

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

La transición hacia la democracia informativa: caso La Voz de Michoacán

Autor: Alejandra Martínez Cortés

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

**Nombre del asesor:
Javier Pérez Rodríguez**

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.





UVAQ

M.R.

**UNIVERSIDAD
VASCO DE QUIROGA**

**LA TRANSICIÓN HACIA LA
DEMOCRACIA INFORMATIVA:
CASO LA VOZ DE
MICHUACÁN**



TESIS

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTA:
ALEJANDRA MARTÍNEZ CORTÉS**

**ASESOR:
L.C.C. FCO. JAVIER PÉREZ RODRÍGUEZ**

CON RECONOCIMIENTO DE
VALIDEZ OFICIAL DE ESTUDIOS
DE LA SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN EN EL ESTADO No.
LIC000202 DE FECHA FEBRERO
DEL 2001 CLAVE 16PSU00125

MORELIA, MICH., FEBRERO 2001

ORACIÓN DEL PERIODISTA

*Señor, he aquí que me has puesto en el camino
de ser misionero de tu Luz y tu Verdad
en el medio de la prensa.*

*Concédeme pues, el don de satisfacer en todos,
la nobilísima necesidad de la inteligencia por conocer
la verdad del acontecer humano.*

*Para que al hacerlo con respeto y oportunidad,
esté ensanchando cotidianamente los dominios de la Verdad
y preparando a las voluntades los dominios al servicio del bien.*

*Haz que mis escritos defiendan las causas nobles del pueblo.
Haz que informe para construir.*

*Que provoque la risa con el fin trascendente de evitar el llanto
y que llegue a ser desde las columnas del periódico, ese maestro, ese obrero,
ese soldado, ese hermano del pueblo de cuya misión se espera orientación
y enseñanza*

*Entonces, Señor, haz que mi trabajo esté inspirado en la Luz
de tu Verdad y en la ley de tu justicia; para que así, logre hacer ágil lo que es sólido,
hacer atractivo lo que es serio, hacer alegre lo que Santo y dar a las Verdades
Eternas el aire de sorpresa apasionante de las últimas noticias.*

*Tú que eres el Camino, la Verdad y la Vida,
dame todo eso Señor, para que pueda realizar
mi misión de periodista.*

JESÚS PAVLO TENORIO

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por darme la oportunidad de vivir este momento tan importante en mi vida.

A mis papás, por su apoyo incondicional y por todos esos años de esfuerzos y sacrificios, por su preocupación y por creer en mí.

A mi hermano, por su gran ejemplo de perseverancia.

A un gran amigo, por su paciencia, cariño, confianza y dedicación.

A todas aquellas personas que compartieron sus conocimientos y aportaron un granito de arena para que este proyecto pudiera realizarse.

ÍNDICE

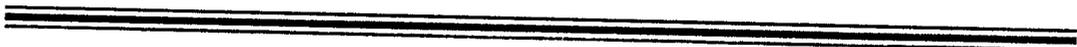
Planteamiento del problema.....	1
Delimitación temporal.....	3
Justificación.....	3
Objetivos.....	4
Hipótesis.....	4
Categorías de análisis.....	5
Marco teórico.....	7
Metodología.....	11
CAPÍTULO I	
1.1. Origen de la prensa.....	13
1.2. Características de la prensa.....	17
1.3. Función social de la prensa.....	20
CAPÍTULO II	
2.1. Historia del periodismo en México.....	23
2.2. De la tarea informativa al comercialismo publicitario.....	28
2.3. La situación del periodismo en Morelia.....	30
2.4. La Voz de Michoacán su papel como mass media en el proceso de la transición democrática de la información en la entidad.....	33
CAPÍTULO III	
AL RESCATE DEL PERIODISMO OBJETIVO	
3.1. Ética periodística.....	36
3.2. Objetividad, responsabilidad, imparcialidad y credibilidad.....	39
3.3. Renovar o morir.....	42
CAPÍTULO IV	
CONCLUSIONES Y PROPUESTAS	
4.1. Conclusiones generales.....	46
4.2. Propuestas.....	49

DECÁLOGO ÉTICO.....52

ANEXOS

ENCUESTA.....55
GRÁFICAS..... 57

BIBLIOGRAFÍA.....60



EXPLICACIÓN DE CONTENIDOS:

Capítulo I) En este capítulo se abordará el origen de la prensa escrita, así como sus características esenciales, su función dentro de la sociedad, además de los perfiles y tendencias de la misma. Se contemplará de igual manera el desarrollo de la prensa escrita en México, los tipos de prensa en el país y las características desde su aparición. Finalmente se expondrá la prensa escrita a nivel local (Morelia) y su vinculación con la sociedad y sectores que la rodean.

Capítulo II) En este capítulo se abordará desde la aparición de la prensa en nuestro país, así como su desarrollo y evolución a través del tiempo, pasando por el manejo y la importancia de la publicidad en los diarios, hasta llegar a analizar de manera específica la historia y papel que desempeña en la sociedad el periódico *La Voz de Michoacán* y sus características fundamentales aplicadas o no, en nuestros días.

Capítulo III) En el tercer capítulo se expondrán conceptos como la ética, la responsabilidad social, credibilidad, como principales características que debe cumplir una prensa renovada y preparada para cumplir un papel digno en la sociedad.

Capítulo IV) Aquí, se pretende proponer un código con los puntos esenciales, los cuales considero primordiales para que la prensa tome en cuenta y los aplique – específicamente *La Voz de Michoacán*-, con el propósito de apegarse a un periodismo digno de ser reconocido y valorado.

INTRODUCCIÓN

I) PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente, ¿cumple la prensa escrita moreliana con las características de ser una prensa responsable, plural y democrática?

Los medios de comunicación juegan un papel muy importante dentro de toda sociedad. Estas necesitan de la radio, la televisión, internet y la prensa escrita para poder comunicarse de una manera efectiva, además de que estos medios sirven para que las sociedades se encuentren informadas de todo lo que sucede a su alrededor logrando así mantener un equilibrio y armonía entre ellas.

La influencia de los medios de comunicación es muy amplia, tanto, que llegan a dominar y manipular por completo a la sociedad y en muchas ocasiones se llega a hacer mal uso de estos voceros de la información, por ejemplo, cuando una fuente es advertida para que dé o no a conocer cierta información, otra manera es haciendo regalos a los periodistas o a las empresas que generan la información para que lo que vayan a publicar no altere los intereses del gobierno, o la imagen del gobernante. Es de esta manera como funcionan los "trueques" entre ambas partes (medios-gobierno), por citar algún ejemplo.

Esta situación también se puede observar en el caso concreto de la prensa escrita, ya que resulta un instrumento esencial para todos aquellos que se aprovechan de la misma, para satisfacer sus intereses tanto económicos, como políticos, etc.

