiroga.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general de la investigación.

- Proponer una agencia informativa en la Universidad Vasco de Quiroga conociendo el perfil y situación socioeconómica de las otras ya establecidas en Morelia.

Objetivos particulares de la investigación.

- Describir el surgimiento de las agencias mexicanas y regionales del Estado de Michoacán.
- Analizar y explicar por que las agencias deberían ser entidades democráticas en servicio de la sociedad Michoacana y la participación ciudadana en la construcción de los hechos sociales.
- Realizar una comparación entre las tres agencias informativas locales sobre la forma de hacer periodismo y la cobertura que tienen con medios locales.

HIPÓTESIS

Algunas hipótesis tratadas a lo largo de la investigación fueron relacionadas con los objetivos planteados, ya que en su mayoría fueron comprobables en la medida que se investigaba, analizaba y explicaba, dependiendo del caso y sus múltiples variables. Las suposiciones son las siguientes:

- Los medios de comunicación buscan en las agencias una fuente inmediata, veloz, confiable y complementaria de información.
- La información es construida por la sociedad civil, siendo esta una institución que rebasa las demandas de bienestar por encima de los tres tipos de gobierno y las demás empresas periodísticas.
- El periodismo en general, incluido el objeto de estudio de esta investigación, se sufre de códigos de ética tangibles, condiciones inhumanas en su labor y un sórdido salario.
- Las agencias informativas difunden el historial cultural de un pueblo y una nación.

La validación de estas hipótesis fue a través del trabajo de campo que nos guío a descubrir las razones y factores por que éstas se cumplen en la práctica real del periodismo de agencia.

ESTRATEGIA METODOLÓGICA O METODOLOGÍA

El presente trabajo es un estudio de corte cualitativo. Es una investigación exploratoria-explicativa, por la sencilla razón de que se necesitó estudiar por medio del análisis y la explicación las relaciones de las agencias y su entorno, por lo tanto, es necesario hacer una evaluación de los alcances que mantenido hasta este momento.

El trabajo exploratorio, comprende que está es la primera investigación documentada sobre el trabajo de las agencias informativas en el Estado de Michoacán. Por otra parte, al ser un trabajo explicativo se entiende que no se deja de lado las variables que conforma el fenómeno del surgimiento de una agencia periodística como lo es la sociedad y relaciones con otros medios, partes insustituibles del proceso informativo.

El contenido de este trabajo de investigación se dividió en dos partes; el trabajo teórico-conceptual, utilizando en este apartado el método Hipotético-deductivo, partiendo de una exploración documental histórica de las agencias internacionales y nacionales a nivel general hasta llegar al objeto de estudio. Por lo que se argumenta esta investigación respaldada, y no desligada, del periodismo como nuestra primera práctica profesional.

En la segunda parte es el trabajo de investigación de campo aplicando el método comparativo como forma de interpretación y comprensión a la recolección de los datos expuestos en los resultados a través del discurso analítico en el presente texto.

La indagación de campo fue primordial para el desarrollo de este trabajo, mediante la metodología indicada para la exposición de resultados; aunque antes la observación directa, la participación social y la entrevista de profundidad realizada a académicos, jefes de redacción, directores de las agencias informativas y sobre todo aquellos que viven día con día la realidad social, impregnando con tinta de su pluma las páginas de sus escritos informativos representados en notas: los periodistas. Esta diferencia de confrontaciones ideológicas forjó un reporte escrito más completo.

Entre las técnicas de investigación utilizadas fue la entrevista de profundidad, debido a que abarcamos distintos puntos de vista y comentarios donde se complementó el debate del discurso. También se utilizaron como instrumentos de recolección de información fichas de trabajo y de campo, así como fichas bibliográficas y hemerográficas, con el fin de tener a la mano las fuentes documentales de los archivos y la bibliografía.

Se puede matizar que la indagación tiene la intención de aportar una visión diferente sobre el trabajo de agencias informativas, por lo que empiezan a ser una opción diferente para laborar dentro de la área de la comunicación en el Estado de Michoacán y lograr alcanzar un desarrollo profesional en el periodismo.

CAPÍTULO 1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS AGENCIAS DE INFORMACIÓN EN EL MUNDO Y MÉXICO.

El lenguaje fue la facultad del ser humano para desarrollar un código de signos convencionales con los miembros de una colectividad. Con el desarrollo de la civilización y un lenguaje constituido se conformaron métodos para plasmar ideas, creencias y formas de comunicación.

Con la evolución del hombre fue pasando de su etapa precaria a sedentaria y vanguardista. Por lo tanto, sus necesidades básicas se convirtieron en existenciales en la búsqueda de información de su mundo y de otros horizontes. La etapa del sedentarismo pasó a la etapa de la civilización.¹⁰

En Grecia se concibió como el primer lugar de difusión de noticias, por ser los oradores quienes comentaban las noticias en las plazas públicas. Roma copió la misma técnica que los griegos, pero para evitar informaciones erróneas se ideó colocar en los muros de las ciudades más importantes una plancha en blanco denominado álbum, carteles y pancartas, donde se escribían noticias más importantes en el siglo XV.¹¹

Con la invención de la imprenta con Gutemberg se plasmaron algunos “boletines”¹² informativos que se ponían a plazas autorizadas para ser pegados y mantener informada a la ciudadanía.

Uno de los hallazgos de Gutemberg fue la ampliación de la difusión de ideas. Su invento fue la tecnología más grande para la revolución de la información en el mundo. La difusión provocó entre gobernantes y ciudadanía conservar un estado noticioso de

¹⁰ REED, Miguel. “Historia de la prensa en México. 450 años de historia”. Gegsa. México 1989. Pág. 36.

¹¹ IBÍD. Pág. 36.

¹² PIZARROZO, Quintero Alejandro. “Historia de la Prensa”. Colecciones de comunicación e información. Edit. Aseves. Pág. 36.

las actividades de las autoridades y también acerca de lo que pasaba en el mundo que los rodeaba.¹³

Antes de generar una verdadera revolución en la difusión de ideas se generaba la información concebida por los reyes y autoridades de una sociedad. La imprenta brindó cambios importantes, no sólo en la difusión de hechos, sino también género cambios en la producción de textos y literatura; aunque era limitada para algunas clases la información pública empezaba hacer una parte de la vida cotidiana.

En la Edad media, en Europa la imprenta fue la herramienta más impresionante de la época para sacar distintos manuscritos para la clase religiosa, universidades y algunas ciudades. Evolucionó rápidamente en algunas ciudades hasta hacerlas de tipo móvil, estas se difundieron aceleradamente en el viejo continente en el siglo XV, dando lugar a una revolución cultural cuya trascendencia fue la información entre pueblos y comunidades de una misma nación, o del exterior.¹⁴

Este suceso pasó hacer durante los siglos XVII y XVIII el fenómeno de comunicación e información más grande del mundo por que no sólo imprimía libros sino, además, hacia un tiraje de noticias manuscritas perdurables a través de la historia de la humanidad.¹⁵

Con el desarrollo del comercio, los cambios sociales del feudalismo al capitalismo, el dominio colonial, la evolución del correo, la cultura de la imprenta y la escritura, y un público lector fueron los factores para que se recolectara y se intercambiara información en el siglo XVIII.¹⁶

La noticia manuscrita fue el primer género periodístico durante la Edad media y la alta Edad media. Este medio llegó a la ciudadanía por medio de boletines y por correo,

¹³ **PIZARROZO, Quintero Alejandro.** "Historia de la Prensa". Colecciones de comunicación e información. Edit. Aseves. Pág. 36.

¹⁴ **REED, Miguel.** "Historia de la prensa en México. 450 años de historia". Gega. México 1989. Pág. 39.

¹⁵ *Ibíd.* Pág. 38.

¹⁶ *Ibíd.* Pág. 38.

este último tuvo una gran cobertura en los rincones lejanos aunque llegaba con días de retraso. Su carácter era regularmente político y económico.¹⁷

En la medida de que el correo tenía auge en su regularización. Los primeros corresponsales estaban a la disposición de Reyes, príncipes y comerciantes burgueses, quienes deseaban información frecuente y eficaz de sus estados y sus colonias dominantes. Ésta era de uso exclusivo para las elites, que después la difundirían al público.

Con el traslado de las noticias y las impresas móviles se creó la primera manifestación de la prensa, considerada por Alejandro Pizarrozo como el *noticierismo impreso*¹⁸, definida así por sus grandes avances en cuestiones de comunicación donde las noticias exponían descubrimientos y eventos del mundo cuyas fronteras inalcanzables se podía saber de ellas. Cada crónica era un elemento considerado de comentario entre lectores y el público sobre lo que pasa en la realidad social y el mundo que esta alrededor.

La imprenta, las noticias y el correo fueron los artífices de un despliegue potencial de información a clientes y público por lo que las audiencias eran mayores en Europa. Así surgieron los primeros impresos semanales como las *gacetas*, las cuales tenían periodicidad establecidas como impresiones regulares. Sin embargo, en el siglo XVIII estas primeras publicaciones diarias destacaban por los hechos del momento.¹⁹

La primera manifestación mundial de la prensa fueron las gacetas, formatos de 23 por 15 cm., contenían noticias del extranjero y parte de la vida nacional de los países, la información de predominio era la política y militar en el mundo. Este medio impreso acaparó la atención por su formato y contenido del acontecer en el siglo XVII y parte de la ilustración.²⁰

¹⁷ PIZARROZO, Quintero Alejandro. *Historia de la Prensa*. Colecciones de comunicación e información. Edit. Aseves. Pág. 39.

¹⁸ *Ibid.* Pág. 40.

¹⁹ *Ibid.* Pág. 41.

²⁰ REED, Miguel. "Historia de la prensa en México. 450 años de historia". Gegsa. México 1989. Pág. 39

En Francia, en 1832 Theophraste Renaudot considerado el primer periodista francés²¹ comprueba el impacto de las gacetas aceptadas por el mundo y abre un despacho de información, se unió con Charles Louis Havas quien también fue periodista, este proyecto de ambos dio frutos que en ese mismo año se fundó el primer despacho cablegráfico de noticias a nivel mundial: la agencia Havas.

Al francés se le atribuye como el iniciador de la primera agencia de noticias por su importante desempeño y su veloz despliegue en el movimiento de la información.

Con la ilustración surgieron grandes intelectuales que construirían en la ciudadanía una sociedad pensante y razonante llamándole a este suceso lo que se conoce hoy en día: la Opinión Pública.²² Opinión que hizo que los pensadores aportaron comentarios de los sucesos desde su óptica vivida. Aportando al periodismo no sólo la transmisión de notas, sino, que implicaba el comentario para comprender el fenómeno suscitado. La crítica se convirtió en un arma de agitación para la defensa de los derechos humanos dentro de un sistema político social.

1.1 AGENCIAS EUROPEAS.

El poder y la jerarquía fueron los elementos mejor combinados para que las agencias de noticias surgieran como medios y empresas de información. La necesidad de conocer los hechos cotidianos de la ciudadanía también vino de la mano para que las empresas periodísticas tuvieran su origen.

La era del periodismo tuvo sus cimientos en Europa con la lluvia de opiniones y críticas dentro de la clase burguesa, tanto en que aún con la declaración de los derechos del hombre y ciudadano en 1789 se siguió coartando la libertad de expresión, de escribir y de toda comunicación pública. Por lo que la sumisión del continente europeo quedó vulnerable por los regidores y gobernantes.²³

²¹ **PIZARROZO, Quintero Alejandro.** *Historia de la Prensa.* Colecciones de comunicación e información. Edit. Aseves. Pág. 162.

²² *Ibid.* Pág 162.

²³ *Ibid.* Pág. 162.

La Prensa empezó a vender información con la ayuda de anuncios publicitarios con el fin de bajar precios de venta y que los acontecimientos llegaran a las personas de bajos recursos. El terreno de la distribución de las noticias se dio más rápido de lo normal por la aceptación de la gente. Además por el desarrollo urbano y de la industrialización de las ciudades.

En 1835 Charles Louis Havas instaló una oficina de traducciones de periódicos extranjeros, a los que la llamo como su primer apellido. En esta agencia, su director y empresario en la bancarrota, apostó a este proyecto vendiendo e intercambiando información bursátil de la bolsa de París y de tipo comercial.²⁴

En ese mismo año se consolidó esta agencia de información dejando atrás el calificativo de corresponsalía Havas. El creciente desempeño fue notorio en el envío de noticias a más de 40 países en todo el mundo traducidas a distintos idiomas, la transcripción era en el idioma francés, Inglés, el céltico, el chino y español como los principales, esto fue posible con varios colaboradores.²⁵ Su éxito estuvo impulsado por la oficina de correos, lo que le daba una ventaja inicial sobre otras oficinas cablegráficas.

Charle Havas contó con grandes beneficios en su empresa periodística, la cual se proclamaba como el líder de distribución de información por la expansión global en su personal humano y recursos técnicos que le orillaron abrir otros despachos en el exterior. Al tener el impacto surgieron las agencias Reuters, inglesa, fundada por Paúl Julios Reuters; y la alemana Wolf su fundador fue Bernard Wolf.²⁶

Los primeros servicios de estas fueron los siguientes: Wolf dirigió un sistema de transmisión para mensajes comerciales desde Berlín y Reuters proveía de información a banqueros y comerciantes en las grandes colonias imperiales”.²⁷

²⁴ PIZARROZO, Quintero Alejandro. *Historia de la Prensa*. Colecciones de comunicación e información. Edit. Aseves. Pág. 161.

²⁵ REED, Miguel. “Historia de la prensa en México. 450 años de historia”. Gega. México 1989. Pág. 39.

²⁶ REED, Miguel. “Historia de la prensa en México. 450 años de historia”. Gega. México 1989. Pág.40.

²⁷ HARRIS, Philip. *La Información sobre África austral: como informan desde el sur de África las agencias occidentales de noticias*. Ed. Serbal UNESCO, Barcelona 1984 Pág.16.

Estas dos fueron la competencia inmediata para Havas, por lo tanto abrieron varias fuentes informativas y corresponsalías en varias partes del mundo, aunque en su línea editorial era diferente sobre las notas que se tenían que recopilar existió gran rivalidad por tener la hegemonía del orbe.

Reuters implementó un sistema de cobertura impresionante para un mercado que deseaba conocer de su entorno. Incrementó no sólo sus ventas, sino un bagaje de información con diversas notas de todo tipo como política, económica, financiera, etc.

Havas y Wolf siguieron los pasos al par de la idea de Reuters, copiaron su fórmula que mandaron corresponsales a sus colonias establecidas para generar más información inmediata y global.²⁸

Estas empresas internacionales denominadas por algunos autores “occidentales” de noticias²⁹ satisficieron las exigencias del mercado al que está dirigido. Es un hecho que los cables y contenidos informativos de esos medios están determinados por el mercado.

Con gran demanda de hechos ocurridos por distintas provincias de Inglaterra, Alemania y Francia; así como también a favor de un sistema capitalista colonial, las tres agencias potenciales tuvieron que unificar criterios y conformar tratados para la repartición de Europa para tener un servicio más lealmente calificado en la difusión de la información y dejar la competición a un lado.

El monopolio informativo creó fuerza cuando no sólo se repartieron el mundo, sino en la conformación de una relación tripartita entre las tres empresas poderosas con el intercambio de información; el fin era ahorrarse gastos de noticias y tiempo de obtención. Con este emporio global, las agencias continuamente difundían el acontecer de un hecho, siempre y cuando, lo desearan sus clientes e interesados de los hechos.³⁰

²⁸ **HARRIS, Philip.** La Información sobre África austral: como informan desde el sur de África las agencias occidentales de noticias. Ed. Serbal UNESCO, Barcelona 1984. Pág. 37.

²⁹ *Ibíd.* Pág. 38.

³⁰ **DIAZ Rangel, Eleazar.** Pueblos subinformados. Las agencias de noticias y América latina”. Cuadernos de Nuestro tiempo, Dirección cultural de la Universidad central de Caracas, Venezuela, 1967.

Havas se quedó con España, Italia y Portugal; la agencia Wolf con Alemania, Rusia y países escandinavos; Reuters con Inglaterra y el oriente. Este acuerdo de la organización informativa supranacional perduró durante el siglo XIX y parte del Siglo XX, prácticamente hasta 1934.³¹

Philip Harris comenta sobre la impregnación de las agencias: “En un sistema capitalista y comercial en rápida expansión necesita de una red fiable de comunicaciones que apoyará la red económica y la internacionalización de producción de noticias, quedando inseparablemente (...) al colonialismo capitalista (...) produciendo en los siglos XIX y XX el colonialismo internacional dando como resultado la situación que existe hoy en las regiones subdesarrolladas³².”

Este sistema internacional no sólo influye en lo económico, sino en las informaciones y comunicaciones, debido a que las redes coloniales se enfocan en una difusión de acontecimientos en el lugar o punto central donde jerarquiza la información; y la difunden a los territorios dominados por las empresas periodísticas o del país donde procedía esta. Por lo tanto, las provincias coloniales eran simples centros administradores de recopilación y no de transmisión de noticias a ese sector.

³¹ **PIZARROZO, Quintero Alejandro.** *Historia de la Prensa.* Colecciones de comunicación e información. Edit. Aseves. Pág. 162.

³² **HARRIS, Philip.** *La Información sobre África austral: como informan desde el sur de África las agencias occidentales de noticias.* Ed. Serbal UNESCO, Barcelona 1984. Pág. 37.

1.2 AGENCIAS NORTEAMERICANAS.

Simultáneamente, al otro lado del Atlántico, seis diarios de Nueva York se reunían para constituir una cooperativa de informaciones, ante el elevado costo que suponía cubrir la guerra entre Estados Unidos y México. Esta cooperativa se llamó New York Associated Press³³ y, después de cambios y ampliaciones, a finales de siglo XIX se llamó Associated Press (AP), hoy en día la mayor agencia del mundo.

Este nuevo monstruo de la información rompe con el cartel o tratados de las agencias establecidas para cruzar fronteras ajenas al de su país. La AP era la dueña del mercado interno. Hasta que en 1875 rompe con el monopolio europeo. En ese momento las agencias Norteamericanas tenían un despunte en la organización periodística.³⁴

En 1870 había hecho un acuerdo con Reuters y en 1893 se había convertido en integrante de la Agence Alliance; afiliación dada a los derechos exclusivos para enviar noticias de Estados Unidos y sus posesiones en lugar de Reuters. Con este tratado podía mandar información a los lugares posesionados por la agencia Reuters.³⁵

En 1875 cinco años después empiezan a surgir sobre el trasfondo de United Press y La Associated Press intereses comunes sobre la concentración de noticias generadas dentro de Estados Unidos.³⁶ Aunque los norteamericanos llegaron tarde al reparto del mundo. Se sumaron con esfuerzos incesantes a la lucha por difundir información al exterior.

Eleazar Díaz Rangel, profesor de la universidad central de Caracas comenta en su libro que “ninguna de las agencias norteamericanas y de otra nación que estuviera al margen del cartel, podía establecerse en aquellas regiones ya distribuidas, e igualmente

³³ Revista de Navarra España. Revisada el 16 de Julio 2003 en página Web www.revistanavarra.com.

³⁴ **DÍAZ Rangel, Eleazar.** “Pueblos subinformados. Las agencias de noticias y América latina”. Cuadernos de Nuestro tiempo, Dirección cultural de la Universidad central de Caracas, Venezuela, 1967 Pág. 67.

³⁵ *Ibíd.* Pág. 68.

³⁶ *Ibíd.* Pág. 68.

las prohibía vender sus servicios informativos en países y territorios objetos del reparto”³⁷.

La Reuters perdió dominio territorial en el mundo ante las agencias americanas con la aparición de la primera guerra mundial, lo cual generó cambios importantes que se veían reflejados en ese particular mapa del mundo noticioso.

Muchas empresas periodísticas de Europa tocaron fondo en la crisis económica que se desató en el mundo y especial en América latina debido a que las agencias Wolf y Havas tuvieron que desalojar el continente americano por la escasez de material informativo, por la economía de la empresa y por la demanda de sus clientes, que comenzaban a exigir constantemente noticias.³⁸

Tanto la Associated Press (AP) y una nueva agencia como fue la United Press, hoy la United Press Internacional (UPI), penetraron al mercado abandonado por las agencias Europeas en el continente Americano.³⁹ Ahora la competencia fue entre las mismas empresas informativas de una nación donde se profesa el postulado de los norteamericanos con la frase conocida “América para los americanos”, esto con referencia al poderío de Estados Unidos. Siendo en la actualidad la información un aspecto de desarrollo económico por tener gran estructura y pluralidad en medios de comunicación en el mundo.

Fue hasta 1934 que AP y UPI firmaron un acuerdo que les permitían actuar libremente en el mundo. El 12 de Febrero de ese mismo año Reuters y AP firmaron un acuerdo, el segundo, donde finiquitaban 100 años de dominación en información internacional.⁴⁰

³⁷ **DIAZ Rangel, Eleazar.** “Pueblos subinformados. Las agencias de noticias y América latina”. Cuadernos de Nuestro tiempo, Dirección cultural de la Universidad central de Caracas, Venezuela, 1967 Pág. 67.

³⁸ *Ibíd.* 74.

³⁹ **HARRIS, Philip.** La Información sobre África austral: como informan desde el sur de África las agencias occidentales de noticias. Ed. Serbal UNESCO, Barcelona 1984. Pág. 45.

⁴⁰ **DIAZ Rangel, Eleazar.** “Pueblos subinformados. Las agencias de noticias y América latina”. Cuadernos de Nuestro tiempo, Dirección cultural de la Universidad central de Caracas, Venezuela, 1967 Pág. 72.

Con estos nuevos acuerdos y desacuerdos a lo largo de la historia que surgieron cuatro grandes agencias internacionales: en Alemania, Francia, Reino Unido y Estados Unidos; por lo que la demanda de la información recaía tanto nacional como internacionalmente.

La información generada mantiene pendiente a las naciones en el conocimiento de su seguridad nacional y de sus políticas hacia exterior. Generando estos respectivos flujos donde el interés se centraba sobre el desarrollo de la economía, sus alianzas comerciales, tratados políticos, normas y la seguridad militar.

1.3 LA FORMACIÓN DE LAS AGENCIAS DE NOTICIAS. DESPUÉS DE LA POST-GUERRA A NUESTROS DÍAS.

Una vez derrocado el imperio alemán, el orden mundial de la información se reajustó en la transparencia y el flujo de la distribución. Las sucursales no soportaron el incremento de hechos noticiosos por lo que renunciaron hacer recolectados y ser transmitidos por no contar con el personal humano y técnico debido a la crisis que afectó a toda Europa.

Este momento fue el parteaguas de la quiebra de Havas; y así Reuters cedió algunos territorios. Así en el mundo vino una reestructuración en sus organismos e industrias para proseguir con la labor informativa.

En Estados Unidos se apoderó del terreno la AP y la UPI, esta última más tarde se convertiría en la *United Press Association* (UPA). Más tarde abrirían otras cadenas como *American News Service* y el *internacional News service*.⁴¹

En Francia aparece la *Agence French Press* (AFP) en 1944 y se mantiene en funcionamiento con información por Europa, América latina y África.⁴²

⁴¹ PIZARROZO, Quintero Alejandro. *Historia de la Prensa*. Colecciones de comunicación e información. Edit. Aseves. Pág. 232.

⁴² *Ibíd.* Pág. 194.

En Alemania, la recuperación fue difícil, pero surgieron nuevas instituciones después de la Primera Guerra Mundial, las nuevas sucursales influyeron en la opinión pública de los alemanes entre ellas destacan la WTB, que contaba con 42 corresponsales y 21 en el extranjero, luego apareció la Deutsche Press Agentur (DPA), también aparecieron la *Deutcher Pressedienst* y *Telegraphen Union Hugenberg*.⁴³

En Italia opera la ANSA como servicios especiales, su radio de acción es por Europa central.⁴⁴ En Reino Unido la Reuters se recuperó de la crisis financiera y se estabilizó para perdurar hasta nuestros días.

En España, se tenía el antecedente a la agencia Fabra. Actualmente la EFE es el organismo informativo dominante en el mercado español y europeo por lo que sus redes de distribución contemplan distintos países en los cinco continentes.⁴⁵

El medio oriente, no se quedó atrás, se podría decir que es más reducido pero hay agencias que brindan un despliegue informativo minuto a minuto. Tenemos a la agencia TASS de Rusia y a la china Xinhua.⁴⁶ Estas dos ejercieron un equilibrio en el mundo global entre occidente y oriente.

⁴³ **DIAZ Rangel, Eleazar.** "Pueblos subinformados. Las agencias de noticias y América latina". Cuadernos de Nuestro tiempo, Dirección cultural de la Universidad central de Caracas, Venezuela, 1967 Pág. 117.

⁴⁴ **PIZARROZO, Quintero Alejandro.** *Historia de la Prensa.* Colecciones de comunicación e información. Edit. Aseves. Pág. 329.

⁴⁵ **PIZARROZO, Quintero Alejandro.** *Historia de la Prensa.* Colecciones de comunicación e información. Edit. Aseves. Pág. 327.

⁴⁶ Revista de Navarra España. Revisada el 16 de Julio 2003 en página Web www.revistanavarra.com.

1.4 BREVE HISTORIA DE LAS AGENCIAS DE INFORMACIÓN EN MÉXICO.

La expresión del periodismo se manifestó en México con la llegada de la conquista española, como implemento de dominio al pueblo americano difundieron hojas volantes para proliferar la evangelización y tópicos relacionados con este aspecto. Con el mando hispano la difusión de ideas ajenas a las impuestas reducía la manifestación de expresión de una nación reprimida por más de dos siglos.

En la era Virreynal, la colonia ibérica, era el centro de circulación de noticias y hechos hacia el viejo continente. La exportación de los acaecidos mantenía informada a la autoridad monárquica sobre la función y gestión que desempeñaba el Virrey en la Nueva España. Además de conocer la actividad comercial y cultural de la población.

Los reportes de los acontecimientos eran mandados por barco, este proceso comunicativo era muy lento por que tardaban en llegar varios días, mientras los sucesos se seguían produciéndose en el continente. Las noticias eran reportadas por provincias y ciudades, por rango o interés, por asunto y por puertos. Estas sólo llegaban a los mandos jerárquicos, quienes podían mandar y recibir información, así como los comerciantes.⁴⁷

En la época Independiente, la gaceta dio cuenta a las autoridades Españolas del escándalo y los brotes revolucionarios del cura Don Miguel Hidalgo y Costilla. El caudillo con otros conspiradores dispusieron a su servicio de una imprenta para difundir las ideas liberales de una nación esclavizada⁴⁸; esta ideología proliferó al rango que el pueblo mexicano decidió conformar una lucha a favor de la justicia y la igualdad, pero ante todo buscar los derechos humanos de una nación libre. La conspiración provocó que un pueblo oprimido construyera su opinión pública sobre un gobierno Coercitivo.

⁴⁷ REED, Miguel. "Historia de la prensa en México. 450 años de historia". Gegsa. México 1989. Pág. 345.

⁴⁸ *Ibíd.* Pág. 356.

La gaceta de Hidalgo seguiría su lucha con otros revolucionarios como Ignacio Allende, Juan Aldama, José María Morelos y Agustín de Iturbide, hasta que una vez se consumaba la independencia en 1821.⁴⁹

Se podría decir que las primeras noticias de circulación nacional y del extranjero fueron durante el imperio de Agustín de Iturbide, él les llamaba Lluvia de ideas. Su medio de distribución era la Gaceta Imperial de México, la cual circuló en el interior y algunas partes de América. También mandaba documentos oficiales y disposiciones frecuentes de su señorío.⁵⁰

En la época de la Reforma se dio información más comercial llevando a la especificación hechos del orden y regulación de las instituciones nacionales y del exterior, aranceles liberales, el ejército y cuestiones político-sociales. Este tipo de sucesos eran mandados del centro de la república a todas las ciudades y provincias para notificar sobre las reformas implementadas⁵¹ por el gobierno y otras actividades ha desarrollarse.