En Morelia, hablar de la prensa escrita, es hablar de una sociedad llena de incertidumbre ya que la sociedad difícilmente cree en algo, la veracidad de la información está alterada por las mismas fuentes, lo que provoca el conformismo social, desvirtuándose de la misma manera un sin fin de valores fundamentales en una sociedad como la ética, la responsabilidad y la honradez.

Este desinterés individual y colectivo permite un flujo de información carente de veracidad, ya que debido a intereses de mayor importancia -como el dinero, tendencias, ideologías, etc.- el verdadero objetivo de la comunicación pasa a segundo plano.

De esta manera es como se va perdiendo la esencia real y el fin de la comunicación, vivimos en una sociedad que presenta de manera real el uso de valores y antivalores, en donde en ocasiones, el exceso de poder corrompe a la comunicación y a la prensa misma.

II) DELIMITACION TEMPORAL

ESPACIO: La investigación se llevará a cabo en la ciudad de Morelia, sin especificar algún sector en concreto.

TIEMPO: El tiempo designado para dicha investigación fue de 12 meses.

III) JUSTIFICACION

Hablar de la función o funciones con las que debe cumplir la prensa escrita resulta interesante. A través de la investigación quiero demostrar si en realidad la prensa cumple con su papel de responsable, plural y democrática, entre otras características dentro de la sociedad, a la cual se debe de manera directa, pues sin los lectores, la prensa escrita no tendría razón de ser.

Demostrar hasta dónde se puede llegar como agente de poder, sin dejar de lado su papel social como instrumento mediador entre la sociedad y los sectores que la integran.

Hoy en día, la sociedad es cada vez más participativa y exigente, quiere sentirse parte activa del sector en el que se desempeña, tiene el derecho de elegir a sus gobernantes, de exigir un futuro mejor, así como también está dispuesta a cumplir con las obligaciones que se le asignen, todo con la finalidad de vivir en democracia. Es un tema en donde la sociedad se puede dar cuenta si en verdad los medios a los que acude para informarse -en este caso la prensa escrita- son confiables, que se dé cuenta si existe la ética profesional dentro de los medios, responsabilidad y honradez por parte de aquellos quienes nos gobiernan, además, con esta investigación se pretende demostrar el papel que juega la prensa dentro de la sociedad como herramienta social democratizadora.

La comunicación está involucrada en cualquier línea de investigación, ya que de ella, parte todo. Se analizará un medio específico de comunicación (prensa escrita) y su papel en la sociedad.

Finalmente se pretende proponer un decálogo con puntos vitales para desarrollar un periodismo plural, responsable y lo más apegado posible a una tarea periodística digna de ser reconocida y valorada en todas partes en donde ésta se lleve a cabo.

IV) OBJETIVOS:

A) GENERAL: Conocer la historia y desarrollo de la prensa escrita hasta nuestros días.

a) PARTICULAR: Analizar el papel social de la prensa escrita en la actualidad.

aa) ESPECÍFICO: Demostrar si la prensa en Morelia cumple con su papel dentro de la sociedad.

V) HIPÓTESIS:

- Demostrar que la prensa escrita moreliana, no cumple con las características de ser responsable, plural y democrática.

- Demostrar que la opinión pública no considera a la prensa escrita como cuarto poder.

VI) DETERMINACIÓN DE CATEGORÍAS DE ANÁLISIS:

El proceso de poner en común o intercambiar estados subjetivos tales como ideas, sentimientos, etc. usualmente a través del lenguaje se le llama COMUNICACIÓN. Dentro de la comunicación, existe otro concepto como parte o instrumento del primero y es la INFORMACIÓN, ésta es el efecto tanto de informar como de informarse, existe sin embargo, información de todo tipo. La INFORMACIÓN SOCIAL es la que se refiere a la vida social de la clase dirigente económica, política, social o cultural. Por otro lado, está la INFORMACIÓN DEMOCRÁTICA, ésta es la que se realiza con espíritu crítico, dentro de la máxima libertad y que forma parte del conjunto institucional sobre el que se asienta la estructura plural de toda constitucionalidad democrática. En toda sociedad existen leyes que la rigen para su buen funcionamiento, estas leyes son elegidas por la misma sociedad a través de la DEMOCRACIA, entendida como un sistema social que sostiene que el individuo, sólo por su calidad de persona humana y sin consideración a sus cualidades, rango, status o patrimonio debe de participar en los asuntos de la comunidad. Pero desgraciadamente, no todo funciona como debe de ser y bajo las normas ya establecidas. Existen factores positivos y negativos dentro de toda sociedad, así como ya mencionamos a la democracia, también existe todo lo contrario. Los individuos también se ven limitados a ciertos derechos, como lo es la LIBERTAD. Tocaremos dos conceptos relacionados con la libertad, la LIBERTAD DE EXPRESIÓN, es el derecho recogido en las constituciones de los países democráticos por el que cualquier ciudadano puede manifestar libremente sus ideas, a través de todos los procesos o medios de comunicación existentes y unirse como mejor crea conveniente con quienes compartir sus ideas. La LIBERTAD DE INFORMACIÓN, por su lado, señala que es aquella que tiene el individuo de acuerdo a la Declaración Universal de los Derechos del Hombre, a no ser molestado a causa de sus opiniones, a poder investigar y recibir informaciones y opiniones de los demás y también a difundir tales informaciones u opiniones por cualquier medio de expresión sin limitación

alguna.

Por parte de los gobernantes de la sociedad, existen razones para poner obstáculos a los derechos que miembros de la sociedad podemos reclamar. Uno de éstos obstáculos es la CENSURA, que es la función ejercida por funcionarios públicos, autoridades u organizaciones privadas de vigilar, con carácter previo, la publicación, representación o recepción por el público del contenido de todo tipo de publicaciones. Los intereses a los que obedecen son la ambición de poder, la manipulación, intereses económicos, etc. Nosotros como parte de la sociedad debemos de vigilar que todo funcione como debe de ser. Debemos de tener una RESPONSABILIDAD SOCIAL y cumplir con los deberes éticos que nos corresponden. Los medios de comunicación deben de igual manera cumplir con dichos valores, ya que son éstos los mediadores inmediatos entre los gobernantes y los gobernados. La ÉTICA es primordial en el papel de los medios de comunicación, es sinónimo de valentía y de responsabilidad. La demanda de la ética social debe comenzarse en la comunicación. La problemática de la ética en los medios de comunicación, es la transmisión de los valores mismos como estereotipos que van más allá de las ideas.

Es por todo esto que el funcionamiento de una buena sociedad sin corrupción, manipulación, etc. debe de comenzar con una actitud responsable, con una acción de participación colectiva, en donde llevemos a cabo estos valores de honestidad, responsabilidad, etc.

VII) MARCO TEORICO:

Dentro de los autores que hablan de democracia, medios de comunicación, ética profesional, y todo lo que envuelve al tema, mencionaré a los que de alguna manera abarcan parte de la investigación .

1.- Ernesto Villanueva, Licenciado en Derecho, con maestría y doctorado en derecho de la información, en su libro titulado "Derecho Comparado de la Información" dentro del capítulo I de la Primera parte nos habla de los conceptos básicos de la libertad de expresión y de información. Y dice que la libertad de expresión e información se han convertido hoy en día en un bien social y jurídico de la democracia occidental que nadie osaría poner en duda. Hay en esta tendencia puntos de partida estimulantes. Uno de ellos es el hecho de que casi todos aceptan la noción de democracia como un fenómeno alentable en la estructura de toda organización social. Y es que en estas libertades forman parte los principios esenciales que reivindica el derecho natural.

Por otro lado, como bien ha señalado el Tribunal Constitucional de España..."la libertad de expresión tiene por objetos pensamientos, ideas y opiniones, concepto amplio dentro del que deben incluirse también las creencias y los juicios de valor"...

La libertad de expresión ha sido uno de los derechos fundamentales del hombre porque es la prolongación de la garantía individual de pensar, ejercicio sin el cual no es posible aventurar la posibilidad del desarrollo del hombre en sociedad. La lucha por la libertad de expresión ha sido una larga batalla contra el dogma, el autoritarismo y las inercias contra el cambio y la innovación. El reconocimiento internacional de la libertad de información vino a transformar el sentido inicial o tradicional del vocablo libertad de prensa o libertad de imprenta. Pero si los orígenes de la libertad de expresión remontan al siglo XVIII, la libertad de información es relativamente nueva, su reconocimiento legal se localiza hasta el 10 de diciembre de 1948, en el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos

Humanos, donde se establece que: "Todo individuo tiene derecho a la libertad de expresión y de opinión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión".

El término libertad de información puede entenderse como el derecho de todo individuo a recibir, investigar y difundir hechos dotados de trascendencia pública a través de los medios de comunicación social.

2.- En otra fuente "Agentes del Poder", se habla del concepto de la responsabilidad social. Es un término surgido en E.U. ante la necesidad de buscar un equilibrio entre la prensa y el gobierno. Este término se extendió y se constituyó como un estandarte.

La libertad de expresión siempre se ha visto en peligro por 3 razones: la primera, en el mundo moderno, la prensa había crecido en importancia y visibilidad; la segunda, los pocos que gobernaban la prensa no habían proporcionado un servicio adecuado a la sociedad que de continuar, conducirían inevitablemente a una regulación o control gubernamental.

La libertad de prensa es "esencial para la libertad política" y esa libertad está en peligro a menos que se convirtiera en "una libertad responsable" ante la conciencia y el bien común. El público tenía derecho a esperar de la prensa 5 servicios básicos: 1) un relato exacto y amplio de las noticias del día; 2) un foro para el intercambio de comentarios; 3) un medio para proyectar las opiniones y actitudes de los grupos, de unos a otros; 4) un método para presentar y aclarar las metas y los valores de la sociedad; y 5) una forma de llegar a todos y cada uno de los miembros de la sociedad.

La responsabilidad social continua siendo la doctrina no oficial de la prensa, pero hoy día, lo mismo que cuando se introdujo esta idea, permanece como un modelo de meta vagamente formulado, cuyos perímetros están mal definidos y son bastante ignorados en la práctica.

3.- Dentro del capítulo: Acerca de los medios de comunicación y el cambio democrático se habla de lo siguiente: Queremos reformar el Estado para hacerlo más democrático. Se reforma el Estado para hacerlo un mejor instrumento para asegurar la gobernabilidad. Pero la gobernabilidad, a pesar de los intentos de secuestro tecnocrático, tampoco es una noción neutra. Hay una gobernabilidad democrática con requerimientos distintos -en su definición, amplitud y profundidad- a la gobernabilidad autoritaria. Al considerar el papel de los medios de comunicación en la Reforma del Estado, se hará a la luz de su influencia en el cambio democrático, en la transformación del aparato estatal en uno cada vez más al servicio de su democratización y de la democratización de la sociedad, entendidas ambas como procesos y no como actos singulares de la voluntad política o jurídica.

Los medios pueden ser el mejor amigo del cambio democrático. Una sociedad democrática es necesariamente, una comunidad informada. Sin embargo, por otro lado, los medios de comunicación pueden ser también los peores enemigos del cambio democrático. La democracia exige reflexión, espíritu crítico, juicio. Somos consumidores de información y nunca podemos consumir tanta como se produce.

Donde no hay libertad de expresión ni derecho a la información no hay democracia. Medios de comunicación libres, independientes son vehículos insustituibles a la hora de asegurar la transparencia que permite vigilar al poder para que no se nos vaya de las manos. Así como pueden los medios ayudar al cambio democrático y pueden, también producir efectos secundarios inconvenientes al desarrollo democrático, su creciente significación en la sociedad contemporánea puede originar, como en efecto origina, otras consecuencias.

4.- El autor John Hohenberg , dentro del capítulo: Prensa Libre y Juicio Justo de su libro "Los medios informativos" considera lo siguiente: La prensa y el cuerpo legal se han estado asegurando uno a otro durante años, en raros momentos de buena disposición, que no hay conflicto esencial entre el ejercicio de los derechos de una prensa libre y la defensa del derecho de un juicio justo.

Es sólo en teoría a la cual se unen abogados constitucionales rectos y los editores de páginas de fondo. Desgraciadamente, en la práctica ocurre muchas veces que existe un conflicto entre la imposición de las garantías de libertad individual. Los reporteros siempre han sido muy conscientes de que hay leyes en muchos estados que les prohíben recoger ciertos tipos de informes, pero han podido cumplir con sus cometidos pese a ellos. Por cuestión de política pública, la prensa proclama su derecho de penetrar en el secreto de la policía y de los jueces. Por su parte éstos tienen el interés de no revelar las cosas, y el interés de la prensa es de revelarlas, entrando así en conflicto. Así como no hay seguridad intrínseca de que los errores de un proceso legal se corrijan por sí solos, tampoco hay garantía de que la prensa se conduzca siempre de manera justa y propia.

5.- En el artículo publicado en la Revista "Intermedios" llamado: ¿Debe creerse a los periodistas?, su autora, Laurent Joffrin nos dice que: En el universo de los medios masivos, el periodista es el rey. Sin embargo, el periodista que debería estar en primerísimo sitio dotado de un poder completamente nuevo de una libertad inmediata, se encuentra actualmente en la calle.

Actualmente, los medios masivos disponen de una red mundial de captura instantánea de imágenes y de información a la que nada escapa. El problema, en realidad es que las leyes de comunicación y las de información no son las mismas. Los consumidores son el blanco de la comunicación. La información en cambio, está dirigida a los ciudadanos.

Como en la iniciativa privada, los poderes públicos también entendieron rápidamente la gran ventaja que representaba dominar las reglas de la comunicación. Políticos y responsables de empresas públicas despliegan su encanto para atrapar a la prensa en una red de complicidades y de proximidades. De allí el sentimiento de que los periodistas pertenecen a la misma clase que los poderosos, y de que sus relaciones, para poder estrecharse, a menudo son violentas. Los periodistas no pueden permanecer indiferentes a su propio oficio. Ellos saben que más allá de las innumerables limitaciones de su situación económica, más

allá de los intereses legítimos de las empresas que los emplean, participan en mayor o menor grado en la vida democrática. Los periodistas son vistos como servidores públicos, son los mediadores del foro democrático.