En siglo XX, la sociedad vivió efervescencia por la participación ideológica e intelectual de los grupos partidistas, debido a la franqueza en la exposición de ideas y el desbordamiento de las pasiones hicieron que la información fuera una constante advertencia para reformar el orden del poder político nacional, esto por la desorganización nacional en el país. También se vivió el tiempo de la censura de los medios impresos, y el ser periodista era el pecado más grande del mundo para los gobiernos opresores de nuestro país.⁵²

Prácticamente las agencias de información en México surgen por la necesidad de las personas de manifestarse en contra de sistema político mexicano llevado por los gobiernos del partido oficial, -Partido de la Revolución Institucional (PRI)-, debido a

⁴⁹ REED, Miguel. "Historia de la prensa en México. 450 años de historia". Gega. México 1989. Pág. 356.

⁵⁰ *Ibíd.* Pág. 356.

⁵¹ *Ibíd.* Pág. 359.

⁵² *Ibíd.* Pág. 364.

que dentro de sus estructuras administrativas no cumplía con los intereses reales de la sociedad civil en todos sus ámbitos.⁵³

La libre asociación de la ciudadanía y la creación de organización de grupos sociales abrían la apertura a conformar espacios de expresión para escuchar sus problemáticas y demandas sociales que requerían con el fin de contribuir al desarrollo de la nación.

En 1965 debido a sus condiciones de trabajo y por la demanda de espacios para laborar varios médicos residentes convocaron a la primera manifestación social en el país, pero aunque fueron movilizaciones pacíficas, este sector se vio involucrado en conflictos de agresión física, golpes, maltratos, heridos y decesos.⁵⁴

Durante ese año y en todo su sexenio, el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz, mantuvo un régimen dictador donde la censura y el terrorismo eran las características esenciales de su gobierno.⁵⁵ Por lo tanto, cualquier revuelta o manifestación masiva en las calles era disuelta por la fuerza militar sin importar los daños irreversibles que ocasionaban.

En un boletín expedido del 12 de abril de 1965, por parte del Servicio Secreto de la Policía Preventiva del Distrito Federal allanaron los locales del Partido Comunista Mexicano (PCM), explicaba:

La Jefatura de Policía, a solicitud del C. Procurador del Distrito Y Territorios Federales... que tienen el deseo de evitar futuros desórdenes que como única consecuencia traen consigo la alteración del orden y la Paz Pública, procedió a visitar las oficinas del Partido Comunista Mexicano (PCM), la Central Campesina Independiente (CCI) y el Frente Electoral del Pueblo (FEP)... En

⁵³ **TREJO Delarbre, Raúl.** Las agencias informativas en México. Paidós. Ed. Trillas México 1988. Pág. 77.

⁵⁴ **RODRIGUEZ Castañeda, Rafael.** "La Prensa vendida. Los periodistas y los presidentes: 40 años de relaciones". Grijalbo. México D.F. 1993. Pág. 98.

⁵⁵ *Ibíd.* Pág. 100.

razón y con base en el conocimiento que se tuvo de que los líderes del PCM, engañando a la juventud estudiosa de México, promovieron recientemente actos públicos que no llegaron a realizarse, por no contar con la autorización respectivamente las autoridades correspondientes, y en virtud, por otra parte, de que manifiesta y claramente a los aludidos líderes, en forma subterránea y a pesar de las advertencias oportunas de la Jefatura de Policía, pretendían continuar provocando inquietud y desorden, con grave perjuicio no sólo de la tranquilidad y la paz, sino del desarrollo de la vida normal de los ciudadanos del D.F... la Jefatura de Policía, al visitar las oficinas antes señaladas, encontró en las mismas documentación que acredita la finalidad buscada por los líderes del Partido Comunista, y que fundamenta la presunción establecida por las autoridades encargadas de velar por el orden y tranquilidad de los habitantes de la capital de la República.⁵⁶

Las agencias de información en México nacen como misma necesidad de los periodistas y cooperativistas de dar una nueva visión verídica del ambiente donde se desenvolvía la vida política. Debido al gobierno opresor en turno controlaba los medios de comunicación masiva: Radio y Televisión comercial. Era indispensable instalar nuevos canales de difundir los acontecimientos sin ninguna censura para dar un panorama distinto sobre los conflictos internos y externos del país.

Otro referente histórico de esta casería de brujas entre los medios de comunicación y prensa fue en 1971 con el periódico *Excélsior*, diario dirigido por Julio Scherer, quién enfrentó campañas de desprestigio y calumnias hasta que fue retirado junto con los fundadores del periódico por el gobierno de Luis Echeverría. Dejando a periodistas que comulgaban con la ideología del gobierno de éste mandatario.⁵⁷

Con estos antecedentes en los años 80 y 90s surgirían un sin número de agencias informativas por las demanda de hechos suscitados dentro y fuera del país, con el objetivo de construir análisis y crítica al aparato gubernamental en turno.

⁵⁶ **RODRIGUEZ Castañeda, Rafael.** "La Prensa vendida. Los periodistas y los presidentes: 40 años de relaciones". Grijalbo. México D.F. 1993. . Boletín de la Policía capitalina del 12 de abril de 1965. Pág. 97.

⁵⁷ *Ibid.* Pág. 142.

Por medio de estos antecedentes históricos la primera agencia de noticias en México se fundó en 1968, que hasta la fecha prosigue, esto fue como resultado de la expansión de correspondencias internacionales establecidas en la Nación.

Para contrarrestar esta invasión el gobierno federal abrió la agencia NOTIMEX y se cimentaron muchas más, las cuales siguen perdurando. Ésta se ocupa de divulgar información oficial de los tres niveles de gobierno de la federación, de Latinoamérica y del resto del mundo ante la prensa nacional e internacional.⁵⁸

Es una institución gubernamental, surge como iniciativa del gobierno federal para prever información al exterior y combatir cierta expansión foránea de periodistas extranjeros. Se inauguró el 19 de agosto de 1968 como sociedad anónima con participación estatal mayoritaria que pretendía conformar una visión diferente de la influencia de las agencias internacionales en los hechos de la República Mexicana.⁵⁹

Durante los Juegos Olímpicos de ese mismo año se realizaron en México, la dependencia mexicana contaba con una red de comunicaciones telegráficas. Su situación era precaria pero con el tiempo se ha consolidado como canal que distribuye noticias a varios periódicos e instituciones gubernamentales estatales y municipales.⁶⁰ Así como a los medios de comunicación internacionales.

Notimex tuvo la función de divulgar los principales acontecimientos del país que intervienen en el desarrollo de Latinoamérica y el resto del mundo. Cuenta actualmente con el respaldo de una red de profesionales de la comunicación integrada por más de

⁵⁸ **GÓMEZ Monjardín, Ángel.** "Reestructuración tecnológica e informativa de NOTIMEX de cara al siglo XXI". Tesis de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Iberoamericana. México D, F. 1996. Pág. 53.

⁵⁹ *Ibid.* Pág. 53-54.

⁶⁰ **TREJO Delarbre, Raúl.** Las agencias informativas en México. Paidós. Ed. Trillas México 1988.

300 redactores, editores, fotógrafos, reporteros y corresponsales, estratégicamente distribuidos en México y en el mundo.⁶¹

Existen cinco coordinaciones regionales encargadas de organizar, recabar y administrar la información de los corresponsales nacionales; ubicados en cada uno de los estados que integran su región.

A nivel internacional tienen sedes en Washington, San José de Costa Rica, Santiago de Chile, Madrid. Estas oficinas coordinan la información generada en las corresponsalías de las principales ciudades de Norte, Centro, Sudamérica, el Caribe, Europa y Asia.⁶²

APRO. Fundada el 2 de agosto de 1976 como organismo privado con el nombre de CISA, agencia informativa, que nació dos meses antes que la revista Proceso en manos de antiguos colaboradores del diario Excélsior. Su impulsor fue Julio Scherer.⁶³

CISA tuvo que suspender sus servicios temporalmente en 1982 cuando el gobierno suspendió su publicidad para el semanario, con lo que la compañía sufrió una grave crisis financiera.⁶⁴

Produce alrededor de 40 notas diarias y tiene una planta de 60 reporteros, los mismos que trabajan en el semanario Proceso, por lo que cuentan con corresponsales en el extranjero.⁶⁵

⁶¹ **VEGA Gama, María Elena.** "El Cambio de gobierno 1994 en México según la agencia de noticias Reuters". Tesis de la Universidad Iberoamericana de la licenciatura de ciencias de la comunicación, México DF. 1996. Pág. 66.

⁶² Ibid. Págs. 66 y 67.

⁶³ **MARTÍNEZ Clement, Aidé.** "Agencias mexicanas de noticias en 1986". Tesis de la licenciatura de ciencias de la Comunicación de la Universidad Iberoamericana. México D, F. 1988. Pág. 56.

⁶⁴ **VEGA Gama, María Elena.** "El Cambio de gobierno 1994 en México según la agencia de noticias Reuters". Tesis de la Universidad Iberoamericana de la licenciatura de ciencias de la comunicación, México DF. 1996. Pág. 69.

⁶⁵ Ibid.

Con la estructura de la revista el fin era obtener información fresca con gran análisis y pensamiento político. La importancia era penetrar en el mercado periodístico con temas de investigación tratados con profundidad, con percepciones originales y de fondo sobre lo que acontece en el país.

Otra es el *Servicio Universal de Noticias (SUN)*, fundada a mediados de 1985 con el nombre de Oficina de Información Provisional, más tarde recibió el nombre de agencia informativa del universal y por último Servicio Universal de Noticias (SUN).

Esta recopila acontecimientos por medio de los reporteros del diario Universal, por lo que en antiguos años eso no era así, y el personal que trabaja exclusivamente para la agencia es poca en comparación a los reporteros del periódico. En 1986 todavía ésta transmitía sus noticias por Fax o por teléfono.⁶⁶

Esta empresa manda un promedio entre 180 a 200 noticias diarias y tiene alrededor de 120 suscriptores entre los que se cuentan medios de comunicación de provincia y del sur de los Estados Unidos.⁶⁷

Agencia Mexicana de Información (AMI). Inicia en 1971 como organismo privado, integrado por periodistas. En sus iniciaciones se manejaba noticias, reportajes y actualmente sólo distribuye el género de opinión.

Sus principales clientes son periódicos de los estados y sus productos son artículos editoriales que son publicados en diarios de la capital del país. AMI se encarga de venderlos a los diarios del resto de la República.⁶⁸

Sus colaboradores más destacados son: Miguel Granados Chapa, quien publica su columna Plaza Pública, en el diario Reforma, Carlos Ramírez, del diario Financiero. Las columnas de estos periodistas son distribuidas a los periódicos que deseen el

⁶⁶ VEGA Gama, María Elena.: "El Cambio de gobierno 1994 en México según la agencia de noticias Reuters". Tesis de la Universidad Iberoamericana de la licenciatura de ciencias de la comunicación, México DF. 1996. Pág. 67.

⁶⁷ *Ibíd.* Pág. 68.

⁶⁸ *Ibíd.* Pág. 68.

producto del género de opinión a través de la AMI. Esta tiene alrededor de 50 clientes, actualmente, cuenta con 18 editorialistas.⁶⁹

Agencia Nacional de Excélsior. (ANE). Creada en 1969 y empezó a dar sus servicios a algunos diarios de provincia, entre los que se encontraban El Imparcial de Hermosillo, El diario de Yucatán. El Informador de Guadalajara, El Siglo de Torreón y El Porvenir de Monterrey.⁷⁰

En 1970 el diario Excélsior participó en la fundación de la agencia Latín, que a partir de 1981 quedó como el servicio latinoamericano de Reuters.

Actualmente cuenta con cerca de 70 clientes y despacha un promedio de 200 notas diarias. El hilo informativo es alimentado por los mismos reporteros del diario, que son aproximadamente 60.⁷¹ Sin embargo, en los últimos años ANE ha tenido como abonados a radiofusoras del Distrito Federal.

Nació a principios de 1993 pero se consolidó en junio del mismo año como la agencia del diario El Financiero. **FINSAT** aprovecha la información que producen los reporteros del diario, pero debido a que mantienen una cobertura constante de los mercados cuenta con siete colaboradores que trabajan únicamente para ella.⁷²

Actualmente distribuye a instituciones financieras a través de paquetes informativos a la Reuters, y por otra parte, lo mercantiliza por medio de una empresa australiana llamada Bridge⁷³, mediante la cual se puede adquirir el servicio especializado de varias empresas periodísticas. Sin embargo, el único periódico que consume notas de FINSAT es el Norte, de Monterrey, mientras que los demás clientes son empresas, instituciones financieras o dependencias.

⁶⁹ **VEGA Gama, María Elena.**: "El Cambio de gobierno 1994 en México según la agencia de noticias Reuters". Tesis de la Universidad Iberoamericana de la licenciatura de ciencias de la comunicación, México DF. 1996. Pág. 68

⁷⁰ Ibid. 70

⁷¹ Ibid. 71

⁷² Ibid. 72

⁷³ Ibid. 73.

CUARTOSCURO. Surge de la necesidad de ilustrar los hechos a través de imágenes y no sólo con la narración de la pluma. Nace a finales de la década de los 70. El motivo de su fundación fueron los conflictos suscitados en Centroamérica por grupos armados que impulsaban la revolución de los países de esta región del continente americano.⁷⁴ Estos movimientos sociales trajeron la atención de fotógrafos experimentados, que de forma independiente, llevaron las imágenes a todo el mundo.

Después de 20 años como agencia y archivo fotográfico, es una empresa de comunicación que ha consolidado su presencia en el mercado latinoamericano de la información política, cultural, deportiva y de espectáculos. Es de mencionar que mantiene desde hace 11 años, la Revista Cuartoscuro hace promoción de los trabajos de fotógrafos mexicanos.

Desde 1986 ofrece imágenes de los eventos más destacados que ocurren en el Distrito Federal y en los Estados. Su ejercicio periodístico es independiente y responsable para los lectores de los diversos medios que requieran de servicios fotográficos.⁷⁵

Entre sus principales servicios son⁷⁶:

Reportajes. Trabajos especiales de este tipo son para periódicos, revistas, páginas electrónicas, universidades, y medios de circulación interna de grandes y medianas empresas en todo el país y el extranjero.

Archivo. Es un banco de imágenes, que data de 1973, con más de 500 mil negativos de eventos importantes para la historia y la cultura de México, así de otros países, particularmente de América Latina. Y más de 30 mil fotos digitales que están a su disposición en su base de datos.

Talleres de Capacitación Ofrecen cursos y talleres de capacitación para el personal de medios de comunicación en general.

⁷⁴ Información investigada en la Página de Internet de CUARTOSCURO. www.cuartoscuro.com.mx en febrero de 2004

⁷⁵ *Ibid.*

⁷⁶ *Ibid.*

1.5 CARACTERÍSTICAS DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS.

Algunas cualidades generales expuestas a continuación son parte de la esencia de lo que es una real agencia de información de acuerdo a la visión que expone Raúl Trejo Delarbre en su libro *las agencias informativas en México*⁷⁷

Las características propuestas son:

- Debe de ser un medio informativo.
- Es una empresa, institución u asociación o grupo.
- Política orientada a lograr una cobertura nacional. Que cuente con los equipos, personal y recursos económicos necesarios.
- Contemplar las problemáticas de todos los sectores públicos, privados y sociales.
- Todo acontecimiento recolectado por las agencias nacionales debe de estar al alcance de todos los medios de comunicación social.
- Primera fuente de información de los hechos acaecidos.
- Uso de todos los géneros periodísticos y de materiales audiovisuales para sus clientes.
- Para obtener cobertura internacional, se crean redes con otros medios informativos o agencias para llegar a lugares lejanos del mundo.

1.6 AGENCIAS INFORMATIVAS DE ACUERDO A SU ACCIÓN Y SU SERVICIO.

De acuerdo a Raúl Trejo Delarbre estas empresas periodísticas se ha clasificado en dos vertientes: por su radio de acción en la cobertura y por sus servicios.⁷⁸ Las primeras se clasifican de acuerdo a la relación geopolítica como: las internacionales, nacionales y las locales.

⁷⁷ TREJO Delarbre, Raúl. Las agencias informativas en México. Paidós. Ed. Trillas México 1988.

⁷⁸ *Ibíd* Pág. 85 -90.

Las internacionales. Estas cubren a nivel mundial el inmenso bloque de la información de las noticias. Perciben ingresos inmensos por la difusión, distribución y mantienen corresponsales en varias partes del mundo. Además que cuentan con equipo humano tienen gran equipo tecnológico.

Las nacionales. Son empresas establecidas en un país determinado manteniendo cobertura interna y externa de los hechos ocurridos. Su cobertura en el extranjero es muy limitada por el poco personal que tienen en el exterior y sus ingresos son percibidos por el gobierno o por las asociaciones con otros medios o empresas.

Las locales. Su radio de cobertura es pequeño. Muchas veces estas se asocian con más grandes a las que proporcionan informaciones regionales que cubren de los estados. Su capital es demasiado limitado, por lo mismo sufren de severas crisis llevándolas al extremo de desaparecer. Las fuentes que cubren son por lo regular la local. Su radio de cobertura es mínimo por la escasez de clientes.

De acuerdo a sus servicios se pueden clasificar de la siguiente manera⁷⁹:

- Privadas. Son empresas lucrativas formadas por capital propio. Su servicio es la de ofrecer todo tipo de material periodístico, además de filmico, audible y fotográfico por su mismo poder adquisitivo abarca todas las partes del mundo. De acuerdo a su estructura e infraestructura son todas aquellas que se mantienen con capital de un inversionista, pueden ser locales como los casos de la agencia Quadratín y la Agencia Informativa Michoacana (AIM) o pueden ser a nivel nacional: los Servicios Universales de Noticias (SUN) y la Agencia Mexicana de Información (AMI).

⁷⁹ TREJO Delarbre, Raúl. Las agencias informativas en México. Paidós. Ed. Trillas México 1988. Pág. 88-90.

- Gubernamentales. Es toda aquella que esta en el control del Estado donde tiene su sede, en este tipo de agencias maneja exclusivamente fuentes del gobierno. Notimex es el claro ejemplo.
- Cooperativas o asociaciones de periodistas. Son propiedad de un grupo de medios de comunicación que las utiliza y aportan la mayor parte de sus ingresos. En algunos casos son grupos de periodistas o de líderes de opinión. Su principal sustento es el intercambio de información entre los miembros del grupo o la cooperativa. Este es el caso de la Asociación de Editores de los Estados (AEE) y la agencia proceso APRO.
- Multilaterales. Son aquellas en las que participa más de un gobierno con otras naciones para tener un libre flujo de información entre los países. Un gobierno fungiría como una agencia informativa, por ejemplo la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (ALASEI) y la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI), así como la Norteamericana Associated Press, la inglesa Reuters y la EFE de España.

CAPÍTULO 2: FUNCIONES, EVOLUCIÓN Y OBSTÁCULOS DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS.

En el anterior capítulo se observó la evolución de grandes monopolios informativos a nivel mundial y la conformación de varias agencias en todo el mundo, así como la formación de algunas en México, su estructura y funcionamiento en servicio, y las características de estos medios de comunicación en general.

En este segundo capítulo se hace una explicación sistemática del personal que conforman de estas empresas periodísticas, la evolución de ser sólo recolectoras de noticias a manejar todos los géneros periodísticos y de los obstáculos de crecimiento que impiden el desarrollo de la profesionalización de los reporteros que labora en estos despachos periodísticos.

Sin duda, son los obstáculos del periodismo, los límites de que se pierda en ocasiones la noción de la verdadera función de un medio informativo: ser una tribuna de servicio social en escuchar las demandas de las voces atrapadas en una problemática⁸⁰.

2.1 FUNCIONES DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS.

- Ser un despacho periodístico de distribución a otros medios de comunicación.
- Coadyuvar en la vida democrática a través de información oportuna, veraz y de análisis.
- Hacer un periodismo de análisis e investigación a fondo.
- Ser un medio alternativo en la difusión de noticias con varios materiales de comunicación como el video, la fotografía y los géneros periodísticos.

⁸⁰ **HERNANDEZ Calderón, Gabriel.** "El periodismo una tribuna de lucha para la transición democrática en México". Tesis de la Universidad Vasco de Quiroga. Morelia, Michoacán, México 1998.

2.2 PERSONAL QUE LAS CONFORMAN.

2.2.1 Corresponsales.

Es la persona que da a conocer lo acontecido a larga distancia en otro lugar del mundo ajeno al que vive. Aunque radique físicamente en lugar distinto del sitio en que se imprime el diario, siempre alerta detalladamente la información y su forma de trabajo es similar con la del reportero local.⁸¹

Por lo general no tiene posibilidades de controlar el procesamiento de su información en el periódico (o de la agencia). Sus datos pasan a reelaboración en condiciones más aptas para que sufran alteraciones y modificaciones en su contenido y extensión.

Los tipos de corresponsales son presentados por Raúl Rivadeneira en su libro de Periodismo⁸²:

- **Permanente.** Funge como representante administrativo del periódico (o de la agencia) encargándose de los avisos, de la distribución de ejemplares para su venta local y de las relaciones públicas.
- **Viajero.** Se ocupa de recorrer regiones de interés noticioso en misión de cobertura de información y acumulación de materiales para reportajes y entrevistas exclusivas. Se moviliza constantemente de un sitio a otro para permanecer en el tiempo que se ha necesario y hasta que otro acontecimiento de mayor envergadura reclame su presencia en lugar diferente.
- **Corresponsal de guerra.** Cubre información bélica desde la zona conflagrada. Actúa en condiciones totalmente inhumanas y distintas de sus demás colegas, por el peligro que corre a cada instante. Por su misión se ve restringida y condicionada por normas militares, la censura de prensa, el peligro de revelación de estrategias y sectores militares.

⁸¹ RIVADENEIRA Prada, Raúl. Periodismo. Teoría general de los sistemas y ciencia de la comunicación. Editorial Trillas. México, 1988. Pág. 46.

⁸² Ibíd. Pág. 46.

El corresponsal de guerra procesa dos tipos de información: a) las que procede boletines y partes autorizados para su divulgación, y b) las que recoge el corresponsal por medio de sus apuntes y observaciones sobre el estado de guerra y temas relativos a esa situación o resultantes de ellos.⁸³

2.2.2 El enviado especial.

El medio periodístico, encomienda a un periodista la misión de cubrir un hecho importante a cualquier parte del mundo con el objetivo de regresar a su sede. Independientemente si tiene o no corresponsal permanente. Trata de asegurar una cobertura eficaz de la información.⁸⁴ Los viajes son en caso de desastres naturales, accidentes, viajes presidenciales, etc.

2.2.3 Editores y jefes de redacción.

Personas encargadas de seleccionar los hechos recopilados por los periodistas, son los responsables de decidir los acontecimientos de interés principal para mandarla a los clientes. La información es editada en mejores condiciones que la del periodista. Básicamente corrigen estilo de las noticias.

2.2.4 Jefe de Información.

Persona responsable de distribuir las actividades y funciones de los reporteros para la recolección de las noticias del día. Esta división es por medio de una agenda diaria sobre los hechos a cubrir.⁸⁵ Por lo tanto, ejecuta las órdenes de trabajo en la obtención de datos y estructura los avances de los temas a publicar. Así revisa si cumplieron con el objetivo que se le encargo a cada periodista.

Otra función que desempeña es también verificar junto con el jefe de redacción toda información externa que va dirigida a la agencia a través de boletines gubernamentales, noticias y artículos de opinión de sus colaboradores.

⁸³ RIVADENEIRA Prada, Raúl. Periodismo. Teoría general de los sistemas y ciencia de la comunicación. Editorial Trillas. México, 1988. Pág. 46

⁸⁴ Ibíd. Pág. 49

⁸⁵ Ibíd. 52

2.2.5 Free – Lancer

Son periodistas independientes que por su cuenta, y riesgo, no pertenecen a ninguna institución de comunicación y buscan a toda costa noticias frescas e innovadoras para venderlas a los periódicos y a los demás medios de comunicación.

También llamados lanceros libre, son reporteros experimentales que al no encontrar oportunidad laboral en un medio informativo andan solitariamente dedicados al encuentro de noticias y de hechos de interés a los medios. Estos periodistas brindan de información cuando ningún otro la ha obtenido.⁸⁶

2.3 LAS AGENCIAS EN EL CAMBIO DE AGENTES DE INFORMACIÓN.

A nivel mundial por la excesiva comercialización de los productos informativos que circulan por el globo terráqueo, las agencias de noticias se convirtieron en informativas por tener una gama de servicios intercambiables de todos los géneros periodísticos⁸⁷ a sus públicos, clientes, medios y a las mismas sociedades.

Un elemento fuerte de comercialización son los géneros de opinión, los cuáles se mandan a todo aquel medio que necesite mantener un clima de análisis y de opinión con las características dadas a conocer en un hecho. Este término representa la evolución de los medios informativos en materia de la construcción de una opinión pública.⁸⁸

Es así como las agencias no sólo ganan terreno contra los medios en obtener noticias, sino de ofrecer otro tipo de géneros periodísticos, como los de opinión, para orientar a las personas en busca del sentido de la realidad.

⁸⁶ RIVADENEIRA Prada, Raúl. Periodismo. Teoría general de los sistemas y ciencia de la comunicación. Editorial Trillas. México, 1988. Pág. 58.

⁸⁷ WOLF, Mauro. La investigación de la comunicación de masas. Paidós colección 2, México 1991.

⁸⁸ RODRIGO, Alsina, Miguel. “La construcción de la noticia”. Paidós Comunicación Barcelona, España 1984. Pág179.

Los editorialistas muchas veces son personas dedicadas a analizar y criticar estructuras sistemáticas cuando no cumplen su función social de ayuda al desprotegido.⁸⁹

La opinión es abordada con un marco de investigación respaldada a través de las fuentes y contactos allegados al editorialista. Él es un mediador entre el conocimiento y la realidad. Provoca que los auditorios conformen sus propias conclusiones al leer un artículo de opinión.⁹⁰

Muchas veces una relación pública con algunos articulistas de mayor prestigio por parte de los medios de comunicación hace que se han más competitivos y que tengan voces especializadas para una mejor visión periodística. Incluso hasta los mismos periodistas se vuelven conocedores de los temas, por la experiencia adquirida durante años de las fuentes cubiertas pasan a otro escalón profesional como ser columnista.

Las condiciones del ejercicio periodístico son infrahumanas por las zonas de extrema peligrosidad, y si sumamos a los medios de comunicación y prensa la carencia de personal humano y técnico, será difícil que puedan obtener información por no tener los elementos suficientes de vanguardia tecnológica, estímulos económicos y hasta la mínima capacitación.⁹¹

Las agencias satisfacen esas necesidades informativas en regiones interesadas en conocer el desarrollo del mismo país o de otras partes del mundo. También estas empresas atienden el servicio de una noticia en pedido, es decir, “si un cliente esta interesado por la misma información. Los dueños de pequeños periódicos prefieren pagarnos con el objetivo de tener un complemento en su contenido”; comentó Arturo

⁸⁹ **LÓPEZ, Manuel.** “Como se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación”. Paidós comunicación, Barcelona España 1995. Pág. 102.

⁹⁰ *Ibíd.*

⁹¹ **HERNANDEZ Calderón, Gabriel.** “El periodismo una tribuna de lucha para la transición democrática en México”. Tesis de la universidad vasco de Quiroga. Morelia, México 1998.

Bravo, Director de la Agencia Informativa de Michoacán (AIM) en entrevista realizada el 14 de abril del 2004 en su oficina.

Enfocando nuestro objeto de estudio en el Estado de Michoacán, los dueños de los periódicos no sólo buscan las noticias, sino además un complemento de otro tipo de género periodístico como los editoriales por que tienen el atributo de orientar a las personas con el objetivo de construir una visión completa y verídica del acontecer. Hoy en día, en el ejercicio de la democracia las agencias informativas de Michoacán distribuyen a los pequeños rotativos de otros municipios toda investigación en la apertura de un estado de participación social.

De acuerdo al foro de comunicación de Naciones Unidas (ONU) en una de sus políticas de comunicación afirma “que a nivel nacional, las agencias informativas deberán apoyar el crecimiento de los periódicos urbanos y rurales para que sirvan como núcleo de recopilación y difusión de noticias de cada país. Creándose redes regionales para incrementar corrientes noticiosas en el servicio de grandes grupos lingüísticos de la zona”.⁹²

La lucha de la subsistencia de los medios se logra con la información conseguida a través de la noticia por medio de ruedas de prensa, discursos, convenciones; ante todo es un ritual práctico del periodista para obtener el número de notas que su empresa le pide al día.⁹³ Pero que podría ampliarse la causa de los hechos con la indagación profunda. Que al fin de cuentas toda persona siendo profesional de la comunicación tiene que ser un investigador social de los fenómenos acaecidos y esto hace que la competencia de credibilidad coloque a cada uno en estándares de calidad y de confianza en sus publicaciones.