VIII) METODOLOGÍA

a) Tipo de enfoque: El tipo de enfoque será cuantitativo, ya que se podrá medir y contar a través de los instrumentos utilizados además de ser observado y estudiado.

b) Tipo de estudio: Será exploratorio porque se abarcará un tema tal vez analizado pero se buscará hacer una investigación con un enfoque funcional-estructuralista, lo cual la hace una investigación exploratoria y también correlacional, ya que se buscará relacionar las dos variables de la hipótesis.

c) Universo: El universo será aquel espacio en donde necesito desarrollar mi investigación. En este caso mi universo será el estado de Michoacán, porque necesito recabar datos y resultados referentes a la prensa local.

d) Unidades de análisis: Se analizarán a todas aquella personas, grupos, organizaciones, etc. que por sus características y su afinidad con el tema puedan aportar algo para el buen desarrollo de esta investigación:

- * líderes de opinion
- * profesionistas
- * estudiantes (ciencias de la comunicación)
- * empresarios
- * responsables de los medios de com. locales
- * hombres y mujeres entre 18-50 años.

e) **Muestra:** La muestra es la que va a complementar y a dirigirme de manera concreta hacia un sector en específico. En este caso mi muestra será la ciudad de MORELIA.

f) **Tipo de muestra:** El tipo de muestra empleada será la NO PROBABILISTICA, ya que el instrumento diseñado será aplicado solamente a las personas señaladas arriba como unidades de análisis, ya que considero que por sus características pueden aportar algo a la investigación.

g) **Técnicas e instrumentos:** Cuestionario cerrado.

h) **Enfoque:** Funcional-Estructuralista. Este tipo de enfoque se caracteriza por lo siguiente:

El estructuralismo tiene como representantes a Levi-Strauss, Parsons, Saussure, Malinowski, entre otros. Su origen se haya en la antropología del S XIX y en la sociología del S. XX. En el estructuralismo se cuenta con una base y a partir de ésta se desprenden superestructuras, las cuales cada una tiene relación con las demás.

El funcionalismo tiene su origen en Europa en la segunda mitad del S. XIX, tiene como representantes a los sociólogos Durkheim, Spencer, Parsons, Azevedo, entre otros.

Se pretende abordar este enfoque para poder relacionar ambos (estructural-funcionalista), lo que nos permitirá observar desde la formación de estructuras y su función social así como su relación.

Este tipo de enfoque se llevará a cabo dentro de la investigación y su aplicación consistirá en el análisis de las estructuras tanto de la prensa escrita, por un lado, y del gobierno . Así mismo se analizarán las funciones y roles que cada una de éstas desempeñan además de la relación entre ambas.

CAPÍTULO I

1.1. ORIGEN DE LA PRENSA

El hombre como ser humano es sociable por naturaleza, su evolución no pudo darse de manera aislada y poco a poco fue surgiendo en él la necesidad de comunicarse, de transmitir y dar a conocer sus ideas.

Durante la Prehistoria comenzó una especie de “comunicación” dentro de los grupos humanos, a través de sonidos convencionales, señales de humo, después vendrían los dibujos dentro de las cavernas, cada grupo iba desarrollando su propia manera de comunicarse entre sí.

Con el paso del tiempo, para las civilizaciones, la importancia de encontrar una nueva forma de dar a conocer sus ideas fue haciéndose vital para ellos, fue así que después de los primeros indicios para comunicarse como los sonidos, dibujos y jeroglíficos, el hombre fue simplificando su lenguaje en signos, hasta llegar al descubrimiento de la escritura, lo que significó un gran paso para la humanidad y dar un gran paso de la Pre a la Historia.

El descubrimiento de la escritura se remonta desde hace más de 3000 ó 3500 años a.C.(1) considerando este acontecimiento como uno de los más importantes de la historia ya que significó un gran desarrollo de tipo social y cultural. Este nuevo hallazgo sirvió como herramienta indispensable y permitiría el desarrollo de nuevas culturas y perfeccionamiento de los signos que poco a poco fueron representando una forma de transmitir pensamientos, compartir ideas, etc.

La expansión y universalización de la escritura permitió el desarrollo y evolución de la misma surgiendo así escritos extensos de valioso contenido, culturalmente hablando, como los libros.

Sin lugar a dudas, el descubrimiento hecho por nuestros antepasados sobre la escritura fue la clave de evolución para nuestra especie y la puerta hacia un nuevo estilo de escritura...el periodismo.

(1) ALVEAR ACEVEDO, Carlos, Breve Historia del Periodismo, 3ª. Ed., México, Editorial Jus, 1982, p.p.230.

Alrededor de todo el mundo las civilizaciones contaban ya con una serie de escritos cuyos contenidos trataban diversos temas.

Se podían encontrar escritos literarios de gran valía para cada uno de los pueblos, sin embargo aún no se registraban contenidos que fueran destinados a una difusión pública, no eran de interés común, por lo tanto, no podían considerarse como escritos periodísticos.

Esto sucedía en los pueblos de Egipto, la India, América Prehispánica –aunque en el Perú, utilizaban a pregoneros para que llevaran el mensaje a otras personas únicamente a través de la palabra-(2).

Fue hasta la Edad Media Europea que se derivaron algunas muestras de periodismo. En el año 750 apareció en Pekín, China, el primer periódico denominado Gaceta de Pekín.

Sin embargo, y de acuerdo a las investigaciones históricas, fue en Roma donde aparecieron los indicios de un periodismo más firme y que ante la necesidad de estar mejor informados, el medio ideal de comunicación escrita sería a través del periódico.

Se redactaban documentos de carácter político que relataban los hechos informativos que ocurrían años atrás. Según el autor Weise, el periódico “debe su origen a Julio César”(3), ya que fue él quien reconoció el valor de la opinión pública, además reunía los sucesos más importantes diariamente, donde los lectores se informaban de toda clase de hechos de interés general, surgiendo así el Diario Romano, en donde más que informar se influenciaba al lector con sentido político.

Gracias a descubrimientos como el papel y la imprenta, la evolución y el perfeccionamiento de los periódicos fueron posibles. Poco a poco el periodismo fue expandiéndose y tomando forma, adquiriendo su periodicidad.

(2) ALVEAR ACEVEDO, Carlos, Breve Historia del Periodismo, 3ª. Ed., México, Editorial Jus, 1982, p.p.230.

(3) WEISE, op. cit., p.83

EN MÉXICO

La aparición de la prensa en México se dio en la época de la Conquista Española, fueron impresiones llenas de contenido de tipo moral y religioso. Estos pequeños volantes eran dirigidos a sólo una pequeña parte de la población ya que eran los gobernantes españoles los encargados de controlar toda la información impresa.

Por el año de 1536, se estableció la primer imprenta del continente americano; las primeras impresiones que se realizaban ahí eran de carácter religioso.

Tuvo que pasar un siglo para que los volantes que eran distribuidos perdieran fuerza y en su lugar los periódicos llegaron a consolidarse. Cuando aparecieron los primeros periódicos fue de manera fugaz, el tiempo que duraron fue poco ya que había algunos aspectos, entre ellos la falta de alfabetización entre los pueblos, que impidieron su permanencia y su constancia. Era únicamente un sector reducido los que tenían acceso a estos nuevos modos de información en los cuales era extraño que tratasen temas políticos, sustituían este tema por los que hablaban de religión, ciencia y literatura.

Sin embargo, no fue siempre así, más tarde cambiaría tal situación ya que llegarían publicaciones con un sentido más liberal en cuanto a su contenido. El primer periódico fundado en México fue con el nombre de *Gazeta de México*, su fundador fue el obispo Juan Ignacio de Castorena Ursúa y Goyeneche en 1722(4). La historia del periodismo en México tiene que ver con sus movimientos políticos y sociales.

Durante la Independencia, Miguel Hidalgo y Costilla funda en el año de 1810 un diario insurgente denominado *El Despertador Americano* seguido por éste surgieron otras publicaciones de carácter liberal como *El Ilustrador Nacional*, fundado por Andrés Quintana Roo y José María Cos, más tarde cambiaría su nombre por *El Ilustrador Americano*. En el siglo XIX la prensa fue escenario de fuertes contradicciones entre liberales y conservadores. Como liberales podemos mencionar a Francisco Zarco, Guillermo prieto e Ignacio Ramírez, por parte de los conservadores estaban Lucas Alaman y Bernardo Couto.

(4) ALVEAR ACEVEDO, Carlos, *Breve Historia del Periodismo*, 3ª. Ed., México, Editorial Jus, 1982

EL SIGLO XX

El periódico El Imparcial fue el principal vocero del porfirismo y sus científicos, apareció hasta 1914 y es considerado como el periódico que marcó la pauta del periodismo "puro", "objetivo" y "no partidario". En 1812 se promulgó y se hizo válida la ley de la libertad de expresión, con esta nueva ley establecida surgieron muchas más publicaciones que se sentían respaldadas y no temían al expresar ideologías revolucionarias, sin embargo, durante el período de Carranza, la prensa se vio restringida de nueva cuenta.

En 1916, resurge la industria periodística, a partir de este año y el siguiente surgirían dos periódicos cuya importancia trasciende hasta nuestros días. Primeramente en 1916 se funda El Universal y en 1917 el Excelsior ambos surgen con un perfil político conservador, favorable a los Estados Unidos. En este año (1917) la Constitución Mexicana garantiza nuevamente la libertad de prensa y de opinión en nuestro país. Tras la aparición de estos dos diarios capitalinos surgen inmediatamente El Porvenir de Monterrey, El Mundo de Tampico, El Diario de Yucatán y el Informador de Guadalajara.

El periódico como tal, ha repercutido seriamente en las sociedades de todo el mundo, es una ventana abierta a cualquier tipo de ideología, idiosincrasia, crítica, etc. Es un vocero de información que de acuerdo a su manejo puede resultar benéfico o actuar de forma negativa.

En Norteamérica el desarrollo de la prensa vivió momentos dramáticos, a ese momento se le llamó "periodismo amarillo". Este período por el que pasó la prensa americana se debió a la cantidad tan grande que existían de publicaciones, era tal la competencia que se fue olvidando del objetivo primordial de informar con la verdad, y optó por exagerar los hechos que ocurrían dentro y fuera del país.

La difusión de la prensa en el mundo se dio de manera rápida gracias a los diferentes medios de transporte, se tuvo acceso a un número mayor de publicaciones impresas que nos dejaban ver lo que ocurría por todo el mundo. La problemática que vivió la prensa por no poder llegar a la mayoría de las sociedades fue quedando atrás ante la gran diversidad de ideologías que expresaban los periódicos. Con el paso del tiempo, la prensa ha tomado una fuerza mayor, inclusive ante los otros medios de comunicación como lo es la televisión y la radio.

1.2. CARACTERÍSTICAS DE LA PRENSA.

La prensa como medio masivo de comunicación cuenta con ciertas características que le permite traspasar fronteras. El término prensa es genérico y abarca cualquier tipo de publicación impresa. El periódico es el medio tradicional del género PRENSA y se caracteriza por su rápida distribución y por su difusión, además de económico. Su alcance pasa por encima de los otros medios, de aquí que sea considerado como medio de comunicación de masas.

Es un medio que cuenta con características muy propias, lo que le permite distinguirse de los demás.

Algunas de estas características son:

1.- El periódico tiene la capacidad de llegar a cualquier tipo de público; gracias a lo variado de su contenido es un medio de interés común, cuenta además con dos tipos de público: primario y secundario; el primario es aquél que compra el periódico de manera directa; el secundario es aquél que disfruta del contenido del periódico sin necesidad de haberlo comprado. Sobre la variedad que podemos encontrar en los periódicos podemos mencionar a publicaciones cuyo contenido sea general, es decir, se conforma de diferentes secciones de interés para diversos públicos; existen periódicos especializados para cierto tipo de gente que gustan de temas específicos y cuyo auditorio pertenece a cierta clase socioeconómica; otros se publican de manera semanal, quincenal o mensual.

2.- Es el medio impreso cuya distribución es la más rápida; debido a la rapidez y la perfección con la que trabajan las máquinas rotativas que imprimen la información, este proceso permite que sea ágil y dinámica su distribución, para ello se hace uso de diferentes tipos de transporte según los lugares a donde se tengan que distribuir. Existen diarios que tienen cobertura nacional e incluso internacional. La mayoría de los diarios se entregan por suscripción, venta directa a través de puestos fijos, o bien, a través de sus voceadores.

3.- El periódico además de ser un medio informativo es formativo; el periodismo tiene como fundamento el educar, entretener e informar, pero dentro de esa información se encuentra la formación, que recae en los periodistas y que debe hacer llegar hasta su auditorio. Esa información debe contener aspectos de interés y fundamentos, se busca que el periódico deje conocimientos nuevos y que lo haga capaz de formar juicios.

4.- El precio del periódico es bajo lo que le permite su accesibilidad; los costos de producción en la elaboración de los periódicos son bajos, además los gastos que pudiera generar se cubren fácilmente a través de la publicidad y de las suscripciones.

5.- El periódico acepta todas las ideologías, con lo que se convierte en una tribuna de opinión. Dentro de un periódico podemos encontrar artículos con tendencias sumamente conservadoras así como también encontraremos páginas de contenido liberal o extremista. Gracias a que cuenta con un público heterogéneo es que se puede compartir en un mismo diario diversos puntos de vista.