⁹² **MCBRIDE, Sean.** “ Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información de nuestro tiempo”. Fondo de cultura económico. México, 1993. Pág. 213.

⁹³ **RODRIGO Alsina, Miguel.** “La construcción de la noticia”. Paidós Comunicación Barcelona, España 1984. Pág. 141.

No todo acaecido es cubierto por medios, por lo que la “información era relativamente amplia y libre, además la mentira quedaba limitada por la diversidad de las fuentes. La pluralidad en cambio, significa competencia generando efectos negativos por la discusión ofensiva de los actores inmiscuidos en un determinado tópico de discusión”.⁹⁴

Toda concepción de publicar los hechos empiezan de las fuentes donde se obtuvieron los datos agotando todos los recursos para estructurar las noticias; para comprender este concepto se debe de tener una definición clara como la expone Lorenzo Gomis en su libro Teoría del Periodismo. Definición que compartimos con este autor.

La fuente son todos aquellos vínculos relacionados con el hecho siendo estos contemplados por el periodista con el fin acercarse a la verdad del mismo a través de sus opiniones y comentarios.⁹⁵

Para el teórico Mauro Wolf se entiende por este término “a todas las personas que el periodista observa o entrevista y las que proporcionan únicamente las informaciones de base a los apuntes para una noticia”.⁹⁶

En el libro publicado de Manuel López hace mención de dos tipos de fuentes: vivas y documentales. Las primeras también llamadas testimoniales sirven para comprender un hecho a través de la experiencia de un experto o actor en el mismo; para eso es necesario que exista un testimonio⁹⁷, el cual se utiliza para escribir un relato para desprender la noticia.

⁹⁴ DURADIN, Guy. *“La información y desinformación de la realidad”*. Paidós, España, 1993. Pág. 14.

⁹⁵ GOMIS, Lorenzo, *“Teoría del Periodismo. Como se forma el presente”*. Ed. Paidós. Barcelona, España 1991.

⁹⁶ WOLF, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós colección 2, México 1991. Pág. 254.

⁹⁷ LÓPEZ, Manuel. *“Como se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación”*. Paidós comunicación, Barcelona España 1995. Pág. 55.

Mientras la primera es un testimonio, la documental es todo documento escrito constituyéndose por varias clases de archivos con la función de mantener presentes los hechos anecdóticos e históricos⁹⁸.

Toda investigación debe de contener tanto datos duros en las fuentes documentales como los testimonios y declaraciones.⁹⁹ Por lo que el periodista se vuelve un investigador inalcanzable para conformar una información de primera mano y perfecta que oriente a los receptores y público en general.

Una buena interrelación de los contactos con el periodista mantendrá un entorno informativo fluente de las noticias. Pero sin duda, ambas partes se necesitan por lo que la relación debe de contener una comunicación constante tomando en cuenta la valoración de respeto del trabajo que cada una de las partes realiza en el sistema social.

Desde la perspectiva de Miguel Rodrigo Alsina en su libro "La construcción de la noticia" clasifica tres tipos de relaciones entre la fuente y el periodista¹⁰⁰.

a) Puede darse un total de independencia entre la fuente y el periodista. Es decir, hay distanciamiento entre el que produce la noticia y el que informa sobre la misma.

b) La fuente y el periodista cooperan. Fuente y periodista tiene objetivos comunes: uno necesita que una determinada información se publique en el periódico y el otro necesita obtener noticias para satisfacer a sus superiores. Encaminada esta relación a la imagen propagandística y a la simpatización del periodista con la fuente.

c) La fuente es la que prácticamente hace la noticia. Caso comunicados oficiales o testimoniales.

⁹⁸ **LÓPEZ, Manuel.** "Como se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación". Paidós comunicación, Barcelona España 1995. Pág. 55.

⁹⁹ *Ibíd.*

¹⁰⁰ **RODRIGO Alsina, Miguel.** "La construcción de la noticia". Paidós comunicación. España Pág 117.

Con la pluralidad de los diversos medios que tienen apertura de publicar o descartar la noticia, de confiar o dudar de la fuente.

Los patrones de conducta organizacionales de las empresas periodísticas deciden que se debe publicar y que no, así del tratamiento de la información. La apertura de la publicación es el efecto más significativo de la democracia por la gran diversidad de los medios de comunicación, dejando que reporteros y periodistas nutran de ávida información los espacios y páginas con hechos verídicos.

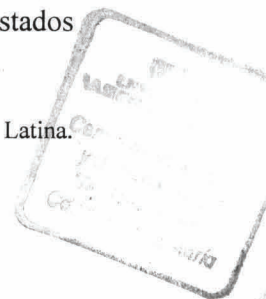
Retomando un poco los antecedentes históricos endeble, la información de los flujos de información (canales de distribución) por las naciones imperialistas ha provocado en los pueblos subdesarrollados que entren en total subinformación por la manipulación ideológica a las respectivas naciones donde ejerce su poder importador de noticias.

“El monopolio de las agencias norteamericanas tiene doble sentido, el de importar las noticia, y suministrar aquellas que atenten o lesionen los intereses imperialistas del mercado informativo”.¹⁰¹

Podemos observar como se crean imágenes míticas con el hecho de sacar noticias, más no de informar, un ejemplo de significado atribuido a todo el mundo árabe, siendo esta cultura un sinónimo de cáncer del terrorismo organizado. Esto por la información generada por medio oriente a través de las agencias norteamericanas o servicios especiales que mandan a la base central y a toda América. En los conflictos bélicos en los Estados Unidos se ha dado este estado de desinformación con un cinismo impresionante de descalificación. Por lo que la información generada lleva un doble discurso en la realidad de los hechos.

La guerra en Vietnam, y la actual en Irak encubren a los gobiernos en mantener subinformado a la población con noticias que representan una imagen favorable a las decisiones tomadas por el Estado Mayor y a los hechos ejercidos por los Estados

¹⁰¹ **DÍAZ Rangel, Eleazar.** Pueblos subinformados. Las agencias de noticias y América Latina. Cuadernos de nuestro tiempo. Dirección cultural de la universidad de Caracas, Venezuela. 1967.



Unidos de América. Estos acaecidos son noticiables, mientras que la muerte de soldados, el deceso de civiles y las manifestaciones en las calles quedaban al margen de ser difundidas para crear conflicto con la reputación de las autoridades norteamericanas.¹⁰²

Los tiempos no son estáticos, menos la sociedad. Se pide a las personas que participen, pero lamentablemente los intereses económicos y políticos son muchos, por lo que si se pretende crear un mundo global, ficticio por supuesto, es necesario que los medios de comunicación y las agencias sean libres de informar los distintos hechos que tienen relación con un sistema noticioso. A esto Parson le llama “el acto-unidad”.¹⁰³

El hecho que Parson llama “acto-unidad” es aquel hecho que comprende a otros actos sucedidos y estos pueden desglosarse en otros hechos que pueden ser de mayor trascendencia y con ciertas consecuencias que el inicialmente informado¹⁰⁴.

El obrar de los medios debería de ser libre en la forma de expresar e informar, y no estar atado de manos por la burocracia de las autoridades, y no sólo en la visión de Estados Unidos en todo el mundo. Se debe de comenzar de señalar un hecho y no perder el desglose del mismo hasta que este nos lleve a una mayor trascendencia para la sociedad.

Es necesario no generalizar que en todas las agencias informativas o en medios de comunicación esconden y confunden a la opinión pública; hay instituciones respetables con deficiencias e ideales firmes que luchan por esa abnegada libertad de expresión, ratificándose en sus códigos éticos organizacionales. Aparte que los periodistas, parte angular del eslabón perdido, utilicen del arte de la pluma, su compañera inseparable, en expresar sus opiniones formales que constituyan a conformar la libertad de expresión y de pensar de la sociedad civil.

¹⁰² DOMÍNGUEZ Augusto. *Manipulación de las masas en América Latina*. Revista Mexicana de Comunicación Número 23 revisada el 23 junio de 2004.

¹⁰³ GOMIS, Lorenzo, *“Teoría del Periodismo. Como se forma el presente”*. Edit. Paidós. Barcelona, España 1991. pp. 51.

¹⁰⁴ *Ibíd.*

Por lo tanto, las agencias de “noticias” dejaron de ser cablegráficas con boletines, hoy en día debemos de atribuirles el termino “informativas” a todos aquellos organismos encargados de ofrecer una gama inmensa de hechos en los distintos géneros periodísticos. Además de servicios digitales como audio, video y fotografía.

2.4 OBSTÁCULOS DE CRECIMIENTO.

El crecimiento profesional de las agencias informativas, y de todos los medios de comunicación en general, es escueto por la falta de legalidad y normatividad de leyes que regulen esta materia. Aparte muchas voces han llamado por la violencia y asesinato de los periodistas a través de la historia de las gestiones autoritarias de los gobiernos que coartaban la libertad de expresión y promovían la censura.

Con la transición democrática del cambio de partido político en el poder, la persecución de periodistas por el gobierno se ha reducido, ya que, los asesinatos de los periodistas ha disminuido considerablemente a lo que era los años 60s y 70s.

Los periodistas asesinados en el año de 2004 son: Roberto Mora el 19 de marzo, fungió como director editorial del periódico *El Mañana*, en la ciudad fronteriza de Nuevo Laredo, en el estado de Tamaulipas, al noreste de México; Francisco Javier Ortiz Franco fue asesinado en Nuevo Laredo, Tamps., periodista y editor del semanario tijuanense *Zeta*. Victimado el 22 de Junio en Tijuana, Baja California; Francisco Arratia Saldierna, Matamoros, Tamps. El 31 de agosto, colaboró en el periódico de Internet "En Línea Directa" -de Reynosa-, en El Imparcial y El Regional, de Matamoros, así como en los periódicos El Mercurio y El Cinco, ambos de Ciudad Victoria y por último, Leodegario Aguilera Lucas, en Acapulco Guerrero, el 8 de septiembre, colaboró para la revista Mundo Político.¹⁰⁵

¹⁰⁵ www.cepet.org.mx. datos sacados en esta página en el año 2004.

Estas son algunas cifras de atentados contra periodistas por Centro de periodismo y Ética Pública (CEPET). Revisada la página en mayo de 2006 **Cuadro 1 y Cuadro 2.**¹⁰⁶

Atentados a la Libertad de Expresión.

CUADRO 1. Gobierno del presidente Vicente Fox

Años	Asesinatos	Agresiones (incluye muertes)
2001	2	126
2002	2	100
2003	0	76
2004	5	Por determinar
2005	2	
Total	11	

¹⁰⁶ Ibíd. Cuadros sacados en 19 de junio de 2006.

Cuadro 1. Elaborado por el CEPET, Centro de Periodismo y Ética Pública con datos de la Red Mexicana de Protección a Periodistas.

Cuadro 2. Gobiernos anteriores.

Sexenio	Asesinatos	Agresiones (incluye muertes)
Luís Echeverría	6	
José López Portillo	12	
Miguel de la Madrid	33	
Carlos Salinas de Gortari	46	520
Ernesto Zedillo	24	865
Total	121	

Cuadro 2. Elaborado por el CEPET, Centro de Periodismo y Ética Pública con datos de la Red Mexicana de Protección a Periodistas.

Cuadro 3. Asesinatos de periodistas en el sexenio del Presidente Vicente Fox.

1	19 de febrero de 2001	José Luis Ortega Mata. Director de publicación del Semanario de Ojinaga, fue abatido con dos balas en la cabeza. Tenía encima la cartera y el aparato de fotos. Este semanario, publicado en Ojinaga, en el Estado de Chihuahua (Norte), se distribuye en el Norte del Estado y al otro lado de la frontera, en Odessa y Midland, en el Estado de Texas
2	24 de marzo, 2001	Saúl Martínez. La policía encontró, a bordo de su automóvil y con cuatro balas en la cabeza, al director adjunto del diario El Imparcial, editado en Matamoros, Tamaulipas. Había desaparecido la víspera por la noche. Presumiblemente, fue secuestrado mientras iba al aeropuerto, donde tenía que recoger a un colega.
3	16 de octubre, 2002	José Miranda Virgen. La muerte del columnista del diario Sur de Veracruz, sucedió en circunstancias por demás sospechosas ya que pereció luego de una explosión en su domicilio. De acuerdo con las indagaciones la fuga de un cilindro se concentró en la cocina, donde ocurrió la explosión.
4	1 de enero, 2002	Félix Alfonso Fernández. La policía detuvo en el lugar del crimen a Marín Beldar y Carlos Domínguez, supuestos guardaespaldas del informador, quienes revelaron haber sido contratados luego de que la víctima fue amenazada de muerte presuntamente por Raúl Rodríguez Barrera, ex alcalde, ex comandante de la Policía Judicial Federal y compadre del narcotraficante Gilberto García Mena, El June.
5	19 de marzo, 2004	Roberto Mora García. Director editorial del periódico <i>El Mañana</i> , de Nuevo Laredo, Tamaulipas, de reconocida integridad y distinguida trayectoria en medios del noreste del país, fue asesinado al llegar a su departamento. Criticaba duramente a la corrupción policiaca y la complicidad de las autoridades con la delincuencia organizada. La policía detuvo a Mario Medina, de 23 años, estadounidense, como presunto autor material. Mario Medina fue asesinado dentro de la cárcel el 13 de mayo de 2004. La comisión <i>En Memoria</i> , que da seguimiento al caso, reveló que el arma con la que presuntamente fue asesinado el periodista no coincidía con las heridas en el cuerpo de la víctima, entre otras graves anomalías
6	31 de agosto, 2004.	Francisco Arratía Saldierna. Asesinado en Matamoros, Tamps. Columnista, colaborador de diversas publicaciones. La policía detuvo al ex militar Raúl Castelan Cruz, identificado como integrante del grupo de sicarios conocidos como "Los Zetas", el brazo ejecutor del cartel del Golfo.

		Ninguna otra detención fue hecha pública pese a que en las declaraciones hechas públicas el detenido implicó a otros cómplices.
7	22 de junio, 2004	Francisco Javier Ortiz Franco. Asesinado en Tijuana, B.C., era coeditor del semanario Zeta, según informes oficiales la investigación fue atraída por la PGR, en el crimen se implicó al cartel de los Arellano Félix. Su ejecutor le disparó cuando se disponía a poner en marcha su vehículo en cuyo interior se encontraban sus dos hijos, de ocho y diez años. Ortiz Franco formaba parte de una comisión creada por el gobierno y la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), para investigar el crimen de Héctor Félix Miranda , también ex colaborador de Zeta, ocurrida en 1988. El crimen fue el tercer atentado contra Zeta.
8	8 de septiembre del 2004	Leodegario Aguilera Lucas. Era editor de la revista <i>Mundo Político</i> . La Procuraduría de Justicia de Guerrero informó que los restos presentaban disparos y el cuerpo había sido incinerado. Había sido secuestrado por varios sujetos armados la madrugada, 22 de mayo, 2004, en Acapulco. La policía capturó a tres de sus presuntos victimarios pero ante el juez se desdijeron y dijeron haber sido torturados.
9	28 de Noviembre, 2004	Gregorio Rodríguez Hernández, reportero gráfico de <i>El Debate</i> , de Sinaloa, era el corresponsal en Escuinapa, Había recibido amenazas por fotografías de narcotraficantes que había tomado recientemente. Fue acribillado mientras cenaba en compañía de sus dos hijos. Las autoridades dijeron que había sido ejecutado por sicarios del narcotráfico y detuvieron a un joven de 20 años.
10	6 de Abril, 2005	Raúl Gibb Guerrero, director del periódico <i>La Opinión</i> , de Poza Rica, Veracruz, fue acribillado cuando viajaba en su vehículo por la carretera. Los agresores dispararon desde otro vehículo y luego escaparon. Un año antes había sido víctima de un intento de soborno para no publicar noticias sobre robos a PEMEX, aunque existen también sospechas de que fue el atentado fue obra del narcotráfico.
11	16 de Abril, 2005	Guadalupe García Escamilla. Falleció después de varios días de hospitalización tras un ataque a balazos cuando se disponía a ingresar a las instalaciones de la estación XHNOE Stereo 91, en Nuevo Laredo, Tamaulipas.

El periodismo carece de la normatividad que apoye su profesionalidad en la sociedad y entre las fuentes, por lo que su seguridad corre peligro por los ataques violentos que recuerdan un pasado oscuro sin resolver y actualmente se siguen suscitando este tipo de hechos contra los periodistas que su única función es ser un ente al servicio de la humanidad.¹⁰⁷

Esta profesión no sólo está devaluada, está pisoteada por grupos ajenos y por los mismos medios informativos. Es cierto, es una carrera dura, pero no es de desmeritar su trabajo realizado incluso por sus propios jefes o dueños de los medios.¹⁰⁸

Los medios de comunicación están en las manos de personas que sin tener título o cédula profesional trabajan sin conocimiento alguno en la comunicación y en la información. El periodismo es considerado un oficio.¹⁰⁹ El cual debe de promover la profesión del periodismo a través de las universidades públicas y privadas; así como por las asociaciones y gremios de periodistas.

La parte medular de enjuiciar la labor de las personas que colaboran con un medio de comunicación o en la prensa, es que actualmente para los medios de tradición no importa un título o cédula profesional, con experiencia empírica o de formación académica, con estudios o sin ellos, uno de los principales problemas son los bajos salarios.

Esta es la causa principal del retiro profesional de varios periodistas, debido a la violencia sufrida por grupos y elites sociales provocando la declinación profesional y el ejercicio en otra faceta laboral. Sólo en Michoacán, los salarios del periodista oscilan entre 3 mil a 8 mil pesos mensuales en la mayoría de los medios de comunicación.

¹⁰⁷ LEÑERO, Vicente. “Los periodistas”. Ed. Joaquín Martín. México DF, 1978.

¹⁰⁸ HERNANDEZ Calderón, Gabriel. “El periodismo una tribuna de lucha para la transición democrática en México”. Tesis de la universidad vasco de Quiroga. Morelia, México 1998.

¹⁰⁹ Ibíd.

A pregunta expresa se le cuestionó a Francisco García Davish, director de la agencia Quadratín, en entrevista para este trabajo de investigación sobre cual era la cantidad en promedio que recibían los reporteros que laboran en este medio informativo; contestando “ la experiencia empírica determina el valor que ellos quieran vender su trabajo, lo que se ve actualmente es que la demanda de trabajo es mucha pero muy poca oferta de reporteros que tengan experiencia profesional por que apenas egresan de las escuelas”.

Se le repitió la pregunta sobre los sueldos que se suministran para su personal, mencionando que “era \$6,500 pesos a los experimentados y a los que empiezan en promedio \$ 3,000 pesos”.

La legitimidad de la profesión debería de elevarse a una condición profesional en materia de legislación, formar un código del ejercicio periodístico a favor de una ley de protección a los periodistas.¹¹⁰ Aunque primero se debió empezar por una ley del profesionalismo de esta carrera en vez de una ley al acceso a la información.

En líneas anteriores de este subtema se muestra un panorama general de los obstáculos del periodismo hacia una transición democrática por los que es necesario enmarcar los problemáticas reales que a continuación se comentan específicamente.

1. Obstáculo legislativo. Es el pilar central para la regulación de las normas constitucionales en el ejercicio periodístico, sin este elemento indispensable se coarta la libertad de expresión y el derecho al acceso a la información.¹¹¹

El Estado mexicano no acelera el proceso de legislación de los medios de información en cuestiones del quehacer y seguridad de los periodistas. Falta llenar este vacío insípido en materia de comunicación social y de información, y obtener una

¹¹⁰ **HERNANDEZ Calderón, Gabriel.** “El periodismo una tribuna de lucha para la transición democrática en México”. Tesis de la universidad vasco de Quiroga. Morelia, México 1998. Pág. 45.

¹¹¹ *Ibíd.*47.

nación realmente democrática sin barreras que detengan el proceso de comunicar la verdad, aún cruda en los recuerdos de fantasmas que la limitaban.

Otra cuestión importante en la legislación mexicana será cuantificar a los medios de comunicación como aparatos críticos con solvencia económica lícita de los mismos y lograr estándares plurales e independientes a favor de una variedad de material editorial entre el lector.¹¹² La transparencia de los tres niveles de gobierno convocará a que los representantes de la prensa estimulen la actividad periodística comprometida con la sociedad, a través de la credibilidad y la confiabilidad; promoviendo la regulación de las actividades sin turbias anomalías del Estado mexicano para que la ciudadanía sea participe de las decisiones nacionales.

Con el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI) se tiene la posibilidad de acceder a los documentos “públicos” sin ninguna restricción jurídica o burocrática. Además en conjunto con varias asociaciones democráticas se producen espacios de voz ciudadana sobre las necesidades de la población mexicana.¹¹³

Sin embargo, a nivel federal no se han creado institutos independientes de la administración pública o establecido un marco jurídico que regulen esta materia dejando desprotegidas las reglas claras y precisas donde se tenga una real aplicación sobre el derecho a estar informado y a hacer uso correcto de la libertad de expresión del periodista sin que se confunda a la opinión con leyes “mordaza”.¹¹⁴ El punto de debate es la confusión de la ética con el derecho. Ambos se contraponen entre sí, pero más en cambio son complementarios.

En el sexenio del Dr. Ernesto Zedillo Ponce de León hubo confusiones en el sentido que el poder Ejecutivo retrasó la propuesta jurídica debido a que los medios no deben estar reglamentados por el Estado, ya que los medios mismos deben

¹¹² **HERNANDEZ, Gabriel.** “El periodismo, una tribuna de lucha en la transición democrática”. Tesis de la universidad Vasco de Quiroga. 1997. Pág. 47.

¹¹³ **CORRAL Jurado, Javier.** Medios de Comunicación y transición política: La reforma pendiente. Revista Mexicana de Comunicación. Año 2003. Número 17.

¹¹⁴ *Ibíd.*

autorregularse con sus códigos de ética y normas periodísticas para ejercer el derecho a las libertades de expresión.¹¹⁵

“Los ciudadanos son libres por que existe una democratización de los medios regida fundamentalmente en dos principios: Por el de la responsabilidad legal de un marco jurídico acorde a las nuevas realidades, pero también al esfuerzo de carácter deontológico, de autorregulación ética que establezca compromisos de deberes y obligaciones de los comunicadores y de los medios con la sociedad” Comentó el ex Diputado Javier Corral Jurado, Presidente de la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía de la H. Cámara de Diputados (1997-1999).¹¹⁶

Llegamos a un nuevo milenio, sin actualizar el régimen jurídico en materia de libertades de expresión y de derecho a la información que a nivel federal unifique criterios de cómo regir el cumplimiento de los medios de comunicación en México. Realmente el debate se centra en que las leyes que se tienen en la materia son obsoletas debido a que la ley vigente es la de 1917 con la ley de imprenta,¹¹⁷ por lo que la regulación a las nuevas tecnologías hace inoperante esa normatividad jurídica y lo mas interesante es que a una excepción jurídica se entra en una dualidad sobre si los medios informativos son impunes o legítimos por el simple hecho de tener la libertad de informar.

“La democracia es hoy un valor universal que a diario conquista y reclama nuevos espacios. En un sistema democrático de derecho no puede ver poderes impunes ni ilimitados. La teoría y práctica democráticas sugieren ante todo la presencia de contrapesos y equilibrios a todos que dentro de la formalidad y constitución del Estado o fuera de él, ejercen un poder indiscutible; y es este aspecto en el que nadie discute el enorme poder ejercido por los medios en la vida de la nación y no deben estar ajenos a

¹¹⁵ **MORGAN Franco, Rocío del Carmen.** ¿Deben legislarse los medios de Comunicación? Revista Mexicana de Comunicación. Año 2003. Número 17.

¹¹⁶ **CORRAL Jurado, Javier.** Medios de Comunicación y transición política: La reforma pendiente. Revista Mexicana de Comunicación. Año 2003. Número 17.

¹¹⁷ **MORGAN Franco, Rocío del Carmen.** ¿Deben legislarse los medios de Comunicación? Revista Mexicana de Comunicación. Año 2003. Número 17.

esta obligación”.¹¹⁸ Aseveró la Ex Diputada de PAN de la LVII legislatura del Congreso de la Unión. Rocío del Carmen Morgan Franco.

2. Obstáculos Económicos. El más obvio de las problemáticas crecientes en lo personal y colectivo. Los intereses políticos y sociales han incitado a los dueños de los medios de comunicación y a los mismos periodistas ha formar parte de la red interminable de corrupción a través de hábiles formas de relaciones públicas por parte de sus fuentes, conocidos, funcionarios y políticos por la simple razón que les disgustaría verse publicados en un aparente escándalo.¹¹⁹

Las formas de acceder los periodistas son por medio de la práctica del “chayotazo”,¹²⁰ la cual consiste en que la parte posiblemente afectada ofrezca dádivas significativas al periodista, dinero o en especie, para tranquilizar la atmósfera noticiosa del discurso en la publicación. Comprando la pluma del discurso de la información del reportero o periodista.

En Michoacán, los medios de comunicación erogan marginales cantidades en los sueldos de su personal; dependiendo el grado de experiencia de un periodista y del sistema laboral del medio de comunicación al perteneciente, los reporteros obtienen salarios que oscilan entre 3 mil a 6 mil mensuales.

Pero mostramos en el **Cuadro.4** los salarios de los periodistas de algunos medios de comunicación estatales, aclarando que estos sueldos son la media de lo que se percibe en cada medio de comunicación, más no es general, debido a que se toma en cuenta las aptitudes y desarrollo profesional de cada reportero a través de los años.

¹¹⁸ MORGAN Franco, Rocío del Carmen. ¿Deben legislarse los medios de Comunicación? Revista Mexicana de Comunicación. Año 2003. Número 17.

¹¹⁹ HERNANDEZ, Gabriel. “El periodismo, una tribuna de lucha en la transición democrática”. Tesis de la universidad Vasco de Quiroga. 1997. Pág. 49.

¹²⁰ *Ibíd.* Pág. 49

Investigación realizada de los sueldos en el año de 2004.

Cuadro.4. Salarios de los reporteros en Morelia de los medios de comunicación y las agencias Informativas. Cantidades mensuales (Año 2004).

	De	A
Agencia Informativa de Michoacán	\$ 2,000	\$ 4,000
Agencia Quadratín	\$ 3,000	\$ 6,000
Agencia Cuásar	\$ 2,000	\$ 4,000
Periódico Cambio de Michoacán	\$ 2,000-\$ 3,500	\$ 4,000-\$ 7000
Sistema Michoacano de Radio y Televisión	\$ 4,000	\$8,000
Periódico Provincia	\$ 2,800	\$ 5,600
Canal 13 Michoacán	\$ 2,000	\$ 4,000

3. Obstáculos Profesionales. Este marca efectivamente la implementación de tareas políticas de carácter profesional. La crónica de la escasez de recursos y el acoso, que ha sido frecuente, han hecho que por lo general la oposición política haya tenido que improvisar tanto su comunicación como a sus comunicadores, dando por resultado una comunicación con alto grado de ineficiencia y en, consecuencia, penetración escasa de la opinión pública.¹²¹

Sumando a lo anterior esta la competencia profesional de los medios de comunicación por mantenerse en la lucha constante de la información y tener la mayor cobertura de comunicación y propaganda de las administraciones de los gobiernos federales, estatales y municipales.¹²² Esta competencia denigra lo profesional a lo desleal debido a los intereses del personal que cada ente representa en sus empresas periodísticas por la tendencia ideológica.

4. Obstáculo Organizacional. La comunicación en todos los niveles sociales esta regida por los derechos y obligaciones de cada sociedad civil, grupo o partido político. Estos subsistemas en el complejo sistema social contribuyen a resolver deficiencias en los procesos por medio de la comunicación y de hacer consensos en el mejoramiento de la colectividad social en su conjunto.

La comunicación de los grupos y asociaciones deberá de mantener vínculos de retroalimentación en las demandas y propuestas con los poderes del Estado logrando la equidad y justicia que cada sector requiere y sin desestabilizar el orden sistemático de los demás grupos.¹²³

“La construcción de los consensos es un papel que corresponde primordialmente a los medios de comunicación, aún cuando los partidos han sido rebasados por la sociedad civil y, ya no son los canales de participación”. Aseveró Gabriel Hernández,

¹²¹ HERNANDEZ, Gabriel. “El periodismo, una tribuna de lucha en la transición democrática”. Tesis de la universidad Vasco de Quiroga. 1997. Pág. 52.