6.- Es un medio selectivo, dado que los periódicos pueden ser de cobertura nacional o internacional, de que su público pertenezca a cierta clase socioeconómica, de que su auditorio comparta o difiera en ideologías, etc. Aumentando así su eficacia dentro del ámbito de la comercialización.

Todas estas características antes señaladas forman parte de la trascendencia de la prensa, existen sin embargo, otro tipo de características con las que la prensa se distingue e identifica.

Se habla de que la prensa debe ser actual, universal (geográfica, temática y social), periódica y de acceso público. Al referirnos a su actualidad, esto significa que todo hecho o suceso debe de ser reciente, novedoso, esto para que no pierda su interés y su valor. La universalidad geográfica se refiere al espacio que cubre el acontecimiento, de ahí que las noticias sean locales, nacionales o internacionales. La universalidad social se da del interés mostrado por dos o más grupos socioculturales respecto a un hecho que los mantiene interrelacionados. La universalidad temática surge del interés humano.

Cuando hablamos de la periodicidad, nos referimos al tiempo que tardará en salir nuevamente la publicación. Este medio, de acuerdo a su periodicidad se puede dividir en: diario, semanario, quincenal, mensual, etc. Por último, el acceso público, entendido como tal se expande a los derechos que tienen los medios de informar y los derechos que tenemos como público de ser informados. Otra de las características de la prensa es la objetividad, definida como tal, llamamos objetividad a la "obligación que debe asumir el periodista al redactar una información evitando al máximo reflejar su opinión al respecto, limitándose a contar los hechos tal y como han ocurrido".

Esta característica resulta difícil de aplicar, me atrevería a decir que la objetividad no existe, aunque muchos medios afirman que su trabajo está basado en ella, esto no significa que sean 100% objetivos y si digo que la objetividad no existe me refiero a que en el momento en que yo interpreto un hecho o acontecimiento y lo expreso a los demás, ahí ya va una interpretación propia, y por mucho a que me haya limitado a describir lo que pasó ya va intrínseca una carga emotiva, cada palabra o adjetivo utilizado ya lleva un poco de subjetividad.

1.3. FUNCIÓN SOCIAL DE LA PRENSA.

La prensa tiene una responsabilidad muy grande con la sociedad, ya que como mediadora entre la sociedad y el gobierno no puede dejar atrás los objetivos primordiales que le fueron marcados. Los medios de comunicación cumplen con su tarea de informar, educar, divertir y entretener a una sociedad necesitada de valores.

Con el paso del tiempo, las sociedades se han visto involucradas en el progreso de ellas mismas, existen sociedades más avanzadas en todos los sentidos que otras, existen los países desarrollados que generan cada día nuevas invenciones y avances tecnológicos, existen también los países en vías de desarrollo, los cuales se encuentran en ese proceso de evolución. El papel que juega la prensa en los países en proceso de desarrollo es muy interesante, ya que participa en el período de transformaciones y cambios en el desarrollo, tanto social como económico. Una de las funciones básicas de la prensa es la difusión de noticias, lo que nos permite tener un conocimiento mucho más amplio y que va más allá de la observación y de las experiencias del propio individuo, esto nos permite dar un paso adelante para crear una sociedad informada, además el papel de la prensa en una sociedad cada vez más fragmentada permite una comprensión entre el sujeto y su nación.

El profesor Jacques Léauté, director del Centro Internacional de Educación Superior de Periodismo, describe las funciones de la prensa de la siguiente manera: informar, entretener, educar y activar. Él asegura que las funciones de educar, informar y activar son los fines de una prensa consciente en un país en desarrollo, el entretener lo deja en segundo plano.

La prensa colabora para el progreso social ya que contribuye para que exista comprensión del pueblo a los problemas nacionales, además de que ayuda a la creación de una conciencia política, al fungir como mediadora entre el pueblo y las autoridades, se convierte en parte de ese sistema de gobierno, y por lo tanto, se convierte en un servicio público vital.

Mahatma Gandhi describió el papel de la prensa como "Uno de los fines de un periódico es el comprender los sentimientos populares y darles expresión; otro es el provocar en la gente ciertos sentimientos deseables y el tercero es exponer sin temor los defectos populares".

En toda sociedad, el cambio es el factor que nos llevará hacia el modernismo y los medios de comunicación pueden contribuir a esa transición de sociedad tradicional a una sociedad moderna. Por otro lado la prensa sirve como instrumento de persuasión para el adoctrinamiento político, se dice que "la prensa es el cuarto poder" social cuando en realidad es un poderoso instrumento del gobierno o de los grupos de presión. Como instrumento político, la prensa resulta muy útil, en las sociedades libres, la prensa ofrece un foro de opinión en donde se da la discusión de temas políticos. Sin embargo, la prensa no debe sacrificar su libertad, si puede contribuir para cohesionar, persuadir, conformar nuevas conciencias de cambio pero sin dejar de ser libre.

Dentro de la función social que cumple la prensa en la sociedad, están también vinculados el papel y la responsabilidad social del periodista. El periodista es el que ejerce la tarea periodística y es el que debe vigilar que se esté informado con la verdad. Aquí entran en juego algunos valores que como profesionales adoptamos para aplicarlos en nuestras actividades cotidianas. La responsabilidad, la honradez, la verdad, la solidaridad y la honestidad, son sólo algunos de estos valores.

La ética es una ciencia de vital importancia, sin dejar atrás a las demás, sin embargo, es la ética la que muchas veces se ve opacada dentro de la tarea del periodismo.

La ética profesional se ve inmiscuida en factores políticos, el papel de la prensa es luchar para sacudirse de todo aquello que trata de desviarla de su verdadero ejercicio de informar con plena libertad, aunque esto no siempre se llega a conseguir.

Platón propone 4 virtudes cardinales en la República(5) y que pueden ser tomados en cuenta por el encargado de difundir todos estos datos que se generan en el ambiente y que son tomados como guías de acción. El primero de ellos es la prudencia; la prudencia es saber tomar una decisión acerca de un hecho y tener la suficiente sobriedad para actuar de la manera correcta. La fortaleza, como segunda virtud es saber enfrentar tanto lo positivo como lo negativo, es tener entereza y fuerza para actuar frente a algo sin llegar a ningún extremo de valentía o miedo. La justicia, entendida como dar a cada uno lo que le pertenece, con equidad y razón ya que la justicia es un derecho. La templanza, como última virtud es actuar con madurez sin dejarnos llevar por algún tipo de fascinación o fanatismo, la templanza nos previene de los usos excesivos de los sentidos sujetándolos a la razón.

(5) MUÑOZ Bata, Sergio, Ética y Responsabilidad , p.p. 63

Estas 4 importantes virtudes que nos muestra Platón pueden aplicarse a la tarea periodística cuyo objetivo final es dar a conocer la verdad con exactitud, equilibrio, imparcialidad, comprensión y precisión de acuerdo con lo que nos dice Platón.

La prensa da la pauta para la creación de una sociedad democrática, el éxito de ésta depende de la capacidad que tengan los medios de comunicación de divulgar información veraz y precisa a la sociedad.