¹²² *Ibíd.*

¹²³ *Ibíd.*

Jefe del Departamento de Difusión Cultural de la Coordinación de Comunicación Social.¹²⁴

5. Obstáculo de cultura de agencia. Este punto es uno de los problemas importantes en la distribución de información hacia un último destino. No existe esta cultura por el simple hecho de que varios medios de comunicación establecidos en el Estado cuentan en sus filas con reporteros y equipo preparado para perseguir la noticia, y cuando estos no la obtienen la fusilan de un comunicado de Prensa, de un compañero o simplemente no la publican.

Eliseo Caballero, corresponsal de Televisa y agencia Cuásar, aseguró en entrevista del 16 de mayo de 2004 “la problemática de la agencia es que no hay cultura de las mismas por los demás medios de comunicación y por las mismas dependencias en el Estado de Michoacán. Esta falta de cultura hace que poco a poco las personas demanden información por lo que las cosas deben de cambiar”.

Mientras tanto en contraparte el director de la agencia Quadratín, Francisco García Davish comentó en la entrevista realizada el 27 de abril del 2004 que la problemática de las agencias informativas era el nulo conocimiento por que se le tiene que explicar a los medios de comunicación y prensa, cual es la función de la agencia y por que su comercialización del servicio. “No había cultura de este medio. Las otras dos agencias manejan otro rol por las características genéricas de la otra sociedad”. Puntualizó que la sociedad al cambiar su actitud también cambio su percepción de los medios y de sus demandas, ahora en día, las personas demandan la verdad de los hechos y no la falsificación o manipulación.

“En la medida que el medio de comunicación trate de manipular es detectable por la sociedad por el contrapeso que juegan otros medios informativos y la demanda social sobre la cuestión de debates”. Francisco García Davish. Director de Agencia Quadratín y corresponsal del Diario Milenio.

¹²⁴ HERNANDEZ, Gabriel. “El periodismo, una tribuna de lucha en la transición democrática”. Tesis de la universidad Vasco de Quiroga. 1997. Pág. 42.

CAPÍTULO 3: LAS AGENCIAS INFORMATIVAS Y LA DEMOCRACIA.

Construir una sociedad con oportunidades iguales y con beneficios de equidad se obtiene con la democracia participativa de todos sus miembros; conseguir que la gente hable, juzgue, se manifieste y elija los rumbos de la nación constituye cambio de actitud en el interés de los hechos que forjan cotidianamente nuestra historia ciudadana.

En este presente capítulo se expondrá la importancia de los medios de comunicación como el cuarto poder para construir las condiciones de una pluralidad informativa y participativa de los ciudadanos que pasan de una democratización hacia las bases de una democracia social.

Por lo tanto, en presentes capítulos se explicará los temas que sirven de elementos para lograr una participación más efectiva de las personas. Dentro de los subtemas esta la ciudadanía e información, el derecho a la información como garantía constitucional, la manipulación de los hechos que atentan a la democracia y además de conocer los puntos esenciales e ideales del código de ética del periodista.

El por que tratar estos apartados es dar la relevancia de que todo medio periodístico tiene la finalidad de coadyuvar al bien social y al ser nuestro objeto de estudio las agencias informativas no debe de pasar inadvertido.

3.1 CIUDADANÍA E INFORMACIÓN.

Debemos de tomar en cuenta que toda información debe de llegar a un destinatario como lo es la sociedad, y que a su vez están establecidos en grupos ciudadanos para tomar decisiones que beneficien al bien colectivo.

Toda difusión de hechos debe de repercutir en los sectores sociales de manera positiva o negativa con la convicción de fomentar grupos de discusión y de crítica sobre los casos sociales, políticos y económicos. El informarse se necesita de un nivel de educación de las personas para analizar las situaciones, analizar las estructuras o modelos de seguimiento de la conducta social y la búsqueda de alternativas de solución a los problemas habituales.¹²⁵ Así la ciudadanía hará de la información un derecho virtuoso insustituible en la cultura democrática nacional. Teniendo como principal derecho la seguridad a la libertad.

Dentro de las hipótesis democráticas, propuestas por Herber Altschull considera que en una democracia, el pueblo es quien gobierna. Debido a que las decisiones tomadas por el votante en las casillas electorales se basan en la información que disponen por los medios de noticias. De ahí que la sobrevivencia de la democracia es una sociedad libre donde el flujo de información de los ciudadanos debe provenir de las empresas periodísticas que también son libres.¹²⁶

“El ciudadano es el sujeto esencial de la democracia y del destinatario final de la comunicación”,¹²⁷ toda comunicación, en todos los niveles, depende del grado de información obtenida por las personas con el fin de tener conocimientos de los hechos

¹²⁵ **BOBBIO, Norberto.** “Estado, Gobierno y sociedad”. Fondo de cultura económico. Impreso en México, 1996. Pág. 78.

¹²⁶ **ALTSCHULL, Herber.** Agentes de poder. La influencia de los medios informativos en las relaciones humanas. Ed. Publigráficos. México 1988. Pág. 17.

¹²⁷ **CORRAL Jurado,** Javier citado por ESTEINOU, Madrid, Javier. El derecho Comparado de la libertad de la información. PP 13.

actuales y tener el poder de argumentar sus opiniones e ideas generando participación social entre los miembros de su grupo.

Desde esta óptica Norberto Bobbio considera que la participación social de los sectores o grupos sociales se da a través de la opinión pública, siendo los representantes o líderes de los grupos quienes fungen como informadores, usando de canal un medio de comunicación, para informar los hechos que afectan sus propios intereses colectivos. Al fin de cuentas la diversidad de la sectorización social abrirá caminos participativos para consolidar la democracia nacional anhelada.¹²⁸

La socialización entre los individuos y su participación ha generado evolución en materia de interés sobre las situaciones que viven cotidianamente; por lo que el público como espectador de las cosas ha quedado rezagado en el pasado al igual que las viejas estructuras gubernamentales de opresión y manipulación en los contenidos informativos.

La participación y la opinión de comentarios ha desarrollado modelos de socialización entre la relación gobernados y gobernadores, poniendo entre estos dos a los medios de comunicación, prensa o en su defecto agencias informativas como vigilantes de las acciones de ambas partes.¹²⁹

La fuente informativa es un elemento trascendental en generar hechos democráticos constituidos en participación de los sectores y lograr un equilibrio de bienestar social entre las personas.

Debido a que ésta lleva el peso específico de difundir un conocimiento palpable demostrándose a través de la experiencia de quien emitió información en un canal de

¹²⁸ **BOBBIO, Norberto.** "Estado, Gobierno y sociedad". Fondo de cultura económico. Impreso en México, 1996. Pág. 80.

¹²⁹ **RODRIGUEZ Castañeda, Rafael.** "La Prensa vendida. Los periodistas y los presidentes: 40 años de relaciones". Grijalbo. México D.F. 1993. Pág. 246.

comunicación, es la sociedad, dividida en sectores sociales, quienes pueden ratificar o refutar ese conocimiento emitido por un actor importante.¹³⁰

Así la fuente se convierte en un instrumento de conocimiento ciudadano donde la sociedad civil lo acepta o lo rechaza con la práctica real. Es por eso que la democracia se convierte en el cerebro de un cuerpo social cumpliendo los distintos órganos; su función correspondiente para el desarrollo del mismo en su conjunto.¹³¹ La democracia contemporánea constituye órdenes a estos órganos con el fin del ejercicio de la libre expresión y de la difusión de las demandas. Y sin ella no se puede dar sin que la sociedad este informada para participar.

“A esto hay que agregar que la información debe ser de interés ciudadano y realmente se informe más no la distraiga de hechos importantes con otros insignificantes que podrían oscurecer la vida nacional y la manipulación del público”. Esto expuso Adrián García, reportero de la agencia Quadratín.

“Para tener temas superficiales en los medios, superfluos y epidermis de todo y no lo que realmente necesitamos hace una especie de precondition de la democracia, por que de acuerdo a los críticos y democráticos, la mayor apertura en la Prensa, Radio y Televisión conducirá a un camino democrático”. Según la apreciación de Sergio Torres Delgado actual director de estrategia e investigación de medios del departamento de la Coordinación de Comunicación Social del Estado de Michoacán.

En este México contemporáneo, las alternativas de información son los cimientos de los nuevos medios de comunicación que surgen para brindar una opción fresca sobre la veracidad, la credibilidad y la realidad. Una forma de poder es la obtención de conocimientos que influyan en las decisiones del país y que se reclame el derecho del bien común nacional.

¹³⁰ **GOMIS, Lorenzo**, “Teoría del Periodismo. Como se forma el presente”. Edit. Paidós. Barcelona, España 1991.

¹³¹ **BOBBIO Norberto**. “Estado, Gobierno y sociedad”. Fondo de cultura económico. Impreso en México, 1996. Pág. 54.

Pero cuando se tocan problemas democráticos se dice que esta empieza cuando la ciudadanía sufre de ingobernabilidad por la gran cantidad de demandas que el aparato del estado no puede cumplir, por lo que la democracia es patentada por las reacciones sociales generadas en desacuerdos, muchas veces sin corresponder a sus intereses colectivos ante el gobierno.¹³² Esto podrá mejorar con la democracia participativa de la ciudadanía.

Es necesario ejemplificar, la democracia participativa son los Consejos populares implementados por el gobierno de Lázaro Cárdenas Batel, Gobernador del Estado de Michoacán, con este tipo de Consejos coadyuvan a hacer participar a los miembros de un grupo social por el bien común. Pero una muestra de contribución social en Michoacán esta el caso palpable del municipio de Chinicuilá, éste al ser uno de los siete más pobres en el Estado¹³³ ha puesto a todos los ciudadanos michoacanos la muestra de la participación ciudadana dentro de los sectores desprotegidos. Con una organización entre sus habitantes conformó un proyecto de Comité Popular con el fin de gestionar en consenso las acciones del presidente municipal de esa comunidad.

La democracia participativa vislumbró cada una de las desiciones tomadas en conjunto entre los habitantes, ya que, en su momento estuvo entre los 10 finalistas del Premio de Gobierno y Gestión Local 2004. Premio Otorgado por el Centro de Investigación y Docencia Económica (CIDE) y fundación Ford.¹³⁴

Noemí Vargas Anaya, colaboradora del Periódico Cambio de Michoacán, considera en su artículo de opinión publicado el 14 de noviembre de 2004. "Reconocer la gestión de los municipios por la interlocución entre gobiernos y ciudadanía, estrategias creativas de promoción del desarrollo local, nuevas prácticas que fortalecen

¹³² **BOBBIO, Norberto.** "Estado, Gobierno y Sociedad" Fondo de cultura económico. Impreso en México. 1996. Pág. 57.

¹³³ **PONCE Morales, Samuel.** "El Consejo Popular; parte importante en la administración de Chinicuilá" Nota del 10 de Noviembre de 2004 en el Periódico Cambio de Michoacán. Año XIII, Número 4372 Págs. 16-17.

¹³⁴ **PONCE Morales, Samuel.** "El Consejo Popular; parte importante en la administración de Chinicuilá" Nota del 10 de Noviembre de 2004 en el Periódico Cambio de Michoacán. Año XIII, Número 4372 Págs. 16-17.

la democracia y mejorar los resultados de acción gubernamental”¹³⁵. Por lo tanto, las carencias las viven los habitantes; por lo que es mejor la gestión de la sociedad civil por tener conocimiento de la situación del municipio y no ser una persona quien decida a la imaginaria los rumbos de la comunidad sin tener conocimiento de las verdaderas necesidades del municipio en general.

El recientemente ex alcalde del municipio de Chinicuila, Juan Alonso Campos expresó que la comunidad organizadamente esta gestionando con los miembros del consejo popular, encargados del orden y con los jefes de tenencia, quienes han dejado atrás la figura del alcalde como líder del gobierno municipal.

“El Consejo popular sesiona la organización de la toma de recursos de maquinaria y material para la construcción de vivienda, proporcionado por la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOS); se decidió que se suministre el material a personas verdaderamente desprotegidas”.¹³⁶ Comentó el reciente ex alcalde Juan Alonso Campos.

Esta es la muestra de la clara participación democrática de la ciudadanía dentro de este municipio con su Consejo Popular que va en pro de mantener mejores condiciones de vida y lograr la integración de los habitantes. La comunicación ha sido importante en esta región por que ha fluido todo tipo de información para tomar las decisiones correctas; y así la representación del comité sesiona sobre la problemática con el objetivo de obtener la solución más razonable en conveniencia de la colectividad. Es por eso que la democracia no es sólo en urnas y sufragios, es aquí donde aparece siempre la misma cuestión ¿Por que luego de votar dejamos las decisiones en manos de los gobiernos para después criticarlos por su ineficiencia, su insensibilidad y su falta de liderazgo?

¹³⁵ **VARGAS Anaya, Nohemí.** Analista y Colaboradora del Periódico El Cambio de Michoacán en su artículo de opinión “El ejemplo de Chinicuila” del 14 de Noviembre Año XIII Número 4376. Pág. 19.

¹³⁶ **ALONSO Campos, Juan** Entrevistado por **PONCE Morales, Samuel.** “El Consejo Popular; parte importante en la administración de Chinicuila” Nota del 10 de Noviembre de 2004 en el Periódico Cambio de Michoacán. Año XIII, Número 4372 Págs. 16-17.

3.2 DERECHO A LA INFORMACIÓN.

El promover la iniciativa de acceso al derecho a la información en el Estado de Michoacán ha logrado que la ciudadanía sea un ente crítico, juzgador y vigilante de las acciones de nuestros mandatarios. Desde 1997 en que esta ley que fue propuesta por los legisladores del PRD, PAN y PT ha tomado repercusión en los varios estados de la Republica Mexicana.

Desde entonces se presentaron tres iniciativas de ley al acceso de la información en el país y de acuerdo a las necesidades de comunicación e información prevaleció la propuesta de iniciativa del grupo Oaxaca, la cual fue una iniciativa de Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental presentada el 11 de Octubre de 2001 y entró en vigor por la Publicación del Diario Oficial de la Federación el 12 de Junio de 2002.¹³⁷

Sin ser la excepción, en Michoacán entró en vigor La Ley de Acceso a la Información Pública (LAIPEMO), el 20 de Febrero de 2004 en beneficio de los ciudadanos michoacanos con el fin de regular las acciones que hace la administración pública estatal y municipal.

El Derecho de Transparencia y Acceso a la información Pública tiene como fin regular las relaciones entre Estado, Medios y sociedad sobre los alcances y limites del ejercicio de las libertades de expresión a través de cualquier medio¹³⁸.

Este derecho a informar no sólo promoverá el análisis y las aseveraciones ciudadanas abatidas por la manipulación, la falsificación y la corrupción de las actividades administrativas y gubernamentales; sino realmente abre la brecha hacia para constituir las bases de la consolidación de la democracia nacional.

¹³⁷ NAVARRO Rodríguez, Fidela en "La cuadratura del círculo democrático" de la Revista Mexicana de Comunicación. Año catorce, Número 76. Págs. 41-45.

¹³⁸ VILLANUEVA Ernesto, citado por NAVARRO Rodríguez, Fidela en "La cuadratura del círculo democrático" de la Revista Mexicana de Comunicación. Año catorce, Número 76. Págs. 38-45.

Pero ¿Por qué es importante una ley de acceso a la información para la sociedad? Desde la visión de periodista e investigadora Fidela Navarro Rodríguez explicó en su artículo “La cuadratura del círculo democrático” publicado en la revista mexicana de comunicación lo siguiente: “Tener este tipo de ley es uno de los elementos adecuados para que el gobernado participe mejor en la toma de decisiones”.¹³⁹

Y legislar en tal sentido ofrece innumerables ventajas: fomentar el principio de seguridad jurídica y de legitimidad democrática de un Estado de Derecho al dar a conocer las reglas del juego y ajustar conductas a pautas razonables y previsibles; ejercer el escrutinio activo de los gobernados sobre las actividades de los servidores públicos y de las empresas privadas que operan bajo concesión pública; incrementar la calidad del ejercicio de las libertades de expresión e información con datos y hechos (es posible pensar que a mayor acceso de la información de calidad se tendrán mayores posibilidades de ejercer activamente las libertades informativas); reducir el rumor y alentar las noticias confirmadas; reducir la discrecionalidad oficial; democratizar los espacios de la vida pública y eliminar el sistema de información privilegiada.¹⁴⁰

El esparcimiento de las ideas y desacuerdos son parte del diálogo democrático. El cual debe de estar conformado entre la demanda ciudadana y la oferta de las respectivas autoridades gubernamentales para solventar los conflictos sociales sin la imposición de barreras como la represión y el ignoramiento de los hechos cotidianos. Esta Ley de Acceso a la Información Pública pretende poner a la disposición todo conocimiento público sin detenerla burocráticamente para la participación ciudadana a través de la información requerida.

Según Eliseo Caballero, Director de la Agencia Cuasar y Corresponsal del grupo Televisa en Michoacán comentó que “ La democracia es el hecho de que la gente es crítica y genera la noticia, los políticos mandan mensajes a medias y existe la relación de lo que se recibe y de lo que se necesita”.

¹³⁹ NAVARRO Rodríguez, Fidela. La cuadratura del círculo democrático. Año catorce. Número 76. Pág. 44.

¹⁴⁰ VILLANUEVA, Ernesto. “Acceso a la información: consensos y divergencias” en Proceso número 1326, 31 de marzo de 2002, pp. 48 y 49 citado por NAVARRO Rodríguez, Fidela. La cuadratura del círculo democrático. Año catorce. Número 76. Pág. 44.

Por eso los medios de comunicación, y cualquier otro medio informativo, deben de buscar ser el canal de ese diálogo entre Estado y sociedad; y lograr con ello una comunicación integral entre ambas partes.

El derecho a la información esta al servicio de la sociedad civil, siendo el resultado de años de discusión sobre el tema de abrir archivos de la administración pública, se ha cimbrado la primera piedra en la construcción de este derecho que impulsa a las causas desprotegidas a conocer la forma de actuar de sus dirigentes para reclamar o admirarles, dependiendo el caso, de la voluntad de su gestión en servicio de los intereses colectivos.¹⁴¹

La nueva visión de democracia moderna señala que ésta no sólo se obtiene con el ir a sufragar a las urnas el voto de elección popular, ahora las tendencias democráticas de las personas son pedir resultados a las clases en el poder, incluyendo los medios de comunicación a través de su participación en las denuncias ciudadanas.¹⁴²

Así como la libre decisión de asociarse a grupos y sectores en defensa de sus intereses, ser escuchados por cualquier medio de comunicación en la demanda de sus necesidades básicas es un aspecto que ha evolucionado en la democracia moderna en la libertad de elección del medio de comunicación o prensa que defienda los principios de libertad y autonomía ciudadana más no la desinformación manipulada.

Este esparcimiento de varios medios de comunicación en el Estado ha provocado una sociedad mas abierta y critica por la cantidad de información generada en la entidad y por la forma en que cada uno atiende su agenda de trabajo sobre los temas tratados en el día. “En la medida que el medio de comunicación trate de manipular es detectable por la sociedad por el contrapeso que juegan otros medios y la demanda social es sobre la

¹⁴¹ VILLANUEVA, Ernesto. “Derecho de acceso a la información pública en Latinoamérica”. UNAM del Instituto de Investigaciones jurídicas de la facultad de ciencias jurídicas, 2003.

¹⁴² SARTORI, Giovanni citado por ESTEINOU Madrid, Javier. “Espacios de comunicación”. Departamento de comunicación de la Universidad Iberoamericana. México, 1996.

cuestión de debates” Soslayó en entrevista el director de la Agencia informativa Quadratín, Francisco García Davish.

Quien también está de acuerdo en esta visión de democracia moderna es Arturo Bravo, director de la Agencia Informativa Michoacana (AIM), quién subrayó en entrevista el 14 de abril de 2004. “La transición democrática es del pueblo para el pueblo, siendo el desarrollo de la vida política, por lo que la información antidemocrática sirve para generar un criterio del director a los ciudadanos; siendo estos ciudadanos los que eligen el medio para informarse por lo que la democracia no sólo es en elecciones, sino, en elegir los medios informativos de acuerdo a la preferencia de sus intereses informativos de las personas”.

La vinculación entre la democratización del poder público (mediante el acceso a la información ciudadana como mecanismo de control y rendición de cuentas) y la articulación de la sociedad civil (mediante la expansión de una cultura democrática) se contempla con el que hacer de unos medios democráticos que ejerzan constantemente vigilancia sobre la actuación del poder público.¹⁴³

La vigencia es reciente de la Ley de Acceso a la Información Pública del Estado de Michoacán de Ocampo (LAIPEMO), sólo falta impulsarla a otros niveles como lo es la transparencia de la misma información y la veracidad de los datos. Toda información pública debe de dejar de ser privada o secreta por funcionarios que promuevan el cáncer de la corrupción.

Haciendo la referencia al concepto de “Público” se puede definir este como la exposición de los asuntos gubernamentales a sus gobernados como el caso de las cuentas públicas, ingresos y egresos de la administración, su desarrollo de actividades, etc. Exceptuando datos personales de las personas que atenten a su seguridad personal y patrimonial. Ante todo un principio de intimidad.¹⁴⁴

¹⁴³ NAVARRO Rodríguez, Fidela. La cuadratura del círculo democrático. Año catorce. Número 76. Pág. 44.

¹⁴⁴ CORRAL Jurado, Javier citado por ESTEINOU, Madrid, Javier. El derecho Comparado de la libertad de la información. PP 13.

La discusión posteriormente con la actitud de la sociedad es crear una cultura ciudadana en demanda de información sobre los modelos en que se conducen los destinos nacionales. Así los sectores sociales podrán tener mayor argumentación en las situaciones que se presentan en su entorno para dar solución posible en generar una cultura democrática, la cual logrará que las personas piensen, analicen y argumenten las injusticias sociales acometidas por el Estado y formar visiones de contrapeso con la opinión pública.

“Evolución de la democracia por lo menos de una década, no es tanto este simple término sino el estructurar el concepto de cultura democrática, la cual es la participación social ciudadana y órganos de arbitraje en las comisiones; tenemos una vida democrática más plena en relación de la sociedad por ser determinante con los medios de comunicación por la presión social de las personas”. Aseguró Francisco García Davish, Director de la Agencia informativa Quadratín.

3.3 LA PROTECCIÓN DEL PERIODISTA.

Cuando la noticia es publicada el periodista es responsable de la noticia por el simple hecho de que se amparó con la fuente verídica que le brindó la información, por lo que su empresa informativa deberá respaldar institucionalmente a su personal para publicarla, sin temor a ciertas represalias o malos entendidos con los actores o participantes del hecho.

El respaldo que se hace se refleja en el momento en que los jefes editoriales dan órdenes a su personal para que cubran ciertos eventos y estos sugieren con sus apreciaciones como debe tratar la nota el reportero.

El jefe de información, influye en como los reporteros deben de tratar las notas sin que el mismo reportero tenga la oportunidad de realizarla libremente, esto a los principiantes.¹⁴⁵ Esto sucede con grupos partidistas y opositores que dimiten de la ideología del medio de comunicación o periódico. Las ideologías son marcadas actualmente por el trato de hechos expuestos a ciertos sectores quienes pueden causarles daños en su prestigio social.

Es importante que el reportero transcriba las declaraciones y datos tal como se las dicen los actores de los hechos ocurridos, y no se inventen las noticias solo por cumplir. De acuerdo al catedrático Eleazar Días Rangel considera que se manipula la información por que el reportero no capto datos esenciales que sustenten argumentos básicos de la nota y se hace sensacional; al grado que las fuentes vetan al periodista.¹⁴⁶



¹⁴⁵ **DIAZ Rangel, Eleazar.** "Pueblos subinformados. Las agencias de noticias y América latina" Cuadernos de Nuestro tiempo, Dirección cultural de la Universidad central de Caracas, Venezuela, 1967.

¹⁴⁶ *Ibíd.*

Tanto los medios de comunicación como la prensa ponen firma y el nombre del reportero como el artífice de la construcción de la noticia que salio al público.¹⁴⁷ La información pasa a ser pública en el momento de ser difundida. Por lo que el periodista, al menos en teoría, debe estar respaldado con el apoyo incondicional de su empresa para cualquier revocación de los datos aportados por un funcionario inconforme o una institución a la cual se le afecta su prestigio social.

Las rutinas de trabajo del periodista hacen de su trabajo más sencillo siempre y cuando mantenga la visión de acudir a las fuentes correspondientes para conseguir declaraciones trascendentes sobre la temática que se viva en el instante.

El periodista muchas veces sigue las órdenes de su jefe de información para concebir los hechos en obtener los mejores frutos de la información no solo del día, sino debe ser interesante, verídica y completa que sirva para construir un estado de derecho democrático a través de la opinión pública.¹⁴⁸

Es por eso que se debe seguir su instinto de investigador con el fin de lograr trabajos periodísticos que profundicen en proyectos benéficos a las comunidades del país. Además se vislumbren las acciones sociales de nuestras autoridades y gobernantes, encaminadas a un mayor beneficio de prosperidad y bienestar social.¹⁴⁹

El periodista debe de lograr un grado de objetividad, concebida como la forma de relatar lo que sucedió realmente, aunque está en crisis tan mencionada objetividad,¹⁵⁰

¹⁴⁷ **RODRIGO, Alsina, Miguel.** “La construcción de la noticia”. Paidós Comunicación Barcelona, España 1984.

¹⁴⁸ **WOLF, Mauro.** La investigación de la comunicación de masas. Paidós colección 2, México 1991. Pág. 274.

¹⁴⁹ *Ibíd.*

¹⁵⁰ **GOMIS, Lorenzo,** “ Teoría del Periodismo. Como se forma el presente”. Edit. Paidós. Barcelona, España 1991. Pág. 118.

para representar la imagen verídica de los afligidos en busca de un estado transparente y sin ataduras que coarten la libertad de expresión.

Para lograr una objetividad es necesario que el mismo medio de comunicación e información respete a su personal sobre las notas a publicar avalando o desechando las noticias que pesen dentro de la sociedad de acuerdo a su criterio ideológico del diario o periódico.¹⁵¹ Es necesario cuidar la intimidad del periodista para que no repercuta su persona, salud y vida.

Han terminado esas épocas de barbarie donde se hacía casería de brujas a los periodistas, ya que, los medios informativos han entendido que sólo mantener el valor de la credibilidad es el respaldo de su personal laboral, por lo tanto, “el cambio de cultura periodística esta interviniendo en estándares de calidad por la libertad de expresión en base de argumentos a través de la investigación; y por el patrón deontológico que el mismo sistema de la comunicación en México ha venido regulando a los medios informativos”¹⁵² para una confiabilidad de la difusión de la misma a un determinado auditorio.

En el caso de las agencias a nivel mundial quienes envían corresponsales a los lugares lejanos para tener presencia en donde se desarrollan los sucesos que posiblemente repercutirán en el mundo o en una determinada región.

Los corresponsales y enviados especiales suministran la información para después enviarla a la agencia siendo esta última la que la expone como la primera fuente. Este medio suministra y firma la información, sin que el periodista tenga el reconocimiento de quien la genero. El fin es cuidar la identidad en caso de que se tenga una repercusión.

¹⁵¹ **GOMIS, Lorenzo**, “Teoría del Periodismo. Como se forma el presente”. Edit. Paidós. Barcelona, España 1991. Pág. 119.

¹⁵² **VILLANUEVA, Ernesto**. “Deontología informativa. Códigos de ética de la Prensa escrita”. Universidad Iberoamericana-Pontificia. Universidades Javeriana de la Facultad de ciencias Jurídicas y comunicación y lenguaje, 1999.

Se puede constatar que las agencias promueven un estado de información instantáneo y constante como organización. El periodista es el pilar de la agencia por eso no es necesario que salga su nombre a bajo de la cabeza de la nota, ante todo por seguridad.¹⁵³

Pero esta seguridad se ejercería más con “una protección de actividades y condiciones en el ejercicio de la profesión de los periodistas y a los agentes informativos en los medios masivos, en su propio país y en el extranjero”.¹⁵⁴

Este proceso de protección tiene dos vertientes, la postura de que la agencia no revele el nombre de sus periodistas y se ha la encargada de echarse la responsabilidad al hombro cuando exista inconformidad por una de sus notas publicadas, manteniendo con esto el anonimato de su personal y ser el medio el único responsable de la información publicada. Y otra es que los hechos se han difundidos por el periodista, pero la agencia informativa no se hace responsable de los hechos emitidos trayendo repercusiones personales a su vida profesional.¹⁵⁵

Pragmáticamente los medios de comunicación y la Prensa a través de sus jefes de redacción, y en ocasiones de información, publican noticias que prometieron no publicar o darle un sentido distinto que inicialmente se había escrito; o también manipularon los acontecimientos que el periodista presentó originariamente y repercute posteriormente en problemas entre las fuentes informativas con el periodista, quedando él como responsable de publicar la nota por el mal manejo que hicieron los encargados del cierre de edición.

Las agencias mundiales no son la excepción, tanto *Associated Press (AP)* como *United Press (UP)* han hecho de sus corresponsales y reporteros un anzuelo en

¹⁵³ **WOLF, Mauro.** La investigación de la comunicación de masas. Paidós colección 2, México 1991.

¹⁵⁴ **MCBRIDE, Sean.** “Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información de nuestro tiempo”. Fondo de cultura económico. México, 1993. Pág. 195.

¹⁵⁵ **RODRIGO, Alsina, Miguel.** “La construcción de la noticia”. Paidós Comunicación Barcelona, España 1984. Pág. 167.

quienes poder desquitarse los grupos económicos y hegemónicos, cuando publicaron algo que no se debió saber, o es falso o se manipulo el contenido.¹⁵⁶ Sin duda las relaciones mantenidas de estas agencias mundiales con el gobierno Norteamericano son más estrechas que con su personal. Intereses que se cuidan y preservan sin llevar a deteriorarse es el principio de una cultura informativa oprimida. Veamos una noticia de un reportero expulsado en Irak del Diario en Línea 'Reporteros sin fronteras'

REPORTEROS SIN FRONTERAS.

El pentágono Expulsa de Irak a un reportero.

Un reportero, que trabaja para el *Christian Science Monitor* y el *Daily Telegraph*, ha recibido del Pentágono la orden de abandonar Irak por haber revelado, en una entrevista televisada por la CNN, las posiciones de la unidad de marines a la que acompañaba al frente, según las autoridades militares norteamericanas.

Philip Smucker, un periodista norteamericano de 41 años y residente en El Cairo, volverá a la región, anunció el *Christian Science Monitor* cuyo redactor jefe, Paul Van Slambrouck, asegura que su colaborador no ha divulgado nada que no hubiera aparecido antes en diferentes medios de comunicación británicos y norteamericanos. "Smucker es un corresponsal de guerra curtido, escribe Van Slambrouck, que entiende la gravedad de estas situaciones y jamás pondría en peligro, con conocimiento de causa, ni a las tropas norteamericanas, ni a su propia persona". Según la misma fuente, el jueves 27 de marzo Philip Smucker fue expulsado de la línea del frente por algunos marines, que la víspera se habían incautado de su material.¹⁵⁷

Este reportero fue expulsado por transmitir y mandar información sobre las grescas entre los grupos insurgentes de Irak y las tropas de los británicos y norteamericanos lo cual ha costado la vida a miles de civiles indefensos en esta guerra que no acaba de consumarse. Este enviado especial norteamericano fue despedido por

¹⁵⁶ **DÍAZ Rangel, Eleazar.** Pueblos subinformados. Las agencias de noticias y América Latina.

Cuadernos de nuestro tiempo. Dirección cultural de la universidad de Caracas, Venezuela. 1967. Pág. 36.

¹⁵⁷ **REPORTEROS SIN FORNTERAS** PAGINA DE INTERNET REVISADO EL 29 DE OCTUBRE. DE 2004. www.rsf.fr/rubrique.php3?id_rubrique=317.

su agencia informativa la *Christian Science Monitor* y por la CNN por publicar también los errores militares en el cálculo de lanzamiento de misiles a blancos civiles indefensos.¹⁵⁸

Los despidos injustificados de los enviados especiales y corresponsales mantiene a la prensa al margen de la información real de los hechos de Irak; son muchos los intereses que se juegan las naciones de la coalición bélica (EEUU y Reino Unido) ante la imagen pública internacional.¹⁵⁹ Por lo tanto, las personas de representación de los medios de comunicación en estos hechos son los responsables de la información que se está enviando.

Esto es el resultado, en cualquier parte del mundo, del pago del gobierno sobre la publicidad y propaganda para solvencia económica de los espacios informativos dentro de cualquier medio informativo.¹⁶⁰

¹⁵⁸ **REPORTEROS SIN FRONTERAS** PÁGINA DE INTERNET REVISADA EL 29 DE OCTUBRE. DE 2004. www.rsf.fr/rubrique.php3?id_rubrique=317.

¹⁵⁹ **DÍAZ Rangel, Eleazar.** "Pueblos subinformados. Las agencias de noticias y América Latina" Cuadernos de Nuestro tiempo, Dirección cultural de la Universidad central de Caracas, Venezuela, 1967.PP. 173.

¹⁶⁰ **RODRIGUEZ Castañeda, Rafael.** "La Prensa vendida. Los periodistas y los presidentes: 40 años de relaciones". Grijalbo. México D.F. 1993.

3.4 CÓDIGO DE ÉTICA.

Uno de tantos temas a tocar es la función de los periodistas en su labor informativa; la cual conlleva a realizar ciertas acciones con un objetivo de bienestar social.

Pero es obvio que esta colaboración como todo ser humano debe de llevar principios éticos del periodista partiendo de las complejidades de estos investigadores en fomentar valores o principios éticos que normen voluntariamente sus actividades y deberes informativos ante la sociedad.

Volvamos a partir del concepto de periodista, antes de los códigos de ética del mismo. Antes de empezar a desglosar los principales principios de ética es necesario redefinir el mismo concepto de éste profesional de la información.

Por que retomar el concepto de periodista, definición que no es unívoca ni universal, es debido a que para llevar a ese nombramiento se debe de subir los cargos y asumir condiciones para lograr el nombramiento de esa distinción con el fin de dignificar la dignidad y el honor de esta profesión.¹⁶¹

Conceptualizando periodista para el continente Europeo contemplamos que en “Bélgica se denomina periodista a aquella persona que cumple los siguientes requisitos¹⁶²:

- a) Tener por lo menos 21 años,
- b) No haber sido privado de los derechos previstos en el código penal,
- c) Ejercer a título principal y habitual, desde hace dos años por lo menos, la profesión del periodista, es decir, trabajar en la redacción de periódicos, diarios o títulos publicados con otras periodicidades, en redacciones televisivas o radiofusas, noticieros filmados o en las agencias de información.

¹⁶¹ VILLANUEVA, Ernesto. Derecho comparado de la Información” Universidad Iberoamericana México, D.F. 1998 Pág. 499.

¹⁶² *Ibíd.*

- d) No ejercer ninguna forma de comercio, o actividad que tenga objeto de publicidad”.

En Francia, periodista es quien “ejerce profesión principal habitual y retributiva de un trabajo informativo en una publicación diaria o periódica, o en una agencia informativa, y de ella obtiene ingresos fundamentales.”¹⁶³

En Italia es considerado periodista “quien en una práctica de al menos 18 meses ejerce de manera personal y retribuida el periodismo”.¹⁶⁴

Dentro de los anteriores criterios y de acuerdo a las normas jurídicas del mundo, la profesión del periodista se empieza a redignificar en el entorno social ya que las definiciones conforman aspectos formales de requisitación y de clasificación sobre quien se considera con este título o quien no ha tomando en cuenta lo sustantivo de ejercer efectivamente la difusión de hechos noticiosos y de opiniones de ideas a través de los medios de comunicación.

Conformando estas definiciones entremos detalladamente a comentar cuales son los principios éticos que constituyen la función del periodista, los cuales comentamos los más importantes:

- 1) **El secreto profesional.** El periodista tiene el deber moral y ético de proteger sus fuentes informativas. Proteger el derecho de la intimidad del informante sin que tenga abuso de represalias por manejar información confidencial que se le da al representante de los medios de comunicación.

El mantener la confidencialidad de las fuentes fortalece la credibilidad de los hechos al público para la libertad de expresión y opinión. Por lo no se debe exigir por nadie revelar su confidente ya que es el núcleo de seguir manteniendo un proceso de información continúa sin represalias.¹⁶⁵

¹⁶³ VILLANUEVA, Ernesto. Citando el Art. 762 código de trabajo de la República de Francia

¹⁶⁴ Art. 1 del *Ordine Giordini*, de Febrero de 1963, citado por Ernesto Villanueva en el Derecho Comparado de la Información. Universidad Iberoamericana. México D.F. Pág. 499.

¹⁶⁵ *Ibid.*

Por esta razón, el secreto profesional debe ir cargado de valores de lealtad, honestidad y responsabilidad por la cantidad y calidad de información que el periodista puede manejar para que la reciba el público, y así poder aumentar el nivel de participación con críticas y cuestionamientos de los textos informativos.

“Sin tener hechos fidedignos la sociedad se encuentra sin las mejores posibilidades para evaluar la marcha de los asuntos públicos. Es por ello que el secreto profesional del periodista es mantener en el anonimato entre sus fuentes informativas como una seguridad práctica de seguir recibiendo asuntos confidenciales con el fin de hacer uso de las libertades de información. El único que conoce la fuente es el periodista sin que interfiera el medio al que pertenece, la parte que esta inmiscuida en lo acaecido o un tercero”.¹⁶⁶

2) **El respeto a la vida privada.** Nadie en ningún momento puede interferir en la vida privada del informador, llámese vida privada toda intimidad que por derecho tiene una persona en sus actividades personales sin que se ha molestado ni interferido por otra persona o ente alguno en los aspectos de su vida.¹⁶⁷

Partiendo desde la labor informativa de acuerdo a normas jurídicas y tomando como base el derecho positivo se debe considerar la intimidad como la garantía de la personalidad que nadie puede vulnerar este derecho fundamental ni ser imprescriptible e inembargable o susceptible de previa intervención estatal.

3) **La cláusula de conciencia.** Es por vez primera en el derecho comparado, elevada a rango de norma constitucional en España, tras la promulgación de la Constitución vigente, que data de 1978, aunque había tenido precedentes en la ley austriaca del 28 marzo de 1914 y en la Ley Francesa del 29 de marzo de 1935.¹⁶⁸

¹⁶⁶ VILLANUEVA, Ernesto. Derecho comparado de la Información” Universidad Iberoamericana México, D.F. 1998 Pág. Pág. 501.

¹⁶⁷ *Ibid.*

¹⁶⁸ *Ibid.*

Este valor es la protección de los principios ideológicos, el ejercicio profesional del derecho de opinión y su ética profesional del periodista ante sus lectores. Juan Luís Cebrian, directivo del periódico español El País comentó que se “presupone que los propietarios de la sociedad editora de una publicación adquirieren también un compromiso con sus lectores, que son, en definitiva, los que dan sentido al periódico, y no pueden por lo mismo permitirse un cambio de orientación editorial que traicione esa confianza en ellos depositada. Los periodistas son la conciencia profesional de los lectores. Por lo tanto, un cambio de orientación iría contra la propia conciencia de los periodistas”.¹⁶⁹

Por lo tanto, en México es no distorsionar el contenido editorial e ideológico del mismo medio de comunicación al perteneciente, por que este mismo cambio hace que el periodista se vuelva indefinido y amorfo a la corriente ideológica que sustenta provocando que la credibilidad y confianza en los lectores se pierda.

4) El derecho de réplica y rectificación. Toda información debe ser considerada verdadera y objetiva pero como todas materias no siempre se puede ser exacta por que se percibe en la misma información un margen de error. Por lo que, toda información en sus contenidos y sus argumentos debe de tener una antítesis o contraparte de la veracidad informativa.

También denominado “de respuesta” es el primer instrumento con que cuenta el ciudadano para acceder a los medios de comunicación a fin de hacer valer sus puntos de vista sobre los hechos que lesionen sus derechos fundamentales. Esta garantía mantiene antecedentes que se remontan en Francia a finales del siglo XVIII.¹⁷⁰

¹⁶⁹ **IBID** citando “la cláusula de conciencia y el secreto”, en AEDE Número 12. Pág. 49.

¹⁷⁰ **RODRIGO Alsina, Miguel.** La construcción de la noticia. Paidós. Comunicación Barcelona, España 1984. Pág. 234.

De esta forma es posible extraer algunas consideraciones del Dr. Ernesto Villanueva en su libro el “Derecho Comparado de la información” sobre los objetivos de ese singular derecho¹⁷¹, entre los cuales destacan:

- a) Constituye una vía inmediata, de carácter extrajudicial, que habilita al particular para defender su honor, reputación, personalidad o imagen afectados por información inexacta o equívoca, mediante la difusión de las precisiones o correcciones pertinentes en el medio donde se origino la controversia.
- b) Representa un vehículo de comunicación entre emisores y receptores, que coadyuvan a fomentar la objetividad y la veracidad de la información que transmiten los medios de comunicación a la opinión pública.
- c) Ofrece a la sociedad civil distintas posturas y puntos de vista sobre los hechos controvertidos, circunstancias que le brinda mayores elementos de juicio sobre temáticas del interés general.

¹⁷¹ VILLANUEVA, Ernesto. Derecho comparado de la Información” Universidad Iberoamericana México, D.F. 1998 Pág. Pág. 501.

CAPÍTULO 4: LAS AGENCIAS INFORMATIVAS EN MICHOACÁN COMO CONSTRUCTORAS DE LA REALIDAD SOCIAL.

En este último capítulo se expone una comparación de las agencias de información establecidas en el Estado de Michoacán conociendo cuales son sus cualidades en el personal humano, su estructura y su capacidad cuantificable de recoger y distribuir la información.

También comentaremos el enorme campo de acción que puede tener el periodista de este tipo de medio por el contacto que se tiene con las fuentes informativas, la capacidad de manejar un sin número de hechos para distribuirla por varios canales y la posibilidad de pasar a ser primero corresponsal para luego ser dueño de una empresa periodística como la agencia informativa.

La investigación constante del periodista hace que muchas veces emprenda camino personalmente o respaldado por su empresa, pero cuando esta última no responde a las necesidades y cumplimiento de metas de sus empleados éstos prefieren emprender caminos distintos.¹⁷² Es aquí cuando muchos profesionales con experiencia empírica prefieren trabajar independientemente abriendo un despacho informativo como medio de subsistir; aunque muchos empiezan como corresponsales en medios de comunicación y prensa nacionales, trabajando desde la región donde viven, con el paso del tiempo éste al no poder cubrir los diferentes hechos de su entidad se ve obligado a conformar personal que suministre una oficina periodística.

Por lo tanto, en los siguientes apartados se expondrá cuales son los códigos de ética de las agencias y cuales son su participación para coadyuvar la cultura democrática. Pero primero hay que considerar las ventajas que tiene una agencia

¹⁷² **RODRIGO Alsina, Miguel.** "La construcción de la noticia". Paidós Comunicación Barcelona, España 1984.

informativa con respecto a los medios de comunicación y prensa, desde el punto de vista de Miguel Rodrigo Alsina en su libro La construcción de la noticia.¹⁷³ **Cuadro 5**

Cuadro.5 Ventajas de las agencias informativas entre los medios de comunicación/ Prensa.

Agencias Informativas	Medios de Comunicación / La Prensa
Las agencias son el centro de abastecimiento de los medios de comunicación y de periódicos	Son el centro de difusión de información de las noticias.
Dan la exclusividad de la información al instante.	Los medios esperan a que las agencias confirmen la información.
Fomenta el periodismo de investigación	Fomenta el periodismo
Buscan entre sus lectores la reflexión y el análisis de la información.	Buscan entre sus lectores exponer noticias
Especializa a sus periodistas	Hace genéricos a sus periodistas
El perfil del personal debe de ser completo por su nivel cultural	El perfil del personal debe de ser el necesario para laborar
Crean espacios de comunicación e información en la comunidad.	Crean espacios de comunicación e información para un auditorio.

¹⁷³ **MCBRIDE, Sean.** "Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información de nuestro tiempo". Fondo de cultura económico. México, 1993.

4.1 COMPARACIÓN DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS EN EL ESTADO DE MICHOACÁN.

Estos despachos se establecieron en la entidad como un complemento de nuevos medios de comunicación en el Estado, debido a que no todas las fuentes son importantes en su cobertura para los ya establecidos. Su labor era buscar un campo de acción para la distribución informativa de la capital, debido a que los poderes del estado se concentran en la misma y la actividad de un sin número de movimientos se presentaban en sus inmediaciones.

4.1.1 AGENCIA INFORMATIVA MICHOACANA (AIM).

Se fundó el 18 de Julio de 1977. Tuvo dos etapas de existencia; la primera en 1977 siendo el resultado de abrir caminos a nuevos espacios de comunicación e información por las problemáticas sociales de grupos civiles que eran atacados en la capital del Estado, además de la cantidad de hechos políticos suscitados en la entidad. Tuvo que cerrar después de tres años de ejercicio periodístico por que las condiciones de innovación tecnológica no eran las adecuadas y por la falta de cultura de información de este servicio.

En la estancia como colaborador de ésta agencia, Sergio Torres Delgado mencionó que “las limitaciones tecnológicas fueron problemas sustanciales en el desarrollo profesional de AIM debido a que no se tenían las facilidades y medios tecnológicos de comunicación con lo que hoy se cuentan como el Internet y el fax”.

En su segunda etapa en 1992, los periodistas y colaboradores tenían la posibilidad y la flexibilidad para trabajar en otro medio informativo por que el reto era tener la información a tiempo y prepararla para el jefe de redacción, y finalmente poder ser transmitida a través de la difusión de la Prensa.

“Apareció en 1992 con nuevos bríos periodísticos debido a que la sed informativa de varios medios informativos por la sociedad era demasiada. Contaban con personal capacitado en hacer periodismo de lucha social y de investigación. Los tiempos sociales exigían nuevas formas de hacer periodismo en el Estado debido a que sólo existían versiones oficiales de pocos rotativos y medios electrónicos”. Recordó el director Arturo Bravo sentado en su escritorio mirando hacia la ventana mientras platicaba la historia para esta investigación.

La Agencia Informativa Michoacana (AIM) ofrecía paquetes informativos dependiendo los recursos y la capacidad adquisitiva del cliente. La escasez económica de los medios es la limitante para no adquirir un servicio informativo completo en los inicios de este medio de prensa, por eso hacia paquetes reducidos a los demás sobre las noticias sobresalientes del día.

Su cobertura era distribuir 15 noticias notas diarias. Las fuentes trabajadas son: política, salud, educación, gobierno, empresariales y cultura. Menos la policíaca y la de deportes. Tiene corresponsalías en Jiquilpan, Zitacuaro, Lázaro Cárdenas y Uruapan.

Incluso un problema que sufrió la agencia fue que ningún medio ya establecido deseaba erogar en servicios informativos. Según Arturo Bravo, consideró que la simple razón era que las entradas de recursos financieros son limitadas y la economía de cualquier medio en la entidad no es solvente con los gastos que hacen.

Una de las grandes aportaciones que hizo AIM fue que “sirvió de semillero en el oficio periodístico para los periodistas empíricos que deseaban aprender esta difícil profesión. Comentó Sergio Torres Delgado.

“El problema de no tener presencia con las fuentes gubernamentales en el Estado logró que este despacho de noticias estuviera al margen de los ojos de los funcionarios, representantes, y líderes políticos en el Estado. Por lo que la agencia AIM redobló esfuerzos y abrió caminos para ejercer el campo periodístico en la sociedad. En poco tiempo se convirtieron en una opción más de información ante el prestigio de ciertos medios ya establecidos.” Testificó Sergio Torres Delgado ex colaborador y actual jefe

de departamento de estrategia de medio de comunicación social del Estado de Michoacán.

Para contrarrestar esta situación la Agencia Informativa Michoacana (AIM) colaboró con el periódico *Cambio de Michoacán* con la finalidad un complemento informativo a la sociedad michoacana.

Este acuerdo de ambos surgió con la integración de varios sectores y grupos sociales como analistas, políticos, profesores de la UMSNH y estudiantes de la misma. Por lo que el diario surge como idea de dar a conocer información veraz y oportuna para ofrecer un contrapeso a un monopolio informativo suscitado en el Estado de Michoacán. Afirmó Jaime Martínez Ochoa, Director del rotativo.

El respeto de lograr presencia ante el esfuerzo por mantener una sociedad informada entre los medios y la Prensa fue el valor de las agencias en el ejercicio de su profesión para ser tomada en cuenta, ya que, con el tiempo, dijo Sergio Torres Delgado, “los representantes de los poderes del Estado vieron con otros ojos a estos medios informativos que estaban deseosos de obtener la información de las fuentes oficiales y ser mandada a los municipios que demandaban hechos verídicos”.

Al fallecimiento de Arturo Bravo, el 4 de Junio de 2005, su hijo Arturo Bravo Esquerri tomó definitivamente la dirección de la Agencia informativa Michoacana, la cual en un año levantó en el servicio, ya que, hasta 20 notas de calidad por día lo que la agencia coloca en los 40 medios de comunicación locales donde tiene convenio. La mayoría son diarios de varios municipios.

Los principales periódicos que reciben información son Sol de Morelia, ABC de Uruapan, el Cuarto Poder de Pátzcuaro, “Lázaro al día” de Lázaro Cárdenas y el Cambio de Michoacán.

Son 10 estaciones de radio que se abastecen de información de la agencia, siendo los más escuchados el noticiero Noticias de Juan José Rosales Gallegos, el noticiero Palabra de Jaime López y el de Julio Cesar Hernández. Además de cuatro portales de Internet donde se publica la información generada.

El 1 de Agosto de 2005, AIM cuenta con su propio portal de Internet, www.aimich.com. Donde es considerada más una revista electrónica. Además que la agencia suministra de material a las revistas el Zarco, los periodistas, y la revista dialéctica.

El actual director Arturo Bravo Esquerra destacó que en este momento ya no tienen personas físicas que actúen de corresponsales, sino son personas morales y jurídicas que le mandan la información a la agencia informativa michoacana. Estas son los mismos medios locales que a través de un intercambio mandan y reciben la información.

“Es de destacar que nosotros tenemos un convenio a la palabra, es decir, no se paga la información, mas bien dotamos de soporte de la información para que recibamos y mandemos información a través de un intercambio de noticias para seleccionarla”. Esto afirmó Bravo Esquerra. Así, el soporte serio es garantizar que no se pretenda negociar con el cobro a los usuarios a los que se llega. Buscando una relación donde ambas partes ganen.

4.1.2 AGENCIA QUADRATÍN.

La agencia Quadratín se formó el 14 de enero de 2002, 4 años en el terreno. Se fundó por ser parte de la corresponsalía del Diario Milenio, así como la necesidad de abastecer a los medios nacionales en el proceso electoral del 2001 en el Estado de Michoacán, elecciones para Gobernador y para renovar el congreso local, y por la apertura del Gobierno “perredista” a los espacios de comunicación e información. Una vez terminado el proceso electoral su director Francisco García Davish tuvo la visión de mantener un medio alternativo de información a la sociedad michoacana y a los demás medios de comunicación de la región

En cuestión de paquetes informativos a la prensa es muy variada en cada una. Esta agencia recolecta 40 notas diarias y distribuye su paquete para que el cliente elija su publicación.

Dentro de estas notas recabadas, explicó el director de la empresa periodística, se divide en promedio de 20 notas de investigación periodística y otras 20 conformadas con boletines, ruedas de prensa y conferencias. Y sumando aparte las que manden los colaboradores.

Adrián García, reportero de Quadratín explicó que estas notas llegan a diferentes diarios como el periódico Gente balsas de Uruapan, el Extra, el Diario de Morelia, la opinión de Michoacán, el Cambio de Michoacán, el ABC de Uruapan y el Independiente de Zamora.

Su estructura esta conformada por el director Francisco García Davish, un jefe que desempeña las funciones de redacción y de información, así como los reporteros que son un total de 5 más el director son 6 personas. Es de destacar que su directivo principal, ya mencionado, es corresponsal del diario Milenio en Michoacán, por lo que es necesario abastecer de información local a este diario nacional.

Los Corresponsales de Quadratín son cuatro y están ubicados en Apatzingán, Lázaro Cárdenas, Uruapan y Zamora. Son casi 100 colaboradores entre académicos,

periodistas, funcionarios, diputados y políticos. También tiene su propio portal de Internet: www.quadratín.com.mx. Donde publican toda su información.

Al igual que la prensa regional, la página de MIMORELIA.COM se ve beneficiada con las notas del día, siendo la mayoría de dicha agencia, ofreciendo un servicio diferente en la red. Además que todos los noticieros radiofónicos se abastecen de este servicio para sus espacios noticiosos. Noticieros Radiofónicos como el de *Noticias 91.5*, de Juan José Rosales y *Más Noticias* de Julio César Hernández.

“El deber de cotejar información es de mayor presión con todas las fuentes, ya que se trabaja en contra presión para la agencia por lo que la investigación tiene que ser mandada a sus clientes, los medios de comunicación, en un tiempo preciso”. Afirmó Francisco García Davish, Director de la Agencia Quadratín.

Por otra parte, Adrián García señaló que la base de la información son los temas del momento, por lo “que es importante tener destacados articulistas y editorialistas que colaboran en la agencia para abastecer a los diarios y crear una cultura de análisis”.

4.1.3. AGENCIA CUÁSAR.

Una de las opciones distinta a las anteriores es la agencia Cuásar, su propietario y representante es Eliseo Caballero Ramírez corresponsal del grupo Televisa en el Estado de Michoacán. Esta cumple con las funciones de reportar noticias relevantes al grupo de televisión, mandando material a la ciudad de México y a la página de Internet MIMORELIA.COM, envía noticias y material fotográfico a este portal. Así que es la única en comparación con las dos anteriores en el estado que trabaja con equipo de video.

Fundada por lo gran cantidad de hechos que se generaron en la capital de Michoacán y que ninguna televisora nacional los mencionaba, Eliseo Caballero decidió ser corresponsal de Televisa y crear un despacho de noticias por la cantidad de información concebida y se quedaba sin publicar en las oficinas de la corresponsalía.

Hechos violentos de grescas entre el ejército y cuerpos de seguridad pública ante civiles y grupos sociales conllevaron a que surgiera la Corresponsalía que posteriormente sería Agencia Informativa Cuásar.

“Por esa cantidad de hechos informativos se abrió la agencia con el fin de colocar la información a clientes que requieran de sus servicios”. Puntualizó Eliseo Caballero Ramírez, director de mencionado medio.

La conformación de su personal es de cinco reporteros ya contando a Eliseo Caballero. Quienes reportean y consiguen la materia prima de la agencia informativa; siendo en promedio un total de 100 noticias mensualmente. Colocadas en conjunto con la corresponsalía a noticieros de la ciudad de México en el Canal 2 de televisión abierta y en los noticieros de Canal 4 de televisión por cable.

En Michoacán se difunden en la página Web de MIMORELIA.COM y a veces a otro periódico que les haga el pedido de las notas o fotografías.

Tiene corresponsales en Lázaro Cárdenas, Zamora y Zitacuaro. Contiene dentro de su archivo más de 200 videos y un promedio de 300 imágenes.

Sin duda, la corresponsalía y la gran experiencia de Eliseo Caballero Ramírez han dado importante prestigio a la Agencia Informativa Cuásar. Por lo que en un apartado siguiente a esta investigación designamos un espacio para explicar la relación bivalente de un corresponsal-agencia.

A continuación expondremos una comparación de cada una de las agencias informativas en Michoacán. **CUADRO 6**

Cuadro 6. Comparación de las agencias de información en Michoacán.

Agencias de información en Michoacán.