La divulgación de noticias no es la única función que tiene la prensa dentro de la sociedad, sí es una tarea básica, sin embargo, esta tarea va más allá de la simple difusión de hechos o acontecimientos en el ámbito nacional o internacional, la prensa debe estar siempre vigilando que se cumpla tal y como debe ser, debe tener cuidado de no caer en tentaciones que la lleven a descuidar su verdadero objetivo de informar siempre apegada a la realidad. Debido al papel que desempeña la prensa, puede ser presa de muchas trampas o caer en muchas tentaciones que pueden provocar consecuencias irreversibles.

La diaria lucha que vive la prensa por mantenerse fuera y ajena de toda manipulación es la que va formando a la sociedad democratizadora. El periodista debe de ser fuerte y mantenerse siempre firme en su obligación con la sociedad. Sin embargo, la prensa ha sido presa de esas distracciones y ha provocado que la sociedad sea incrédula ante situaciones que le competen, la corrupción y manipulación se hacen presentes logrando con esto que se cree una realidad ficticia ya que sólo se maneja información que satisface los intereses de algunos, se pierde el equilibrio y la equidad, se cae en un exceso de poder que llega a corromper a la comunicación y a la prensa misma.

CAPÍTULO II

2.1. HISTORIA DEL PERIODISMO EN MÉXICO

En el continente Americano, la primer imprenta se instaló en la ciudad de México, la actividad periodística en este continente comenzó con hojas sueltas y posteriormente en periódicos.

Fue en el siglo XVII, en el año de 1693 que apareció "El Mercurio Volante", escrita por Don Carlos de Sigüenza y Góngora cuya impresión fue en forma de folleto y cuyo contenido trataba de la campaña militar de Nuevo México, suceso que en este momento era actual y vivo, presentado al público, por este hecho se considera a Sigüenza y Góngora como patriarca del periodismo en México.

Más adelante, aparecerían nuevas publicaciones con diferentes ideologías y enfoques como: La Gaceta de México y Noticias de Nueva España; Diario Literario de México, publicada por el Dr. D. José Antonio Alzate; el Diario de México de contenido noticioso y doctrinal, publicado por Jacobo de Villa Urrutia y Carlos María Bustamante.

En 1810, Miguel Hidalgo fundó El Despertador Americano cuyo contenido combatía las ideas de los españoles y difundía la ideología de independencia.

Dos años más tarde, en 1812, surge El Ilustrador Nacional bajo el apoyo de Ignacio López Rayón, Andrés Quintana Roo y José María Cos, publicación que jugó un rol muy importante en el aspecto político de esa época, más tarde cambiaría su nombre por El Ilustrador Americano.

Este año, no sólo se caracterizó por el surgimiento de más publicaciones, sino que fue en 1812 cuando se hizo válida la ley de la libertad de expresión.

José Joaquín Fernández de Lizardi dio origen a la libertad de imprenta, además de editar una nueva publicación, El Pensador Mexicano.

Con Vicente Guerrero en la presidencia, la prensa sufrió restricciones en la libertad, Santa Anna, Maximiliano y Porfirio Díaz fueron grandes verdugos de los periodistas libres.

Durante el gobierno de Porfirio Díaz la prensa se vio mermada, ya que el dictador comenzó a tomar medidas arbitrarias logrando diezmar a periódicos independientes sepultando casi por completo a la prensa.

Surge un modelo predominante de persecución y supresión de la prensa opositora y de subvención y subordinación.

Dentro de las publicaciones que nacieron en este período porfirista sobresalen El Hijo del Ahuizote, fundado por Daniel Cabrera; el Universal de Rafael Reyes Spíndola; en 1896 surge El Imparcial también de Reyes Spíndola, periódico que dio apertura a la etapa del periodismo industrializado en México bajo la protección oficial, surgió del financiamiento directo de la dictadura y operó con base en generosas subvenciones oficiales.

Al caer el porfiriato la prensa mexicana recupera la estabilidad y con ello la libertad. Durante los años siguientes, la prensa ejercería su derecho a la libertad sin restricciones a las que ya había sido sometida.

Inmediatamente después de la dictadura, la prensa predominante se enfrenta radicalmente al gobierno constituido

Con Francisco I. Madero se dice, hubo un exceso de libertad las publicaciones partidistas (maderistas) eran muy pocas. La mayoría de los periódicos podían hablar del gobierno sin temor a alguna sanción, incluso había caricaturas del presidente Madero.

Ya en los años 30's Lázaro Cárdenas consolidó una relación con la prensa.

En 1935 se crea la Productora e Importadora de Papel S.A. (P.I.P.S.A.) como un monopolio del gobierno sobre los diarios para controlar la distribución del mismo. Sólo algunos periodistas advirtieron que esta nueva manera del manejo del papel significaba una amenaza para la libertad de prensa. Durante la II Guerra Mundial el clima de la prensa era de libertad.

En los años recientes México se caracterizó por ser un país aparentemente democrático, sin embargo, el gobierno lograba controlar a la prensa de diferentes maneras logrando una autocensura.

La iniciativa privada jugó un papel importante dentro de los medios de comunicación, se formaron grandes grupos que se adueñaron de cadenas radiofónicas, canales de televisión y editoriales.

En el caso de la prensa escrita, existe la Organización Editorial Mexicana (OEM). Esta empresa es una poderosa cadena de periódicos surgida en 1943 bajo la propiedad del coronel José García Valseca y al amparo del gobierno del presidente Manuel Ávila Camacho.

Treinta años después, para saldar deudas con el Estado, la cadena pasaba a propiedad del gobierno federal por el presidente Luis Echeverría, quien ostenta el liderazgo en intervención en los cambios de dirección y propiedad de los medios a lo largo del siglo.

En la era del presidente Miguel Alemán, la prensa sufrió de la comercialización, fue capturada por la publicidad y el periodismo se convertiría en un negocio.

La publicidad comprada, los regalos, los cheques, dinero en efectivo, etc. son sólo algunas de las maneras en que el periodista es controlado y callado, originando así la manipulación de información y la corrupción.

En 1951 surge la revista "Presente" que se dedicó a publicar la corrupción durante el sexenio de Alemán.

Con Gustavo Díaz Ordaz, la prensa se enfrentaría a un obstáculo más: la represión. Para 1968, el gobierno de Díaz Ordaz vivió uno de los sucesos que trascendería en la historia de nuestro país; el movimiento estudiantil del 02 de Octubre de ese año traería consigo grandes repercusiones políticas y sociales.

El periódico Excélsior, caracterizado por ser una publicación con perfil conservador bajo la dirección de Julio Scherer fue el único medio valiente que informó todo lo sucedido aquel día rojo, ninguno otro lo hizo por temor a represalias –en esa época muy temidas– Díaz Ordaz tenía reprimidos a los medios de comunicación.

Con Luis Echeverría, Excélsior toma una nueva línea editorial, lo que provocó un descontento entre los empresarios quienes retiraron el apoyo económico que brindaban.