	Tipo de agencia	Notas diarias	Servicios	Reporteros	Corresponsalías	A que medios mandan información.
Agencia Informativa Michoacana (AIM).	Privada.	7 a 20 notas de calidad.	* Noticias escritas. * Artículos de opinión. * Publicidad. * Fotografía.	6 reporteros.	Su intercambio con otros medios son sus corresponsales.	* Periódico El sol de Morelia. * Diario ABC de Uruapan. * Diario de Morelia. * Cambio de Michoacán. * Diario el Cuarto Poder. * Diario Lázaro de día. * Noticiero Palabra radio AM y FM. * Noticiero respuesta radio AM. * Noticiero Noticias radio FM.
Agencia Quadratín.	Privada.	40 notas diarias.	*Noticias escritas *Géneros de Opinión * Fotografía	6 reporteros locales.	4 corresponsales: Apatzingán Lázaro Cárdenas Uruapán Zamora	A nivel Nacional: * Diario Milenio. * La Jornada. A nivel Local: * Noticiero <i>NOTICIAS</i> de radio 91.5 * Gaspacho Informativo noticiero local en cadena raza.
Agencia Cuásar.	Privada Independiente (Corresponsalía).	100 notas al mes.	* Noticias en video. * Grabación de Televisión. * Fotografía.	5 Reporteros.	3 corresponsales: Lázaro Cárdenas Zamora Zitácuaro	A nivel Nacional: Corresponsalía de Televisa. A nivel local: mimorelia.com

4.2 PERFIL PROFESIONAL Y CÓDIGOS DE ÉTICA.

Dentro de cada empresa periodística tiene reglamentos normativos y morales. Es de aclarar que los medios de comunicación en la entidad michoacana aseguran tener códigos de ética, pero estos lo manifiestan oral y no por escrito.

En nuestro Estado la mayoría de las empresas periodísticas no tienen escritos en documento o archivo sus valores profesionales ante los ciudadanos. Aunque para muchos directores los consideran como simples deberes que el periodista concientemente pone en práctica en el ejercicio de su trabajo.

Con el fin de fomentar la integridad profesional de las personas que laboran en los medios de comunicación. Debido a que antes de ser periodistas o reporteros, son personas formadas en grupos sociales para su subsistencia y es necesario plasmar los criterios ideológicos en los que se desenvuelve la empresa periodística a la que trabajan; así el fin será que los mismos empleados estén de acuerdo sobre la conducta del lugar donde realiza una actividad laboral. ¿Es por eso el llamado a crear un periodismo con rostro humano?

Enfocando las normas de comportamiento en las agencias informativas en el Estado promueven ciertos valores y deberes periodísticos como la veracidad, la honestidad, la honradez y no engañar. Pero NO TIENE CÓDIGO DE ÉTICO ESCRITO, SOLO VERBAL.

Haciendo una comparación en el perfil de las tres agencias sobre los periodistas y reporteros concuerdan, sus directores, que las características del personal laboral de ambas es: saber escribir para plasmar sus ideas, saber comunicarse con los ciudadanos tanto oral como por escrito y poseer valores de honestidad y responsabilidad.

Con estas cualidades básicas el perfil profesional para colaborar en cualquiera de estas oficinas informativas en el Estado, según los directores de las tres agencias es básico tener estos requisitos pero insuficiente por el desinterés de capacitar personal

especializado y con formación de un mayor nivel intelectual como lo hacen otras en el país. Pero algunas diferencias comentadas por los mismos dueños es que han creado también cierta discrepancia en el reclutamiento de los futuros periodistas y reporteros que integren las filas de colaboración dentro de sus empresas periodísticas.

La Agencia Informativa Michoacana (AIM) “no usa un código de ética institucional por que el periodista y el reportero llevan sus propios principios deontológicos (veracidad, objetividad y responsabilidad son los valores del reportero) que pone en práctica profesionalmente. Aunque se hace mención como cualquier otro medio de comunicación tiene la misión de no engañar, de ser veraz y de la honestidad. Los requisitos del perfil del reportero para colaborar en la Agencia AIM son: Saber expresarse, escribir y plasmar ideas tanto oral como por escrito.” Lo comentó Arturo Bravo cuando se le hizo este cuestionamiento sobre sus valores y el perfil entre sus reporteros.

“Perfil profesional de la agencia Informativa Michoacana (AIM). Gente que sepa escribir, comunicarse con los ciudadanos oralmente y por escrito, saber plasmar sus ideas para la ciudadanía, esto cuando se les pregunta sobre le perfil profesional”. Concordó Sergio Torres Delgado, ex colaborador de la Agencia Informativa Michoacana (AIM).

En el caso de Agencia Cuásar su código es saber expresarse con los medios para transmitir un mensaje claro a las personas, las cuales son la audiencia y los lectores. NO TIENE CÓDIGO DE ÉTICA ESCRITO, SOLO VERBAL.

“Esta agencia busca las exclusivas de las noticias, tener prestigio sin engañar y tener credibilidad”. Así lo confirmó Eliseo Caballero Ramírez titular de la corresponsalía. Además concluyó que retomando la exclusividad es un principio periodístico en confirmar y agotar todas las fuentes inmersas en el hecho para poder dar a conocer la información a nivel nacional en Televisión o con sus clientes en el Estado.

Es por eso que la investigación esta ligada a confirmar en tiempo y forma la nota ante cualquier otro medio de difusión. Caso suscitado de Marco Antonio Barroso el

defraudador detenido en un antro de esta ciudad de Morelia y la explosión ocurrida en Tuxpan, Michoacán en 2004.

Reafirmó Eliseo Caballero, Director de Agencia Informativa Cuasar y corresponsal de Televisa en Michoacán, que “lo principal es no soltar nota sin confirmarla aunque tenga la exclusividad. La ventaja es que todo está grabado en el video. Y un principio clásico es no distraerse y no ir a muchos eventos para reporteros por que distraen tu labor informativa, y no hacerse amigo de los jefes de prensa de las dependencias y/o con los actores del hecho”.

Mientras tanto sobre el perfil del reportero que pide la agencia Cuasar en voz de su director explicó “que hayan cursado la carrera de periodismo o de Ciencias de la Comunicación. Aunque hay personas que no estudiaron la carrera, la gente empírica sabe desarrollarse bien. Ahora esto es un requisito indispensable para ejercer el periodismo ya que en las escuelas llevan conocimientos básicos que con la práctica tomas experiencia para el desarrollo profesional”.

Para concluir la Agencia Quadratín considera que un aspecto importante en su código de ética, ESTE CÓDIGO ES VERBAL NO ESCRITO; en cuestión de las fuentes informativas se supone que cuando no tiene versiones de contrapeso y se necesita publicar la información de una de las partes, está se pública y se abre el espacio para después responder a la información de la otra parte.

“Se debe de publicar la información con derecho de replica de las partes en antagonismo, pero cuando una de las partes da su versión y la otra no, la agencia publica las declaraciones de la parte emitida. Mientras que la otra tiene el derecho a dar su versión siempre y cuando sea lo más antes posible por que sino el tema de discusión actual desarrollaría otro nivel de debate”. Fue lo que explicó Francisco García Davish cuando se le cuestionó este tema.

De acuerdo a la experiencia de Adrián García, reportero de la fuente política dentro de la agencia Quadratín explicó que “esto ha ocurrido con manifestantes en el caso de los maestros que toman el palacio de gobierno y mencionan al reportero sobre sus peticiones y sus condiciones laborales, haciendo este sector comentarios en contra

del gobierno y del secretario de educación. Aunque se da la oportunidad de respuesta a estas declaraciones, los funcionarios no quieren, la información se publica por la sencilla razón de que no quiso declarar la contraparte de lo manifestado por el grupo. Esto se da también por que los funcionarios prefieren esconderse y no declarar puntos de vista e impresiones de un acontecer.” Es por eso luego la lucha por las declaraciones.

Por último, la agencia Quadratín hace una selección más cuidadosa en el perfil de su personal según mencionó el director de este medio informativo maneja tres principales requisitos.

1. No buscar periodistas en ejercicio con otro medio y no tener compromiso con otra empresa periodística.
2. No “refritear” información de un colega o, en su defecto, de otro medio.
3. Necesidad de tener a los mejores periodistas (experimentados) en el Estado de Michoacán. En este caso la demanda laboral es demasiada por los egresados de las carreras de comunicación y periodismo, más en cambio, sin experiencia laboral hay poca oferta en el mercado de trabajo.

“A lo que he aprendido tu valor principal es emitir la realidad y no tener convenios para transmitir la información como se desarrolla”. Puntualizó Adrián García.

CUADRO.7. CODIGOS DE ETICA Y PERFIL PROFESIONAL DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS.

	Código de ética	Profesión	Perfil del Reportero
Agencia Informativa Michoacana (AIM).	Oral, no escrito	No necesaria, Ser empírico.	<ul style="list-style-type: none"> * Gente que sepa escribir * Plasmar ideas oral y por escrito * Tener honestidad y honradez
Agencia Quadratin	Oral, no escrito	No necesaria, Ser empírico.	<ul style="list-style-type: none"> * No ejercer en otro medio de Comunicación * Reporteros y periodistas experimentados * No "refritear" notas de compañeros o de otros medios de comunicación.
Agencia Cuásar	Oral, no escrito	Lic. Cs. de la Comunicación o Periodismo.	<ul style="list-style-type: none"> * Profesión en Comunicación o Periodismo. * Investigar todas las fuentes para obtener la nota * Saber expresarse por escrito y oral.

4.3 EL PERIODISTA-CORRESPONSAL RESPONSABLE DE LA FUENTE INFORMATIVA.

La investigación debe ser la cualidad de todo periodista para ejercer y afrontar las problemáticas de la profesión. Cuando se tiene la misión de ser corresponsal o enviado especial a una determinada región o lugar donde este el conflicto debe de cumplir su deber: informar.

En este caso el representante de la prensa debe de salir a las calles a satisfacer su necesidad de hambre informativa, tratando de mediar la realidad que sufre la parte afectada de los conflictos sociales. En las guerras, se busca conocer la parte sensible de las personas que sufrieron alguna desgracia familiar y material.¹⁷⁴

El reportero es un ser mortal y finito, todo ser humano es sensible hasta el mismo siente emociones de repudio e impotencia cuando miles de personas mueren por intereses económicos y decisiones sin fundamento que toman las naciones poderosas. EL PERIODISTA INFORMA, NO SÓLO LA REALIDAD, TAMBIÉN HUMANIZA LAS DESGRACIAS DE UN PUEBLO EN CRISIS.

Es necesario remarcar, una vez más, que la construcción de la realidad social contiene un principio de humanidad, donde los hechos que darán inscritos en la historia. Al fin que los fenómenos históricos continúan dándose para aprender de ellos y no volverlos a repetir.¹⁷⁵

El comunicador se vuelve un orador y un historiador con sus notas, reportajes y crónicas que manda a sus medios de comunicación o a la agencia informativa, y estos son difundidos. Cuenta la experiencia que vive traicionado por sus mismos

¹⁷⁴ **GOMIS, Lorenzo**, "Teoría del Periodismo. Como se forma el presente". Ed. Paidós. Barcelona, España 1991.

¹⁷⁵ *Ibíd.*

sentimientos. El periodismo es una forma de vida, es una lucha constante de sobrevivencia cuando se asume la misión de ser corresponsal o enviado especial.¹⁷⁶

El sentido de darle el verdadero valor a la vida en el momento que se encuentra ante la muerte ajena de miles de personas por las guerras. También no esta ajeno a tener una cita con la muerte cuando corre peligro su vida misma del corresponsal, o cuando sufre de agresiones físicas y verbales. Sus señales vitales están en constante peligro, se pierde la noción de tiempo y espacio con tal de cumplir su deber.

Con respecto a la visión de José Tocaven Lavín (+), Fundador del periódico “La Voz de Michoacán” confirmó que “ El periodismo es afán de lucha, con certificado de licitud y conciencia de probidad. Podemos considerarlo como el único poder social que no es transitorio por la misión que cumple frente a la sociedad”.¹⁷⁷

Sin fuentes informativas las personas representantes de los medios están limitadas en su deber, el no abrir la caja negra donde los hechos relevantes están inmersos y necesitan publicarse. Además que los datos son manipulados por un gobierno para no dar información a detalle.¹⁷⁸ Se pueden citar casos extremos hasta los correspondientes a nuestro actual entorno social.

La información se manipula por conveniencia. “Caso de la noticia de la captura de Saddam Hussen, la cual según las fuentes oficiales de gobierno norteamericano, fue encontrado el viernes, pero la noticia la dio a conocer el mismo departamento de prensa hasta el domingo”. Comentó Eliseo Caballero Ramírez

La finalidad era acaparar la atención de los espectadores a nivel mundial sobre el hecho y adjudicarse el cumplimiento de la misión de la nación norteamericana y al

¹⁷⁶ LEÑERO, Vicente. “Los periodistas”. Ed. Joaquín Mortín. México DF, 1978.

¹⁷⁷ RODRIGUEZ Castañeda, Rafael. “La Prensa vendida. Los periodistas y los presidentes: 40 años de relaciones”. Grijalbo. México D.F. 1993. Pág. 191. Discurso de José Tocaven Lavín, La voz de Michoacán. En el día de la libertad de expresión Junio 1979.

¹⁷⁸ DURADIN, Guy. “La información y desinformación de la realidad”. Paidós, España, 1993.

mismo gobierno del presidente George W. Bush. Triunfo bélico propagandístico del mandatario Norteamericano. Pero la contraparte informativa es que a pesar de esto las muertes de soldados norteamericanos se siguen dando por grupos de presión al régimen; Por lo tanto, no se publican estos hechos de interés nacional y mundial.

Las agencias de información y cualquier medio de comunicación con gran capital manda en periodos cortos, y a veces de por vida a su personal. Los periodistas que cumplen con su función regresan a sus lugares de origen por que únicamente cumplen una misión específica de trabajo, mientras que los corresponsales cubren la información en periodos largos o de por vida en cierta región.

Toda persona que genera información en una provincia pertenece a una agencia en la medida que este les envíe noticias a sus oficinas centrales, los periodistas que fungen como corresponsales cumplen determinado número de noticias; siempre y cuando no hayan acontecimientos significantes de relevancia para un mayor seguimiento de los mismos.¹⁷⁹

Su compromiso ante la agencia o medio que representa es el envío de las noticias, así el periodista-corresponsal establecido en una región puede colaborar con otro medio compartiendo, por su cuenta, las noticias siendo el resultado de su esfuerzo de su trabajo, y desde luego esto implica una remuneración económica más alta.¹⁸⁰

Haciendo hincapié en la corresponsalía de Televisa en Michoacán, por la cantidad de sucesos noticiables que se quedaban sin publicarla buscaban colocarla en otras empresas periodísticas. Así su titular y su pequeño equipo de trabajo luchan en informar por distintos medios informativos y canales los hechos relevantes de los Michoacanos. Es cuando se forma la agencia Cuásar.

¹⁷⁹ **MCBRIDE, Sean.** "Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información de nuestro tiempo". Fondo de cultura económico. México, 1993.

¹⁸⁰ **RIVADENEIRA Prada, Raúl.** Periodismo. Teoría general de los sistemas y ciencia de la comunicación. Editorial Trillas. México, 1988.

Su distribución es esta manera: sus noticias son enviadas sólo a la ciudad de México y a la página de MIMORELIA.COM. Las noticias en la página Web son en promedio de tres a cuatro al día. Por que realmente no existe una cultura de agencia informativa en el Estado de Michoacán. Aunque actualmente tienen cápsulas en el canal de las estrellas con el grupo Marmor, que dentro de la capital maneja la transmisión de publicidad e información en el canal de las estrellas aquí en Michoacán. Explicó el director Eliseo Caballero Ramírez.

“Sin tener un lugar físico donde se establezcan, sin mobiliario y sin la tecnología indispensable muchos corresponsales han formado sus propias agencias informativas por la cantidad de sucesos generados en una entidad jugado el papel de corresponsal-agencia. Este proceso es por que manda su información del día a la central periodística y aparte trata de colocarla localmente. Para eso necesita de colaboradores y equipo de apoyo.” Esto lo remarcó Arturo Bravo, director de La Agencia Informativa Michoacana (AIM), en entrevista el 14 de abril 2004 además puntualizó que es la forma en que se aprende a conformar un medio de comunicación propio por la sapiencia que le ha dedicado años a la profesión.

La noticia que causó interés a nivel nacional fue la detención de Marco Antonio Barroso, defraudador de Provivienda, capturado el 16 de enero de 2004 en la ciudad de Morelia. La noticia difundida por el periodista Eliseo Caballero Ramírez el mismo día de la detención del presunto criminal; ocupó la cabeza principal en el noticiero de Televisa a nivel nacional de Joaquín López-Dóriga dándole una repercusión nacional. Por que posteriormente se le descubrieron varios delitos en su contra a este presunto defraudador de viviendas buscado en distintos estados de la República Mexicana.

El periodista mediatizó la noticia confirmando con las fuentes policiales y autoridades correspondientes para la detención del presunto defraudador. Así el periodista cumplió la función de informar al medio que pertenece y éste lo transmite a la audiencia. Su noticia causó interés por los antecedentes anteriores de este delincuente y por las investigaciones anteriores que la misma televisora había hecho a través de su reportera Karla Iberia Sánchez con el reportaje “el mega fraude”.

“El periodista es el autor de una obra como lo es la noticia y cede sus derechos al mejor postor y al que cumpla las condiciones del mismo. Estos le dan la exclusividad muchas veces al medio informativo en el que labora, por lo que el representante del medio, en misión de corresponsalía y de enviado, se convierte en una agencia informativa. Aún siendo una sola persona”. Puntualizó el director de Cuásar, Eliseo Caballero Ramírez.

4.4 LA INTEGRACIÓN DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS COMO UNIDAD DE CULTURA DEMOCRÁTICA.

Al ser las agencias empresas periodísticas deben constituir una unidad de conocimiento en un sistema complejo informativo por la manera en que interpretan la realidad en el seguimiento que hacen de los hechos.¹⁸¹ Las propuestas de cada medio ante sus públicos, audiencias y lectores desarrollarán un nivel de análisis en la conformación de criterios de opinión pública ciudadana.

Sin duda, todo medio de comunicación enfrenta cada día el reto de ser mejores en informar la veracidad de los hechos con la responsabilidad de conseguir todas las fuentes necesarias de los actores y especialistas del tema. La capacidad de amordazamiento de las personas que desean coartar la libertad de expresión es cada vez menor.¹⁸²

Hoy la humanidad reclama confiabilidad y constituye fundamentos que garanticen la estabilidad colectiva en el bien social. El conocimiento constituye un proceso histórico de cultura nacional con el paso del tiempo de las acciones del hombre. Por lo tanto en apertura de nuevos reglamentos y leyes de acceso a la información de la administración pública se abren oportunidades en la ciudadanía para conciliar un

¹⁸¹ **RODRIGO Alsina, Miguel.** “La construcción de la noticia”. Paidós Comunicación Barcelona, España 1984. Pág. 145.

¹⁸² **NAVA Gomar, Salvador.** “La Libertad de Información en México” Revista mexicana de comunicación N* 82 año 2002.

derecho nulificado por aparatos del Estado que privan del privilegio de la sociedad democrática.

En un país que sufre de memoria histórica; debe de rescatar el derecho a la información con el fin de reclamar su porvenir en la solución de hechos pasados que alteraron la estabilidad nacional, y así evitar repetir las páginas tristes de la historia nacional donde se cometieron las atrocidades de mandatarios y funcionarios que han mermado las necesidades vitales de la sociedad mexicana con sus agresiones y violencia.

Los periodistas entienden que necesitan de la integración de asociaciones, gremios y convenios entre medios de comunicación y prensa para luchar por los derechos de los periodistas; además de conformar redes de comunicación entre estos medios y la ciudadanía en la transmisión de valores de justicia, equidad e igualdad social. La presión de las empresas periodísticas y de la sociedad se vio reflejada con la ley de acceso y transparencia a la información de la administración pública en el Estado de Oaxaca.¹⁸³

Donde un grupo de personas civiles promulgó el 16 de Octubre de 2001, en conjunto con el gobierno federal y el Partido Acción Nacional una valiente iniciativa en un derecho constitucional, ante el Congreso de ese Estado sobre una ley de acceso y de transparencia a la información de organismos públicos.¹⁸⁴ Con este parteaguas en la vida nacional los medios de comunicación y reconocidos comunicadores han impulsado un cambio en el actuar de los ciudadanos, periodistas, comunicadores, partidos políticos y representantes del gobierno en turno.

Siendo este hecho el motivo por lo que muchos periodistas, comunicadores y directores de medios junto con las personas han despertado de la opresión de hace 70 años donde uno de los principales derechos constitucionales de cualquier persona física es informarse sobre el accionar del gobierno, y también de tener distintas

¹⁸³ **SANTIAGO Castillo, Javier.** Dos transmisiones interminables. Revista Mexicana de comunicación. Número 76 año catorce.

¹⁸⁴ **NAVA Gomar,** Salvador. "La Libertad de Información en México" Revista mexicana de comunicación N* 82 año 2002.

investigaciones de los diferentes medios sin que estos se han coartados y amenazados por algunos gobiernos opresores enemigos de la verdad.

La evolución de las generaciones cambia actualmente; por lo tanto hechos como los de Tlatelolco, la plaza de las Tres Culturas y un sin número de sucesos escritos en el diario del baúl de los recuerdos, se demanda mayor interés por las personas que buscan respuestas concretas y reales, así como castigar a los responsables de las huellas imborrables de la historia amarga de la nación mexicana.¹⁸⁵

La consolidación democrática en el Estado esta firme por la gran cantidad de demandas y denuncias que hay en su comunidad. Esta creación de noticias pone a los grupos sociales como actores de asuntos políticos con voz en llevar los hilos políticos siendo una de las partes participes de contribuir organizadamente a formar programas de gestión social a favor de las personas vulnerables.¹⁸⁶

Dentro de la teoría democrática, en la concepción de Robert Dahl considera que para llegar a una democracia plena se necesita de participación efectiva de los asuntos públicos para que exista una igualdad de votos y la comprensión ilustrada de los hechos llevados a una agenda de acciones a realizar por el bien colectivo.¹⁸⁷

Por lo tanto, Francisco García Davish, director de la agencia Quadratín, concluyó que “la ciudadanía comienza a superar las estructuras de gobierno y medios de comunicación, siendo estos últimos el canal de distribución de mensajes de los sectores sociales en desacuerdo y en contra de las iniciativas sobre las decisiones que afecten a las clases populares”.

De acuerdo al politólogo, Javier Santiago Castillo, Consejero Electoral del Instituto Electoral del Distrito Federal, mencionó que cuando se empieza a consolidar la

¹⁸⁵ **RODRIGUEZ Castañeda, Rafael.** “La Prensa vendida. Los periodistas y los presidentes: 40 años de relaciones”. Grijalbo. México D.F. 1993.

¹⁸⁶ **Vargas Anaya, Noemí.** Analista y colaboradora del Periódico El Cambio de Michoacán en su artículo de opinión “El ejemplo de Chinicuila” del 14 de Noviembre Año XIII Número 4376. Pág. 19.

¹⁸⁷ **DAHL, Robert.** La democracia. Una guía para los ciudadanos. Taurus 1999. traducción Buenos Aires. Pág.48-49.

democracia en las naciones se debe a “la nueva importancia de los significados es cada vez más importante por lo que entiende y demanda el auditorio que lo que el informador desea comunicar. Los medios noticiosos mexicanos han emprendido un proceso de transición que tan sólo en una década, transformó radicalmente sus temas, mensajes, actores, instrumentos e incluso lenguajes”.¹⁸⁸

Este proceso transicional democrático modificó las relaciones de los medios con el poder, favorecido las expresiones críticas y ampliado las posibilidades de expresión de grupos sociales y políticos otrora marginados.¹⁸⁹

Grupos sociales ejemplificados como la sociedad civil del municipio de Chinicuila, quiénes hicieron un consejo popular y legislan de acuerdo a las necesidades regionales de la comunidad de los problemas más no por un modelo patriarcal del presidente municipal. Es este ejemplo donde se cumplen los elementos de la teoría democrática de Robert Dahl en su libro *democracia: una Guía para los ciudadanos*.

Esta nueva democracia, en otro claro ejemplo, están los migrantes michoacanos con la legislación de otorgarles el voto migrante y hacerlos coparticipes de las actividades políticas del Estado de Michoacán, así como desarrollar una agenda para establecer proyectos productivos en la unión americana y en el Estado.

Asociaciones de periodistas, grupos editoriales o redes informativas entre periódicos regionales, agencias, Fundaciones Democráticas, e institutos de acceso a la información, son organismos sociales que se han abierto caminos muy independientes para consolidar la democracia entre los miembros de cada región; y mantener los canales en constante movimiento de las acciones realizadas por las distintas unidades sociales para el aprovechamiento del conocimiento cotidiano en el transcurso de los días.

¹⁸⁸ SANTIAGO Castillo, Javier. Dos transmisiones interminables. *Revista Mexicana de comunicación*. Número 76 año catorce. Págs. 49-51.

¹⁸⁹ *Ibíd.*

En pleno siglo XXI ningún medio de comunicación debe de estar exento a cerrar las puertas a la gente que desee exponer algún problema y en difundir un hechos social por minúsculo que sea.¹⁹⁰

Tales casos precisos como La Asociación Mexicana de Editores, el Centro de Derechos Humanos y Fundaciones de información y democracia A.C. y la Fundación Manuel Buendía, así como organismos federales ajenos a manos de los poderes del Estado como IFAI contribuyen a regular iniciativas civiles de información y de protección del periodismo mexicano.

Desde el punto de vista de Eliseo Caballero Ramírez sobre la transición de los medios de comunicación en la democracia puntualizó: “Es un hecho que todo medio de comunicación necesita de los otros para su existencia y propagar apertura a la cultura democrática, sería imposible que un medio informativo luchara sólo sin ejercer un cambio de conciencia entre las personas”.

Las agencias informativas enfrentan el reto de crear una cultura de intercambio conformando redes de comunicación a todas los sectores y grupos. Estos son el instrumento de apoyo para todos los medios periodísticos que requieran de noticias no captadas. No solamente buscan su oportunidad económica sino fomentar nuevos proyectos y espacios que apoyen el conocimiento con el fin de solucionar las problemáticas que afectan desde a un reducido sector como al país entero.

Con estos despachos periodísticos en Michoacán han sido la apertura de nuevos conductos informativos para todos los sectores regionales internos en conocer los acontecimientos del Estado recopilados a través de noticias. Aseguró Arturo Bravo. Director de la Agencia Informativa Michoacana (AIM).

¹⁹⁰ NAVARRO Rodríguez, Fidela. La cuadratura del Círculo democrático. Revista Mexicana de comunicación. Número 76 año catorce. Pág. 42.

“Hemos sido la voz de los michoacanos en sus problemas dando seguimiento a su situaciones y no quitamos ápice del renglón hasta que las autoridades correspondientes den pronta solución de sus quejas”. Señaló Francisco García Davisch.

Estas redes de información tienen la función de propagar una noticia de un hecho social por varias vías de comunicación hasta que la reciban las personas con similares condiciones sociales, así hasta con la misma identidad de clase y grupo social proseguirán a construir una unidad de demanda sin que se resquebraje el motivo social por el cual se esta luchando.

La cultura democrática moderna se construye en conjunto con la participación ciudadana, medios de comunicación y prensa e instituciones gubernamentales siendo el manejo de la información el ajeo derecho ciudadano de saber para poder actuar en la actividad de lo público y ejercer la libertad de expresión nacional.

Radicadas las agencias en la capital del Estado coinciden en que la apertura de nuevos medios informativos, como estas, buscan incrementar foros de expresión con noticias actuales para satisfacer la necesidades de conocimiento entre la sociedad michoacana y mantener estándares democráticos reflejados en opinión publica constante. Vaticinó Sergio Torres Delgado en entrevista para esta investigación cuando era Jefe de Información en LXIX legislatura en Congreso Local del Estado de Michoacán. Actualmente es Jefe de departamento de estrategia de medios en la Coordinación de Comunicación Social.

5. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.

El esbozo periodístico ha concluido en los desarrollos históricos de las agencias informativas internacionales y nacionales, la comparación de las locales en hacer periodismo en el Estado de Michoacán y la forma en que estas empresas noticiosas coadyuvan a la construcción de la realidad con la participación democrática de los ciudadanos.

En estos tres elementos conforman uno de los objetivos planteados en el inicio del proyecto de investigación para abordar el estudio señalado anteriormente en el planteamiento del problema.

El marco teórico fue el referente de la investigación realizada comparando teorías de la corriente crítica sobre como se logró conocer las formas en que los medios de comunicación cumplen ciertas funciones consecuentes en sus sistemas de información y de sus flujos. Esquemas que el periodista debe de tomar en cuenta en el ejercicio de su exhaustiva profesión para no caer en la falsificación de hechos, en la censura de la verdad y en la invención de sus fuentes. Por lo tanto, sus derechos y facultades deben de ser respetados por los ideales y principios morales formados en su ética profesional.

Se puede concluir asertivamente compartiendo las teorías política-democrática de Norberto Bobbio y de Robert Dahl sobre los medios de comunicación y Prensa, son juzgados literalmente por los ciudadanos cuando estos esconden la información o tratan de desviar con otros hechos de interés social. La evolución de la ciudadanía de participar empuja a un verdadero cambio en la democracia mexicana en fomentar la opinión pública entre los sectores sociales.

En lo que se refiere a los métodos de investigación, los utilizados fueron los correctos para realizar un trabajo documental completo, planteado inicialmente en el proyecto, en los dos primeros capítulos cumpliendo con el objetivo de exponer el surgimiento de las agencias a nivel mundial y en México. Además de exponer en el trabajo de campo un método comparativo sobre la conformación del accionar y de estructura de las agencias informativas locales.

Otro hallazgo que encontramos y se debe destacar es la forma en que la Agencia Informativa Michoacana (AIM), al ser la primera agencia michoacana en la entidad, es la única que mantiene un intercambio constante de información con más de 40 medios locales y nacionales sin que tengan corresponsales que actúen como personas físicas, sin embargo, por medio de la representación jurídica, los mismos medios de comunicación garantizan un libre flujo informativo para la selección y recolección de notas.

En la investigación de campo se obtuvieron los resultados conociendo una validación en los demás objetivos donde se alcanzaron a través de la entrevista de profundidad y de la observación directa de esta exploración cualitativa.

No cabe duda, el periodismo encamina a varios fenómenos mediáticos en su cumplimiento o rechazo en la conformación de los hechos o de los acaecidos, siendo los actores y medios de comunicación un factor que altera el proceso de los conocimientos cotidianos de los individuos en una sociedad.

Ahora los descubrimientos encontrados en esta investigación fueron que en las tres empresas periodísticas expuestas no hubo una cultura de agencia informativa, lo cual ha limitado el desarrollo económico y profesional en colocar la información a otros medio de comunicación y prensa. Aunque esta situación cambio por el surgimiento de periódicos en varias regiones del Estado principalmente.

Otra cosa de destacar encontrada a lo largo del objeto de estudio es que de acuerdo a los libros de Raúl Trejo Delarbre exponía argumentos contundentes sobre la operación de las agencias informativas que las clasificaba como inoperantes, con poca capacidad

de recursos y sobre todo con nula cobertura; con esto hacia una generalización del fracaso de la mayoría de estos despachos periodísticos.

Sin embargo, la investigación arrojó datos diferentes, aunque sí se hayan tenido dificultades de este tipo, es una realidad que estos medios informativos están más sólidos por su funcionamiento eficaz, en su organización de trabajo en la información y en cobertura de agenda para transmitir los hechos a medios locales y nacionales.

Aunque lo único que sí compartimos es la hipótesis de Trejo Delarbre donde menciona que las agencias, y medios en general en Michoacán, reclutan a estudiantes de periodismo para que se formen en esta área de la comunicación, por lo que los salarios son sórdidos o en su caso no les pagan nada y adquieren experiencia para un desarrollo profesional a futuro.

Es aquí donde concluye la investigación satisfactoriamente haciendo las siguientes conclusiones a más de cuatro años de estudio; antes se debe de recalcar que es el primer documento de este tipo que trata el objeto de estudio de las agencias informativas en Michoacán; con esto las nuevas generaciones de comunicadores podrán dar seguimiento a este tema por otras líneas de investigación.

Primero se llega a la conclusión que las agencias informativas requieren de una exactitud y prontitud de respuesta a los hechos suscitados, para que se informe en tiempo y espacio a un público pasando a colocar la información a medios de comunicación que requieran de este servicio. Estas tres empresas expuestas buscan la exclusividad y la premura de los hechos para su publicación a través de otras empresas periodísticas.

Ahora dentro de la propuesta que se hace de contar con una agencia universitaria es capacitar a los futuros comunicólogos para que desarrollen experiencia laboral dentro del terreno del periodismo. Logrando mejores alumnos calificados con herramientas teóricas y prácticas para la vida profesional, así podrán cotizar su capacidad de trabajo con otros medios y el desempleo entre los egresados disminuirá.

El antecedente de lo anterior es el comentario de Francisco García Davish sobre que es nula la oferta de experiencia de los alumnos y mucha la demanda de personal capacitado para trabajar en su agencia.

Los problemas que enfrenta el periodismo en general se resolverán dentro de este proyecto por que al dar formación práctica a los estudiantes de la facultad de ciencias de la comunicación de la UVAQ, se fomentará que los alumnos logren conformar un código de ética que logre su conducta digna, limpia y pulcra de su persona en el desarrollo de su actividad periodística.

Los valores y principios éticos dentro de la investigación concluida representan los modos de acción y conducta para laborar en este ambicioso proyecto que se propone. Por lo tanto, la objetividad de los sucesos, el secreto profesional de sus fuentes, la cláusula de conciencia y derecho de replica son las normas de conducta universales para evitar caer en la calumnia, la falsificación y la manipulación de la información.

La propuesta hecha de la agencia informativa en la Universidad Vasco de Quiroga plantea objetivos internos y externos; el primero lograremos beneficiar a los estudiantes en el aprendizaje y formar investigadores sociales a quienes colaboren en este importante proyecto.

En lo externo, la universidad tendrá un medio alternativo que podrá competir con otros ya establecidos como una opción de mantener informada a todos los michoacanos, y poder coadyuvar a la democracia con la pluralidad de medios de comunicación dentro de la capital del Estado.

Logrando este proyecto que es factible se contará con el primer medio institucionalizado por una universidad en la región, así el firme propósito de mantener un clima de información y análisis dentro de la comunidad estudiantil, y además ser un vínculo con las demás empresas noticiosas que requieran de este servicio.

Al realizar actividades este despacho periodístico se podrá abastecer de información de primera línea a los demás medios internos con los que cuenta la UVAQ

y crear nuevos proyectos que tengan que ver con el área de la comunicación como la apertura de noticieros radiofónicos, de televisión o de publicación por Internet.

Tomando en cuenta que hay personas laborando afuera de la ciudad, podemos impulsar a que haya corresponsales de su región que notifiquen los hechos para tener cobertura de los sucesos logrando que las redes de información crezcan con este tipo de corresponsalías. Además al tener maestros de distintas áreas del conocimiento se podrá dar la oportunidad de escribir artículos de opinión para fomentar la crítica de argumentos de los temas actuales, de cultura, de educación y ciencia.

Y viendo lo que representa la agencia Cuasar es buena medida de auto emplearse por medio de una corresponsalía, para después conformar una agencia informativa en otra región del estado y poder comercializar la información a otros medios de comunicación o prensa.

A nuestro sano juicio consideraríamos que esta oficina de noticias es la que contiene mayores recursos materiales en el desenvolvimiento profesional de su trabajo a comparación de las otras establecidas. Cuasar no sólo produce noticias, también material fotográfico, video y audio, por lo que se consideraría una de las agencias completas de información sin desmeritar la participación de las dos anteriores.

Aquí hay que hacer un hincapié a que un corresponsal cumple con su medio con el que colabora y poder crear su propio negocio de despacho de colocación de la información como lo hacen varios pragmáticos en los medios locales de Michoacán. Por lo tanto, puedo concluir dentro de mis aportaciones, es que cuando salimos de la universidad tenemos una visión de ser contratados por una empresa periodística, sin embargo, no tenemos la perspectiva de auto emplearnos con crear agencia informativas o trabajar siendo corresponsales.

Es el aporte que hago para combatir el desempleo de los comunicólogos por que si la UVAQ tiene su propia central de noticias, las personas podrán tener una experiencia amplia en la forma de operar y crear su propio medio.

Además no siempre debe de ser una empresa física con instalaciones y oficinas tangibles, sino, que el mismo periodista tomará doble rol de agencia informativa y de corresponsal sobre los medios de comunicación con los que interactúa y con los que esta colaborando.

Ahora dentro del trabajo de campo es de resaltar que los logros fueron fructíferos en la investigación exploratoria y explicativa por la cantidad de vivencias expuestas por los tres dueños de las agencias informativas, por sus reporteros y periodistas. Todas estas aportaciones han concebido las problemáticas que deben de cambiar como la falta de cultura de hacerse de servicios noticiosos, del periodismo elevada a una profesión con distinción profesional y a la sociedad civil siendo el ente participativo de la democracia para la vigilancia y la inconformidad a los aparatos del Estado Nacional.

Es de lamentar que los clientes son selectos para la colocación de material por la falta de cultura de agencia informativa en el Estado. Incluso muchos piden que se le regale el trabajo periodístico por desconocer el servicio y los beneficios ofrecidos por estas microempresas. El principal objetivo es comercializarla cuando el medio no tiene la exclusiva de la información o no pudo uno de sus reporteros conseguirla, así como las imágenes en video, fotografías, audios o notas.

Con respecto a la falta de cultura que concordaron los tres dueños de estas empresas, es una realidad que dentro de la capital del estado de Michoacán no hay mucha demanda en este servicio; pero al exterior es impresionante la cantidad de sucesos que requieren los medios de otras ciudades para sacar sus publicaciones con géneros periodísticos de primera línea, tal es el caso de periódicos en suministrarse de notas relevantes.

Sin embargo, a través del pensamiento para mejorar el servicio, la Agencia Informativa Michoacana buscó a través de acuerdos a la “palabra” eliminar esa falta de cultura que existe. Con un intercambio de noticias entre AIM y otros medios locales se busca garantizar que se disponga la información de interés para su publicación, o en su defecto, que se manden a otros medios que la requieran, así se crearán redes noticiosas

donde hasta los municipios más apartados conozcan los hechos cotidianos que pasan en otras regiones de nuestro estado.

Sin duda, el periodismo ha evolucionado en facultades y prerrogativas de bienestar social a causa de verdaderos visionarios y grupos en conjunto para ejercer la libertad de expresión a través de lograr planes claros como la ley de acceso a la información pública, el código de ética del periodista quien es la representación de la empresa y en un futuro próximo a la transparencia de información del poder judicial y judicaturas.

Esta gran experiencia de conocimiento en los flujos demuestra que todo aquel medio de comunicación o prensa es dominante por tener el capital para trasladar a sus reporteros a cubrir los hechos del momento, así como pagar por servicio y corresponsales; pero a la vez, necesita de otros medios y colaboradores en mantener informada al medio dominante sobre lo ocurrido en una determinada región del país.

En el Estado de Michoacán, hay gran cantidad de medios electrónicos de comunicación, periódicos y tres agencias informativas; quienes reciben y mandan información a la ciudad de México con el fin de difundirse a nivel nacional en todo el país sobre lo que ocurre en los lugares circundantes en el interior del Estado.

Estas tres oficinas ubicadas en la capital del Estado, Morelia, dos de ellas, con corresponsalías de un medio televisivo y de un periódico de circulación a nivel nacional deben de mantener una cobertura constante en mantener información del Estado para después ser seleccionada por las oficinas centrales del respectivo medio para escoger la información a publicar. Es el caso de agencia Cuásar y de cuadratín. Siendo sus directores los emprendedores en formar la corresponsalía de Televisa y del diario Milenio respectivamente.

Mientras que la Agencia Informativa Michoacana (AIM) es en esencia cien por ciento local en mantenerse un intercambio informativo con otros diarios de las distintas ciudades del Estado de Michoacán. Además de ser autofinanciable con producción publicitaria conjugada con la información del día de sus integrantes ha alcanzado mantenerse con vida por más de 30 años.

Podemos interpretar que a lo largo de esta investigación se obtuvieron consensos entre periodistas, dueños de agencias, uno que otro funcionario y especialistas en comunicación sobre la función de cualquier medio social, por lo que llegamos a los siguientes puntos de discusión.

1. Un medio de comunicación, prensa o agencia informativa tiene el objetivo de vender información, aunque esa debe de estar cotejada con fuentes participativas y de opinión para lograr un nivel de credibilidad.
2. Lograr la participación democrática entre su audiencia y lectores con pluralidad de la libre elección de la sociedad para acceder a los medios informativos que cubran sus necesidades.
3. Los hechos debe de ser del interés social con el fin de que los ciudadanos vigilen el accionar de su entorno para dar respuesta a los problemas, soluciones y propuestas en la sociedad. El objetivo es lograr escalas de bienestar social para la mayoría de la comunidad mexicana.
4. Debe de existir redes informativas entre las empresas y oficinas de comunicación para una distribución de géneros periodísticos que llegue a todos los rincones del país y mantener un estado de expansión de la opinión público.
5. Con la transición democrática entre medios informativos, ciudadanía y funcionarios, que representan los poderes del Estado mexicano, se trata de evitar la manipulación, la falsificación y la descalificación de los acaecidos que afecte a una de las contrapartes.

Por otro lado, la honestidad y la lealtad del trabajo periodístico han sido el pilar sostenible en la confianza de las personas, siendo este, el resultado de la evolución de la cultura informativa por cambiar los destinos nacionales de regimenes totalitarios y poco flexibles a difundir decisiones equivocadas que han llevado a un estado de impunidad y corrupción en todos los frentes de la administración pública y privada.

La cultura informativa necesita lograr una comunicación a todos los niveles sociales no sólo para masificar, sino crear entes pensantes de los acontecimientos vividos en el transcurso de la vida. El motivo es utilizar la opinión pública como diálogo mediador entre los individuos en el momento de la toma de decisiones del accionar de las mismas personas sometiéndolas a argumentos fundamentales que les ayuden a razonar de manera significativa en el ejercicio de la libertad de expresión.

En la medida en que nos adentramos a conocer la función de las agencias informativas en Michoacán nos dimos cuenta que no sólo fungen con valores y objetivos como cualquier medio sino necesitan que sus reporteros y periodistas cumplan con un perfil profesional en el ejercicio de su experiencia laboral; por lo tanto, requieren de los servicios de un personal altamente calificado con conocimiento en la materia de informar y comunicar. Caso Quadratín es un medio muy selectivo en este aspecto, mientras que Agencia Informativa Michoacán (AIM) y Cuasar son un poco flexibles a requerir un perfil no tan rígido.

Estas tres empresas han asumido un reto importante en seguir luchando por su subsistencia a pesar de no tener un reconocimiento local con mayor jerarquía. Su función se ha cumplido en la medida que prevalece el proceso informativo y la distribución de la misma. La tarea se cumple con los hechos importantes acaecidos en Michoacán después depende de los clientes, jefes de información o directores de edición sobre la elección de las noticias, así como sus colocación y la importancia que el destinatario final le designe.

En el caso, de las agencias Quadratín y Cuasar representan al Diario Milenio y al grupo Televisa respectivamente, mandan por día un paquete significativo de la información a la oficina central para que seleccionar y difundir a nivel nacional. En el caso de Televisa todos esos materiales periodísticos son pasados en varios noticieros dependiendo el canal y la hora; por lo que la información de Michoacán se transmite con mayor frecuencia en todos los noticieros del grupo Televisivo.

Mientras que Milenio pública lo destacado, según su criterio, ocurrido en Michoacán y sus alrededores. En AIM se consideraría en esencia pura sin ser

dependiente de un medio de comunicación nacional, sin embargo se ha mantenido por sus clientes como una alternativa de credibilidad en su información publicada.

Aunque los diarios son abastecidos por esta agencia; muchas veces los reporteros tenían el temor de ser desplazados por los servicios de paquetes informativos mandados a las oficinas de redacción de los rotativos. Sin duda no hay conciencia de que la integración de los medios de comunicación y los despachos noticiosos debe de ser una fusión entre dos partes con el objetivo firme de informar a la región y dar un complemento a todas las personas habidas por conocer los hechos ocurridos en nuestro entorno social.

El reto principal de las agencias informativas en Michoacán es servir como herramienta periodística en ayudar a difundir la mayor cantidad de géneros periodísticos de interés a la sociedad y a los medios de comunicación en la conformación de redes informativas.

El fin de estos vínculos es mantener un estado constante de conocimiento de las acciones del hombre en el entorno social en donde se desenvuelve; así como la construcción de la realidad social asimilada por los receptores para que se interesen por los hechos y tengan su propia opinión de los mismos.

La propuesta que hacemos es que si ya existen agencias privadas, ¿Porqué las universidades no han creado su propia agencia informativa?; como competencia a las ya establecidas y poder consolidar la cultura democrática desde la parte académica. El recurso humano se tiene con los jóvenes que están estudiando comunicación y periodismo, ya que, sería aportar institucionalmente para lograr una integración formativa más completa entre los mismos alumnos.

Como toda universidad debe de abrir espacios para la información y comunicación, mantener espacios se pretende conseguir aportes importantes en la institución como son los siguientes:

1. Una Agencia Informativa Universitaria representa la parte académica y la pluralidad de medios de comunicación para una libre competencia entre los medios periodísticos.
2. Coadyuvar a conformar una cultura democrática como aporte en materia de comunicación e información con bienestar social a los michoacanos.
3. Uno de los principales beneficios es la formación integral, teórica y práctica, de las nuevas generaciones de periodistas con una preparación de calidad más acorde a la realidad.
4. Conformar códigos de ética y perfil profesional dentro de los estudiantes respetando los valores del periodista.
5. Conceder un medio alternativo de información y comunicación para espacios de difusión, opinión y análisis.
6. Ser la primera Agencia Universitaria de Información en la entidad: la Universidad Vasco de Quiroga.

Las universidades deberían de estar preocupadas por brindar una mejor formación integral a sus futuros profesionistas, lo cual la agencia de la Universidad Vasco de Quiroga podrá ser un proyecto que integre la experiencia laboral. Por lo tanto, consideramos que si se busca ser gente en beneficio de la sociedad con el proyecto presentado a continuación se logrará tener profesionales que se integren y construyan la realidad de Michoacán.

Por último, el periodismo en el Estado esta creciendo en las diversas actividades del ser humano para anunciar todas las fuentes informativas que dan noticia en el Estado. Por eso las empresas de comunicación necesitan constituir y respaldar una imagen de confianza y honestidad que se forja con la veracidad de los hechos y la credibilidad. De hecho las agencias informativas Michoacanas han labrado por este camino.

El contrapeso de las versiones por distintos medios abre espacios a la reflexión y análisis social para estar completamente informados con los puntos de vista de cada medio, así las personas absorben o desechan lo difundido por los empresas que exponen la realidad. Con esta pluralidad las personas absorben y juzgan los hechos para transformarse en un ser democrático con opinión vertida hacia los demás logrando un cambio de bienestar personal y colectivo.

El periodismo puede ser un oficio, una profesión, una forma respetable de ganarse la vida donde se pone el cuerpo y la mente a ejercitar todos los músculos, pero es el verdadero músculo del corazón que conlleva a ejercerlo con mucha satisfacción.

ANEXO

**PROYECTO DE UNA AGENCIA INFORMATIVA EN LA UNIVERSIDAD
VASCO DE QUIROGA.**

La integración de los distintos elementos mostrados en esta presente investigación debe de consolidar a todas las instituciones a los equilibrios de bienestar social. Por lo tanto, las Universidades e instituciones educativas deben de sumarse a la integración de estándares social democráticos con la preparación adecuada de las futuras generaciones que contribuirán a estabilizar la calidad de vida del país.

Por lo que el presente proyecto propuesto para la Universidad Vasco de Quiroga en la Facultad de Ciencias de Comunicación coadyuvaría a que las nuevas generaciones estén integrando la parte laboral como currículo profesional; el motivo es colocar a los alumnos al mercado laboral combinando la teoría con la práctica. Desde las aulas, así como desarrollar áreas de investigación y difusión en el ámbito universitario.

El proyecto de la creación de una agencia informativa en la Universidad Vasco de Quiroga contiene las siguientes características:

**PROYECTO: Agencia Informativa de la Universidad Vasco de Quiroga.
(AIUVAQ).**

1. OBJETIVOS.

1. Ser la primera Universidad estatal con un proyecto de comunicación, con investigación e información en la región.
2. Coadyuvar en la vida democrática del Estado de Michoacán a través de información oportuna, veraz y de análisis.
3. Integrar la práctica y la experiencia laboral conjuntando la parte académica de los estudiantes de la facultad de Ciencias de la Comunicación.
4. Promover la participación de todos los estudiantes interesados a prepararse a través de la práctica profesional de la investigación periodística.

2. FUNCIONAMIENTO.

El funcionamiento de la agencia informativa universitaria tiene por objetivo abrir espacios prácticos a los interesados de la carrera de ciencias de comunicación, el objetivo sería dividir las funciones de los reporteros dependiendo la fuente designada a cada uno, esto de acuerdo a la necesidad de la Universidad de publicar y difundir hechos.

Dependiendo la cantidad de reporteros se abrirían espacios para la cantidad de acontecimientos generados. Es importante que el jefe de información junto con el director general mantenga las órdenes del día para que cada reportero consiga sus notas que se les designo. Y poder hacer una publicación instantánea de la información en los medios de comunicación que se consignent para su difusión.

3. CÓDIGO DE ÉTICA BÁSICO PARA LOS ALUMNOS QUE INGRESEN A LA AGENCIA INFORMATIVA UVAQ.

Este código propuesto es regular conductas en el ejercicio periodístico de los prestadores del servicio social UVAQ.

1. **HONESTIDAD.** El reportero necesita transcribir los hechos como los cuentan, se narren o describan las fuentes para la libertad de cláusula de conciencia. Sin que se inventen los hechos.
2. **CREDIBILIDAD.** La veracidad de los hechos debe ir acompañado de la contraparte de los sucesos. Respetar e impulsar derecho de réplica o de rectificación donde las fuentes que se contraponen en un hecho se les deje espacio abierto para su opinión o declaración.
3. **CONFIABILIDAD.** Ningún reportero podrá ser forzado, obligado o ser violentado por alguna persona, ni funcionario, ni maestro de este medio para revelar el origen de su información.
4. **LEALTAD.** Fomentar el respeto a la institución, es pilar para desarrollar el aprendizaje y en este caso, se exige NO laborar en otro medio de comunicación o periódico.
5. **LIBERTAD DE EXPRESIÓN.** Además nadie debe de molestar ni interferir a los reporteros de esta agencia informativa en su intimidad privada, esto por el cumplimiento de su labor en la exposición de los sucesos.

4. LOGROS A ALCANZAR.

1. Ampliar el centro de investigación de la Universidad Vasco de Quiroga con información noticiosa generada por los mismos estudiantes de comunicación.
2. Confrontar los problemas sociales con la investigación recabada en el Estado de Michoacán a través de la agencia informativa de esta casa de estudios.
3. Promover la participación en los estudiantes en la investigación social, la redacción y la experiencia laboral.
4. Iniciar el cumplimiento cabal del Servicio Social UVAQ de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, luego del período en el que haya colaborado con este medio.
5. Crear y conformar proyectos posteriores de comunicación como periódicos, noticieros radiofónicos o noticieros de Televisión.

5. PERFIL DEL REPORTERO.

1. Estar cursando la facultad de Ciencias de la Comunicación, estando inscritos en el cuarto semestre de la carrera para poder hacer el Servicio Social UVAQ.
2. Haber tomado cursos de Redacción y Ortografía para poder comunicarse tanto oral como por escrito. También haber o estar cursado algún semestre en los talleres de fotografía o géneros periodísticos.
3. Tener un mínimo promedio de 8.0
4. Tener las habilidades de investigador y mostrar aptitudes.
5. Ser apasionado por el periodismo.
6. Comprometido por el servicio y ser responsable.
7. Interesado en la investigación.

6. PERFIL DEL PUESTO.

Director General. Su función es mantener el control y ordenamiento adecuado de la agencia en cada uno de sus miembros para que cada elemento cumpla con su trabajo.

Consejo General Universitario. Estará conformado por los docentes de los talleres de fotografía y géneros periodísticos con el objetivo de canalizar los trabajos realizados por los estudiantes; además de organizar a los mismos alumnos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en las fuentes de la Agencia Informativa Universitaria. Así como vigilar la realización del trabajo de formación académico para los futuros reporteros.

Jefe de Información. Es el encargado de dar la agenda informativa a los periodistas y de revisar la información generada en el día. En sus características es la persona que mantiene contacto con las fuentes públicas, privadas y sociales.

Jefe de Redacción. Es el encargado de revisar y corregir las noticias hechas por los reporteros dentro de la agencia Informativa Universitaria, además de considerar todo material periodístico y visual para su publicación en la página Web.

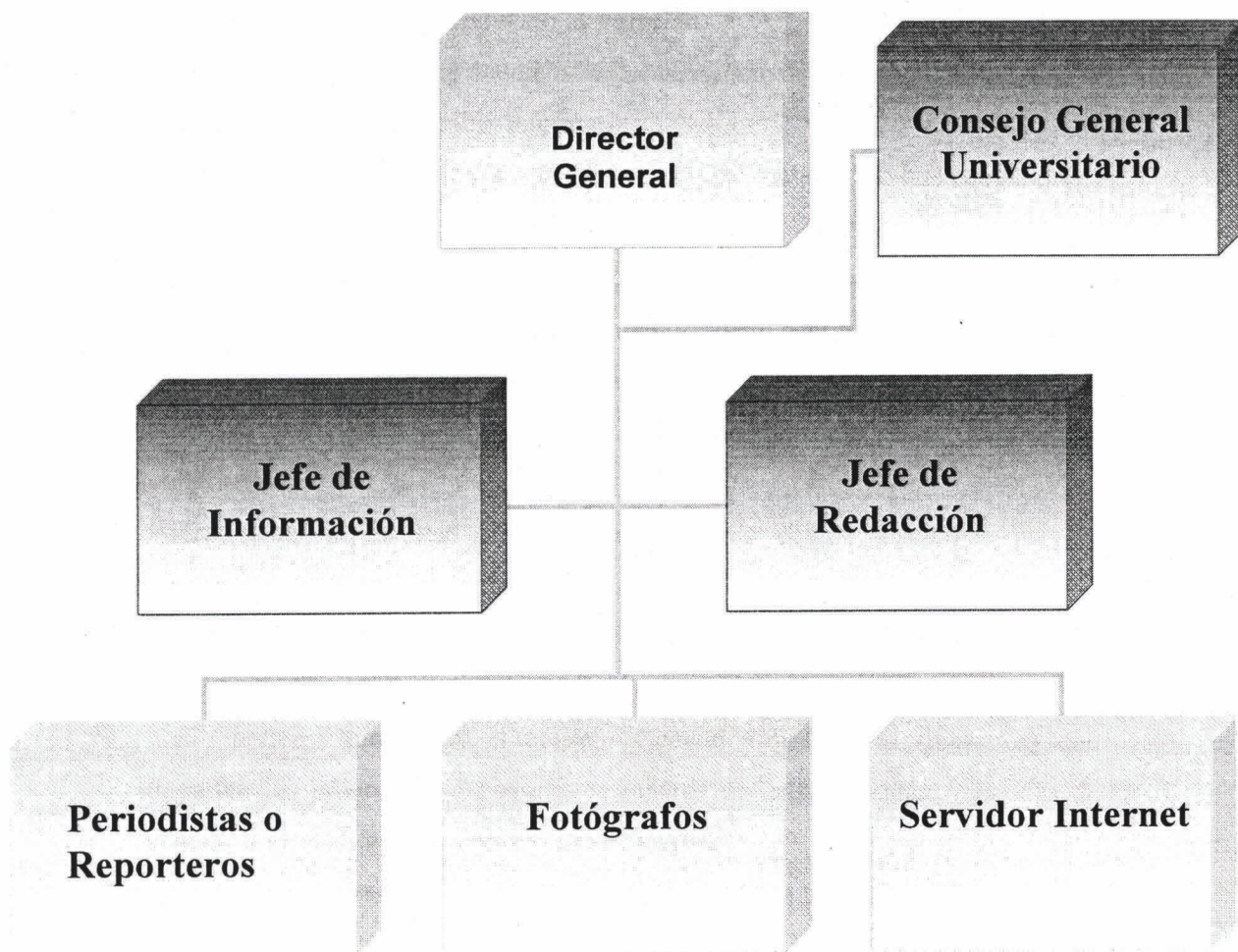
Periodistas y/o reporteros. Es la materia prima en lo que se refiere a recursos humanos, generan la información y la exponen al medio de comunicación para que la publiquen. Su sagacidad y entereza harán que las mismas fuentes informativas les abrirán las puertas o se las cerrarán.

Fotógrafos. Son periodistas gráficos que harán la ilustración de las noticias del reportero con imágenes.

Servidor Internet. Es la persona encargada de subir la información generada a la red de Internet. Siendo expuesta por este medio electrónico a través de la página Web de la institución.

7. ESTRUCTURA.

La agencia informativa de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Vasco de Quiroga estará organizada de la siguiente manera:



8. POLÍTICAS DE LA AGENCIA INFORMATIVA DE LA UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA (AIUVAQ).

1. Las personas deberán de cumplir con sus encomiendas en las órdenes del día en tiempo y forma.
2. Todo reportero tendrá la obligación de no alterar la información ni alterar el material visual. En caso de que eso ocurriera la sanción sería la suspensión temporal o definitiva dependiendo la situación.
3. Tendrán la obligación de acudir a las juntas semanales. En caso de faltar se le vetaría tres días de la agencia informativa.
4. Están obligados a cumplir con sus labores durante 6 meses, lo que equivaldría a un semestre para liberar sus trámites de servicio social interno.
5. En caso de inasistencia, por más de cuatro faltas en el semestre y sin previa justificación se le suspenderá definitivamente de la Agencia Informativa.
6. Los reporteros tienen la obligación de informar con 2 días de anterioridad al jefe de información, en caso de ausentarse a su trabajo por otras cuestiones ajenas a enfermedad.
7. Podrán tener la facultad de hacer uso de todo equipo disponible para la realización de su trabajo periodístico.
8. Dentro de la calidad y su eficiencia a esta labor, tendrán la facultad de colaborar con este medio el tiempo que deseen.
9. Los reporteros junto con el consejo General Universitario (maestros) que imparten los talleres de Fotografía y géneros periodístico están obligados de generar información para este medio informativo.
10. Terminada su carrera de licenciatura en Ciencias de la Comunicación no podrán continuar en la agencia informativa.

9. CONSEJO GENERAL DE LA AGENCIA INFORMATIVA.

La agencia informativa debe de tener personal encargado de llevar exclusivamente el funcionamiento de las tareas de la misma y de la organización de los reporteros, por lo tanto, se expira que estas obligaciones serán del director general y del Jefe de Redacción.

El director general será el director de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y los jefes de Redacción e información serán maestros que imparten la materia de géneros periodísticos, con esto no se les pagará porque cuentan con su sueldo respectivo.

Esta terna serán los jefes directivos quienes tomen las decisiones del personal y de la agencia informativa universitaria en general, además de liberar el servicio social interno a los prestadores.

10. EQUIPO Y MATERIAL.

Inicialmente el material que se ocupa para este proyecto es tener tres equipos de cómputo con el fin de escribir las noticias, además de cámaras digitales o escáner para digitalizar las imágenes por si son tomadas en cámara reflex. Así como un espacio propio para la agencia informativa para que desarrolle sus funciones y contar con el apoyo del servidor del Internet de la misma Universidad Vasco de Quiroga.

11. PRESUPUESTO DE EQUIPO.

Equipo	numero	Costo/unitario	Total
Computadoras	3	\$ 6,000 pesos	\$ 18, 00 pesos
Cámaras digitales	3	\$ 7,000 pesos	\$ 21,000 pesos
Servicio Internet	-----	\$ 4,800 pesos / anual.	\$ 4,800 pesos
Presupuesto Total			\$ 43, 800 pesos

LISTA DE ENTREVISTADOS.

NOMBRES: ARTURO BRAVO (FINADO).

CARGOS: DIRECTOR DE LA AGENCIA INFORMATIVA MICHUACANA

FECHA Y LUGAR DE LA ENTREVISTA: 14 DE ABRIL DE 2004.

OFICINAS DE LA AGENCIA SE REALIZÓ LA ENTREVISTA.

- Nació el 21 de septiembre de 1938 en Apatzingán, Michoacán. Estuvo 60 años ejerciendo el periodismo. Estudio primer año de derecho.
- 1963 Trabajo en el Heraldo de México, además que fue conductor de televisión de un programa de política del mismo periódico.
- En 1969 llego a Morelia para conducir el programa de "Panorama Michoacán" canal 2 del Sistema Michoacano de Radio y Televisión.
- Además colaboró con el diario de Morelia en 2 años.
- Radicó en Uruapan, Fue director del Diario de Michoacán y después trabajo en el ABC de Uruapan. También fue conductor de programas del "parteaguas y quienes somos" del Sistema Michoacano de Radio y Televisión.
- En 1980 fue columnista de periódicos nacionales y locales. Destacando el periódico Heraldo de México.
- 1982 Fue coordinador de comunicación social en el IMSS del Estado de Michoacán.
- Fundador de la agencia en 1976, como primera etapa y después de la segunda etapa f en 1993. Fue director de la agencia informativa Michoacana y condujo el programa de "Bravo a fondo" en el Sistema Michoacano de Radio y Televisión. Consideró que la agencia más importante del país es Notimex y por eso creo la suya.
- Mercedor al Premio Estatal de Periodismo al género Columna Política el 7 de Julio de 1990.
- Falleció el 4 de Junio de 2005 en Morelia, Michoacán.

NOMBRES: L.C.C. SERGIO DELGADO TORRES.

CARGOS: EX PERIODISTA DE LA AGENCIA INFORMATIVA MICHOCANA Y ACTUAL JEFE DE DEPARTAMENTO DE MEDIOS EN LA COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN GOBIERNO DEL ESTADO DE MICHOCÁN.

FECHA Y LUGAR DE LA ENTREVISTA: 26 DE MARZO DE 2004.

OFICINAS DEL CONGRESO LOCAL.

- Nació en Morelia, Michoacán.
- 1974 Trabajo para el diario de Michoacán.
- 1976 Colaboró en la primera etapa de la agencia informativa michoacana.
- 1980 Trabajo en el periódico el Cambio de Michoacán para que después en 1993 regresó a AIM combinando los dos trabajos.
- Obtuvo el título en la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Vasco de Quiroga en 2001.
- En 2001 fue jefe de la coordinación de comunicación social de la 69 legislatura del congreso local.
- En 2004 entró y ostenta su actual cargo de jefe de departamento de estrategia de medios en la Coordinación de Comunicación Social en Gobierno del Estado de Michoacán.

NOMBRES: ARTURO BRAVO ESQUERRA.

CARGOS: DIRECTOR DE LA AGENCIA INFORMATIVA MICHUACANA

FECHA Y LUGAR DE LA ENTREVISTA: 20 DE OCTUBRE DE 2006.

OFICINAS DE LA AGENCIA SE REALIZÓ LA ENTREVISTA.

- Nació en Morelia, Mich. El 4 de diciembre de 1966.
- A los 10 años empezó el periodismo por que su papa lo incitaba a ejercerlo.
- Pero en 1992, empezó formalmente a trabajar en el gobierno estatal de 23 días de Eduardo Villaseñor. Con Floriberto de Patiño, en la comisión de ferias y exposiciones.
- En 1993, Trabajó en la presidencia Municipal con el ex presidente municipal Sergio Magaña. Pero fue en este año donde trabajó tanto en gobierno municipal y estatal hasta junio de 2005 como asesor de medios de comunicación.
- Estudió la licenciatura de Derecho en la Universidad Latina de América en Morelia, Michoacán, obteniendo su título el 26 de febrero de 2002.
- El 1 de Julio de 2005. Tomó la dirección de la Agencia Informativa Michoacana (AIM).

NOMBRES: FRANCISCO GARCIA DAVISH.

CARGOS: DIRECTOR DE AGENCIA QUADRATIN.

FECHA Y LUGAR DE LA ENTREVISTA: 27 DE ABRIL DE 2004.

OFICINAS DE LA AGENCIA SE REALIZÓ LA ENTREVISTA.

- Francisco García Davisch nació en Tapachula Chiapas. Tiene 23 años ejerciendo el periodismo.
- Estudio periodismo en la Carlos Septién de 1982 a 1986
- Trabajo en el periódico Uno Mas Uno de 1983 a 1990.
- En 1990, en Michoacán trabajo como corresponsal en la agencia Milenio, trabajo en los periódicos El Sol de Morelia y en el Cambio de Michoacán, así como en grupo Acir.
- 14 de enero de 2002 fundó la agencia Quadratín que hasta la fecha ya son 4 años funcionando.

NOMBRES: ADRIÁN GARCÍA

CARGOS: REPORTERO DE AGENCIA QUADRATIN

FECHA Y LUGAR DE LA ENTREVISTA: 4 DE ABRIL DE 2004.

OFICINAS DE LA AGENCIA SE REALIZÓ LA ENTREVISTA

- Nació en Morelia, Michoacán. Terminó la licenciatura de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Latina de América. 2000 a 2005.
- Trabajo en Cambio de Michoacán en 2001.
- En 2002 se incorporó a la agencia Quadratín desde que fue creada siendo 4 años laborando para ella.

NOMBRES: ELISEO CABALLERO RAMÍREZ.

CARGOS: DIRECTOR DE LA AGENCIA CUASAR.

FECHA Y LUGAR DE LA ENTREVISTA: 16 DE MAYO 2004.

OFICINAS DE LA AGENCIA SE REALIZÓ LA ENTREVISTA.

CORRESPONSAL EN MICHOACÁN.

Eliseo Caballero Ramírez nació en la Ciudad de México en 1964, a los 16 años incursionó en el periodismo (en la sección de sociales) en el vespertino "La Voz de la tarde" editado por el periódico "La Voz de Michoacán".

En 1984 participó como asistente de cámaras en la **primera transmisión a nivel nacional con el sistema de satélites Morelos** el 15 de septiembre y un día después en la **inauguración del Sistema Michoacano de Radio y Televisión**, para integrarse luego a esta emisora estatal como traductor de noticias y redactor de la sección internacional del noticiero "mesa de redacción".

En esa misma televisora fue reportero de información general y de deportes, dirigió y produjo durante un año un programa de automovilismo deportivo "velocidad", fue conductor a cuadro de la sección de deportes y finalmente jefe de información de noticieros hasta 1991 que presentó su renuncia para dedicarse solamente a la corresponsalía de Televisa.

Durante esa época acudió entre otros lugares, como **reportero acreditado al Gran Premio de México 1988 y en 1990 a cubrir la visita del Papa Juan Pablo II en San Juan de los Lagos Jalisco.**

Ingresó a corresponsales de Televisa en noviembre de 1988 y su **primer cobertura fue la solicitud de licencia del entonces Gobernador Luis Martínez Villicaña y la designación por el congreso del interino Genoveva Figueroa Zamudio.**

Ha cubierto las diversas etapas de convulsión política por las que atravesó Michoacán y el 26 de septiembre de 1992 logro introducirse por unas azoteas la congreso local a entrevistar **8 policías que tenían 11 días secuestrados por perredistas inconformes con las elecciones.**

Ha cubierto en exclusiva operativos en el ejército y la judicial federal de la destrucción de la marihuana y detección de la cocaína por aire, tierra y mar, esto último con más frecuencia desde la instalación en el puerto de Lázaro Cárdenas de la base militar naval.

En 1994 obtuvo el premio estatal de periodismo con **mención especial por la cobertura y seguimiento del desastre ecológico del buque tanque noruego "Betuna" que derramó ácido sulfúrico en las costas del océano pacífico.**

En 1995 obtuvo nuevamente el premio estatal de periodismo por la rapidez en la cobertura noticiosa.

Durante tres años fue director de noticias regionales en la televisora XHBG de Michoacán.

En 1996 fue enviado a Manzanillo, Colima para auxiliar en la cobertura de los desastres por el temblor del 9 de Octubre que derrumbó un Hotel y daño comunicaciones, él logro llevar por avión sus imágenes y las del corresponsal de Colima que fueron las primeras en salir a nivel nacional en el noticiero de Lolita Ayala.

En 1997 transmitió en vivo desde Uruapan el banderazo del entonces secretario agricultura, Francisco Labastida, del primer embarque de aguacate michoacano hacia los Estados Unidos tras vencer 83 años de prohibición por pretextos fitosanitarios del fruto mexicano hacia el vecino País... También transmitió por primera vez a nivel nacional e internacional desde la isla de Janitzio durante la tradicional velación de noche de muertos, que se celebra en noviembre.

En 1998 realizó la primera transmisión en vivo desde las faldas del volcán paricutín de la fiesta con que los habitantes de San Juan Nuevo recuerdan como la erupción de ese volcán les dejo tragedia que ellos convirtieron en progreso.

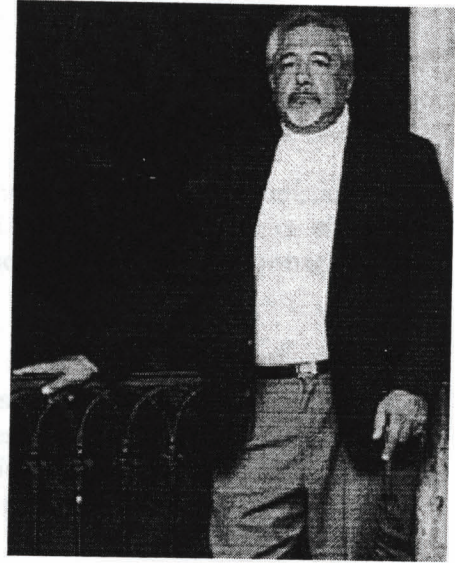
En 1999 dio la primicia y también envió las primeras imágenes nacionales del desplome de un avión DC-9 de TAESA, con 18 personas a bordo que se estrello a solo dos minutos de haber despegado al aeropuerto de Uruapan.

Dio la primicia de agosto y diciembre del 99 como en enero del 2000 de la intercepción de aguas internacionales de tres barcos pesqueros que en conjunto transportaban casi 20 toneladas de cocaína y tuvo las primeras imágenes de las embarcaciones resguardadas de la nueva base naval del puerto Lázaro Cárdenas, Michoacán.

ARCHIVO FOTOGRAFICO.



Arturo Bravo con Cuahutémoc Cárdenas.



ARTURO BRAVO
FUNDADOR DE LA AGENCIA
INFORMATIVA MICHOACANA
(AIM).



Arturo Bravo siempre fue respetado y querido por el medio periodístico.

APÉNDICE

En esta investigación se presentan varios conceptos que se entretujan para comprender la investigación del mismo.

- **Agencia de Información.**

Empresa periodística que ofrece un servicio de géneros periodísticos a los medios de comunicación que lo requieran. Sus vínculos son para distribuir y colocar información a aquellos medios que no captaron la información o que desean complementarla.

Se debe señalar que no es medio de comunicación, sino un puente de vinculación con las empresas periodísticas para transportar información que requieran a sus organismos e instituciones a las que sirven. Estas empresas distribuyen información como todo tipo de géneros periodísticos, materiales visuales, video, fotografías, audio e incluso publicidad.

- **Cultura democrática.**

Este término es uno de los más complejos, y una sola definición podría ser superficial y escueta. Lo que podemos mencionar es que es un acto de voluntad donde la participación de una colectividad busca garantizar sus derechos de bienestar social ante la estructura de gobierno.

- **Ciudadanía.**

Conjunto de grupos sociales que viven en un entorno territorial y socialmente buscan lograr que se respeten sus derechos y garantías colectivas ante un todo que es la sociedad.

- **Comunicación.** Es un proceso humano de interacción recíproca entre los individuos que a través de un sistema de signos convencionales conforman mensajes de una sociedad.

En referencia a una perspectiva sociológica, la comunicación de masas es un tipo de comunicación humana definida por la utilización de medios técnicos de gran potencia (prensa, radio y televisión) para difundir mensajes con destino a grandes masas de la población

- **Corresponsal.** Es la persona que da a conocer lo acontecido a larga distancia en otro lugar del mundo o región bastante ajena a la que vive. El hecho de que un corresponsal radique físicamente en un lugar distinto del sitio en que se imprime el diario o transmite la nota, su función es informar los hechos del lugar donde se encuentra para después mandar la información al medio de comunicación o diario al que pertenece.

El corresponsal no tiene, por lo general posibilidades de controlar el procesamiento de su información en el periódico (o de la agencia). Sus datos pasan a reelaboración en condiciones más aptas para que sufran alteraciones y modificaciones en su contenido y extensión.

- **Democracia.**
Sistema político basado en el reconocimiento del principio de que toda autoridad emana del pueblo, y que se caracteriza por la participación de éste en la administración del Estado. Además de garantizar las libertades básicas del individuo (expresión, reunión, asociación), así como la libre elección para los cargos de gobierno y el control popular de la gestión gubernativa.

- **Flujos de información**
Canales de comunicación que tiene por objetivo mandar la información a otros medios para que tengan una mayor cobertura informativa la sociedad.

- **Fuente de información.**
Tiene varias direcciones para su concepción. Para una persona que no esta inmersa en el periodismo, la fuente es el origen o procedimiento de una noticia. Para un periodista es la relación que se tiene con los actores de los hechos para extraer los datos pertinentes de sus declaraciones y puntos de vista que informan a la sociedad.

Aunque para algunos autores la fuente se divide en dos tipos:

- * Fuente testimonial. Fuente que establece la noticia a través de testimonios.
- * Fuente documental. Es constituida por toda clase de archivos de probada veracidad sobre los temas que se tratan.

- **Información.**
Proceso de comunicación que permite a los ciudadanos obtener conocimiento del acontecer cotidiano y científico de los fenómenos sociales que el mismo hombre realiza.
- **Opinión pública.**
Estado de pensamiento de las personas que a través de sus reflexiones y razonamientos intercambian ideas con comentarios argumentados para abrir espacios de debates y discusión de cuestiones políticas. La opinión pública es una nueva forma de autoridad política con la que la ciudadanía puede desafiar a cualquier gobierno en turno.
- **Periodista**
Persona con gran bagaje cultural que realiza dentro de cualquier medio de comunicación todo tipo de género periodístico y ha ocupado todos los cargos y funciones dentro del medio de comunicación en que labora. De acuerdo a los códigos de ética europeos, un periodista debe de tener un periodo de 2 años laborando esta profesión, tener título o cédula profesional y trabajar únicamente en esta profesión sin que realice actividades de comercialización de publicidad.

- **Reportero.**
Grado menor al periodista por ser la persona encargada de cubrir exclusivamente noticias y reportajes sin que realice algún otro género periodístico.
- **Realidad social.**
Hechos significativos que se obtienen a través de las experiencias cotidianas por las personas y se difunden por testimonios a través de las generaciones.
- **Sociedad civil.**
Grupos de hombres agrupados en sectores sociales que conforman una sola comunicada o colectividad.
- **Sector social.**
Extracto social dividido en grupos sociales que cumplen con una función política y económica para el desarrollo de la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA.

- **ALTSCHULL, Herber.** AGENTES DE PODER. LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS INFORMATIVOS EN LAS RELACIONES HUMANAS. Ed. Publigráficos. México 1988.
- **ARRIETA, Mario.** “OBSTACULOS PARA UN NUEVO ORDEN INFORMATIVO INTERNACIONAL”. Editorial CESTEM Nueva imagen.
- **BAENA Paz, Guillermina.** “COMO HACER UNA TESIS EN TREINTA DÍAS”. Paidós.
- **BOBBIO, Norberto.** “ESTADO, GOBIERNO Y SOCIEDAD”. Fondo de cultura económico. Impreso en México, 1996.
- **DAHL, Robert.** “LA DEMOCRACIA. UNA GUÍA PARA LOS CIUDADANOS”. Taurus. Traducción en buenos Aires, Argentina. 1999.
- **DELGADILLO Gutiérrez, Luis Humberto.** “INTRODUCCIÓN AL DERECHO POSITIVO MEXICANO”. Ed. Limusa. México DF. 1997.
- **DIAZ Rangel, Eleazar.** “PUEBLOS SUBINFORMADOS. LAS AGENCIAS DE NOTICIAS Y AMÉRICA LATINA”. Cuadernos de Nuestro tiempo, Dirección cultural de la Universidad central de Caracas, Venezuela, 1967.
- **DURADIN, Guy.** “LA INFORMACIÓN Y DESINFORMACIÓN DE LA REALIDAD”. Paidós, España, 1993.
- **ESTEINOU Madrid, Javier.** “ESPACIOS DE COMUNICACIÓN”. Departamento de comunicación de la Universidad Iberoamericana. México, 1996.
- **FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima.** “COMUNICACIÓN Y TEORÍA SOCIAL. ANTOLOGÍA”. Facultad de ciencias políticas y sociales de Universidad Nacional Autónoma de México. 1984.
- **FERRER, Eulalio.** “COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN”. Fondo de Cultura Económica. 1996.
- **GOMIS, Lorenzo,** “TEORÍA DEL PERIODISMO. COMO SE FORMA EL PRESENTE”. Edit. Paidós. Barcelona, España 1991.
- **GÓMEZ Monjardín, Ángel.** “REESTRUCTURACIÓN TECNOLÓGICA E INFORMATIVA DE NOTIMEX DE CARA AL SIGLO XXI”. Tesis de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Iberoamericana. México D, F..., 1996.

- **HARRIS, Philip.** LA INFORMACIÓN SOBRE ÁFRICA AUSTRAL: COMO INFORMAN DESDE EL SUR DE ÁFRICA LAS AGENCIAS OCCIDENTALES DE NOTICIAS. Ed. Serbal UNESCO, Barcelona 1984
- **HERNANDEZ Calderón, Gabriel.** “EL PERIODISMOS UNA TRIBUNA DE LUCHA PARA LA TRANSICIÓN DEMOCRÁTICA EN MÉXICO”. Tesis de la universidad vasco de Quiroga. Morelia, México 1998.
- **HOHENGER, John.** “LOS MEDIOS INFORMATIVOS” editorial Letras S.A México DF. 1970.
- **LEÑERO, Vicente.** “LOS PERIODISTAS”. Ed. Joaquín Mortín. México DF, 1978.
- **LÓPEZ, Manuel.** “COMO SE FABRICAN LAS NOTICIAS. FUENTES, SELECCIÓN Y PLANIFICACIÓN”. Paidos comunicación, Barcelona España 1995.
- **LOZANO Rendón, José Carlos.** “TEORÍA E INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS”. Alhambra Mexicana. México 1996.
- **MCBRIDE, Sean.** “UN SOLO MUNDO, VOCES MÚLTIPLES. COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN DE NUESTRO TIEMPO”. Fondo de cultura económico. México, 1993.
- **MARTÍNEZ Clement, Aide.** “AGENCIAS MEXICANAS DE NOTICIAS EN 1986”. Tesis de la licenciatura de ciencias de la Comunicación de la Universidad Iberoamericana. México D, F. 1988
- **MATTELART, Armand.** “LA MUNDIALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN”. ED. Paidos. Barcelona España, 1998.
- **MEDINA Robles, Miguel.** “PERIODISMO EN MICHOACÁN EN EL SIGLO XIX”. Impreso en los talleres de la Voz de Michoacán. Morelia, Michoacán 1999.
- **PIZARROZO, Quintero Alejandro.** “HISTORIA DE LA PRENSA”. Colecciones de comunicación e información. Edit. Aseves.
- **PRICE, Vicent,** LA OPINIÓN PÚBLICA. ESFERA PÚBLICA Y COMUNICACIÓN. Ed. Paidos comunicación. España 1994.
- **REED, Miguel.** “HISTORIA DE LA PRENSA EN MÉXICO. 450 AÑOS DE HISTORIA”. Gegsa. México 1989.

- **RODRIGUEZ Castañeda, Rafael.** “LA PRENSA VENDIDA. LOS PERIODISTAS Y LOS PRESIDENTES: 40 AÑOS DE RELACIONES”. Grijalbo. México D.F. 1993.
- **ROJAS Soriano Raúl,** GUÍAS PARA REALIZAR INVESTIGACIONES SOCIALES. Plaza y Valdez. México-UNAM. 1988.
- **ROJAS Soriano Raúl.** INVESTIGACIÓN SOCIAL. TEORÍA Y PRAXIS. Plaza y Valdez. México-UNAM. 1988.
- **ROSZAK, Theodore.** “EL CULTO A LA INFORMACIÓN. EL FOLCLORE DE LOS ORDENADORES Y EL VERDADERO ARTE DE PENSAR”. Co-impreso por CNCA y Grijalbo. Barcelona. 1988.
- **STIGLITZ, Joseph.** “EL MALESTAR DE LA GLOBALIZACIÓN”. Edit. Taurus. Madrid 2002.
- **RIVADENEIRA Prada, Raúl.** “PERIODISMO. TEORÍA GENERAL DE LOS SISTEMAS Y CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN”. Editorial Trillas. México, 1988.
- **RODRIGO, Alsina, Miguel.** “LA CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA”. Paidós Comunicación Barcelona, España 1984.
- **TOUSSAINT, Florence.** “CRÍTICA A LA INFORMACIÓN DE MASAS” ed. Trillas. 1992.
- **TREJO Delarbre, Raúl.** LAS AGENCIAS INFORMATIVAS EN MÉXICO. Paidós. Ed. Trillas México 1988.
- **VARGAS Durán, Johnny.** REVISTA DE LA ACTA. LAS AGENCIAS DE NOTICIAS: UNA ESTRATEGIA PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA CULTURA DE PAZ. Universidad Autónoma de Centro de América, Costa Rica.
- **VEGA Gama, María Elena.:** “EL CAMBIO DE GOBIERNO 1994 EN MÉXICO SEGÚN LA AGENCIA DE NOTICIAS REUTERS”. Tesis de la Universidad Iberoamericana de la licenciatura de ciencias de la comunicación, México DF. 1996.
- **VILLANUEVA, Ernesto.** “DEONTOLOGÍA INFORMATIVA. CÓDIGOS DE ÉTICA DE LA PRENSA ESCRITA”. Universidad Iberoamericana-Pontificia. Universidades Javeriana de la Facultad de ciencias Jurídicas y comunicación y lenguaje, 1999.

- **VILLANUEVA, Ernesto.** “DERECHO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA EN LATINOAMÉRICA”. UNAM del Instituto de Investigaciones jurídicas de la facultad de ciencias jurídicas, 2003.
- **VILLANUEVA, Ernesto.** “DERECHO COMPARADO DE LA INFORMACIÓN”. Universidad Iberoamericana. México D.F. 1998.
- **WRIGHT, Charles.** “COMUNICACIÓN DE MASAS”. Ed. Paidós Studio. México, 1986.
- **WOLF, Mauro.** “LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS”. Paidós colección 2, México 1991.

HEMEROGRAFÍA.

- **EL CAMBIO DE MICHOACAN**

“El Consejo Popular; parte importante en la administración de Chinicuila” Nota del 10 de Noviembre de 2004 por Samuel Ponce Morales. En el Periódico Cambio de Michoacán. Año XIII, Número 4372 Págs. 16-17.

VARGAS Anaya, Nohemí Analista y Colaboradora del Periódico El Cambio de Michoacán en su artículo de opinión “El ejemplo de Chinicuila” del 14 de Noviembre Año XIII Número 4376. Pág. 19. Revisada el mismo día.

- **REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN.**

NAVARRO Rodríguez, Fidela en “LA CUADRATURA DEL CÍRCULO DEMOCRÁTICO” de la Revista Mexicana de Comunicación. Año catorce, Número 76. Págs. 41-45.

NAVA Gomar, Salvador. “LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN EN MÉXICO” Revista mexicana de comunicación N* 82 año 2002.

SANTIAGO Castillo, Javier. DOS TRANSMISIONES INTERMINABLES. Revista Mexicana de comunicación. Número 76 año catorce.

FUENTES ELECTRÓNICAS.

- **WWW. RAZON Y PALABRA.COM. REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN ELECTRONICA.**

MORGAN Franco, Rocío del Carmen. ¿Deben legislarse los medios de Comunicación? Revista Mexicana de Comunicación. Año 2003. Número 17.

CORRAL Jurado, Javier. Medios de Comunicación y transición política: La reforma pendiente. Revista Mexicana de Comunicación. Año 2003. Número 17. Información revisada en junio de 2004.

- **WWW.BIBLIOJURIDICASUNAM.ORG.COM**

Revisando el derecho comparando los días 30 de junio de 2006.

<

- **www.cepet.org.mx.** datos sacados en esta página en junio de 2004
Cuadros sacados en 19 de junio de 2006. Cuadros de los documentos de las páginas 47,48, 49 y 50.
- **REPORTEROS SIN FORNTERAS PAGINA DE INTERNET REVISADO EL 29 DE OCTUBRE. DE 2004.** www.rsf.fr/rubrique.php3?id_rubrique=317.