El periódico se mantuvo gracias al apoyo del gobierno. 1976 era un año electoral en el que el sexenio de Echeverría sufría crisis económica, por lo que la prensa crítica era lo último que le convenía.

Por su parte Julio Scherer se negó a ayudarlo y el entonces presidente provocó su destitución del periódico.

En ese mismo año electoral, Julio Scherer deja la dirección general del periódico debido a una intervención oficial, para dar paso a una nueva publicación llamada “Proceso”, descrita no como un fruto de una ruptura interna, sino como respuesta a un atentado perpetrado desde el gobierno federal contra la libertad de prensa.

“Proceso” fue sin duda un desafío sin precedente al poder presidencial, vino a mostrar que en México podía haber vida periodística más allá del veto presidencial.

Pero aún venía más, con el cambio de sexenio, José López Portillo dejó ver que no toleraría un periodismo crítico y trató de acabar con Scherer y su publicación.

Otras publicaciones como “El Universal”, con un periodismo ágil y plural han recibido advertencias por parte del gobierno.

“La Jornada” de tendencia de izquierda, ha logrado la aceptación de la gente, sobre todo en el sector juvenil. “Reforma” por su parte, se caracteriza por su vínculo con el sector empresarial y productivo del país.

La relación prensa-gobierno en la administración de Miguel de la Madrid se distinguió por el activismo de los hombres del presidente, impusieron una nueva forma de relación con los medios: cortejando y seduciendo a dueños y directores de diarios.

La profesionalización del gremio periodístico, la apertura política y una creciente presencia de la sociedad en la toma de decisiones dieron paso al cambio en los medios.

Durante el salinismo, la manipulación que se tenía sobre la televisión traspasó hasta el medio impreso, aquí da lugar la persuasión y la seducción en lugar de la mordaza.

En el salinato, la relación con los medios fue siempre tensa, de compromiso, mercantilista, de manera personal, Carlos Salinas comprometió a dueños y directores de los medios con su gobierno.

El cortejo, la seducción y el abierto desprecio al gremio periodístico no impidieron que la prensa se comportara de manera independiente en el salinato. La “prensa vendida” dejó de ser un buen negocio para los empresarios periodísticos: la sociedad exige información veraz, objetiva.

El periodismo contemporáneo se ha caracterizado por la creciente comercialización de objetos y personas, en donde todo se pretende vender y comprar; a todo se le pone precio, etiqueta y publicidad, se busca inclusive la comisión, todo se cotiza.

La prensa escrita en México ha sufrido varias modificaciones que han dado apertura a muchos aspectos positivos que permiten avances de tipo social, político, cultural, etc.

2.2. DE LA TAREA INFORMATIVA AL COMERCIALISMO PUBLICITARIO.

La tarea informativa se ha convertido en un negocio tan redituable para aquellos que la manejan que su verdadero objetivo de comunicar de manera multilateral y con un sentido social, ha quedado en segundo plano.

Como lo dice Humberto ECO, en su publicación *Cinco escritos morales p.p. 63*, “la publicidad ha precedido o sustituido al juicio crítico”.

¿Cómo se puede garantizar la libertad de prensa, si los medios de comunicación responden a intereses puramente privados y estrictamente mercantiles?

Dentro de una prensa democrática debe privilegiarse la calidad antes que la cantidad, desafortunadamente, los criterios que privan sobre la prensa en México, los privilegios en la dotación de publicidad, se basa en criterios excluyentes hacia los medios de comunicación que no tienen grandes tirajes, se privilegia la cantidad sobre la calidad.

Ninguna discusión sobre la ética en el periodismo puede llegar lejos si no se tiene un conocimiento de cómo las consideraciones económicas en que se desenvuelve la prensa, afectan a la tarea periodística.

El negocio periodístico obtiene la mayoría de sus utilidades no directamente del consumidor o del público, sino indirectamente por medio de los anuncios. El secreto del éxito en el negocio periodístico, consiste en lograr llamar la atención de una audiencia que por lo menos algunos de los anunciantes quieran o necesiten proponer su mercancía por medio de anuncios.

Los factores económicos dictan la forma de balancear audiencias y anunciantes, de tal forma que determinan el tipo de periodismo en la actualidad. El tamaño del periódico lo determina la cantidad de publicidad y no la cantidad de noticias.

La relación entre la prensa y sus pagadores adopta cuatro formas diferentes; oficial, comercial, de interés e informal.

En el patrón oficial, el contenido del periódico está determinado por normas reglamentarias y decretos, ninguna nación está libre de controles oficiales.

En el patrón comercial, el contenido refleja los puntos de vista de los anunciantes de sus aliados comerciales, que por lo común se encuentran entre propietarios y editores.

En el patrón de interés, el contenido de los medios de comunicación es el eco de las preocupaciones de la empresa financiera, quizá un partido político o una organización religiosa, o cualquier otro organismo que persiga fines específicos.

En el patrón informal, el contenido refleja las metas de los familiares, amigos o amigos que proporcionan directamente dinero o ejercen su influencia.

La razón primordial por la cual los periódicos siguen siendo una excelente oportunidad de inversión, según E.F. Hutton, se debe a que venden el acceso: "Los anunciantes compran el acceso a los compradores potenciales de sus productos, proporcionando a los periódicos de un setenta a un ochenta por ciento de sus ingresos", al mismo tiempo, "los lectores pagan por el acceso a las noticias, la información, la publicidad y las diversiones, todo incluido en un paquete cómodo, predecible y económico. El contenido de las noticias refleja la ideología de quienes financian a la prensa.

La evolución de la prensa, de instrumento de información para la élite a producto de consumo para un auditorio masivo, transformó su naturaleza. Por consiguiente, podríamos decir que antes de la aparición de los periódicos de un centavo, no existía una prensa en el sentido contemporáneo de esa expresión. El desarrollo de los medios masivos de comunicación surgió junto a la moderna industria de la publicidad.

Desde sus inicios, los periódicos han sido usados por quienes poseen intereses comerciales como una fuente de información para vigilar el medio ambiente; fue así como los periódicos sirvieron como una fuente de lucro no sólo para sus propietarios sino también para los periodistas.

La publicidad, en una forma o en otra, ha sido un ingrediente de los periódicos desde sus primeros tiempos.

La historia del periódico ilustra el creciente dominio de las fuerzas económicas en el orden político y social del siglo XIX. De pronto, el poder se confirió a una nueva fuerza económica: el anunciante, que ahora pagaba la mayor parte del costo de la producción de los periódicos, y la misma prensa se encontró de pronto con que su éxito financiero dependía primordialmente de la publicidad.

2.3. LA SITUACIÓN DEL PERIODISMO EN MORELIA

La historia del periodismo en Michoacán se remonta desde los años 50's.

En aquella época no existían escuelas para los periodistas independientes y quienes practicaban esta profesión, eran empíricos con algo de vocación, quienes se valían de la experiencia que tomaban a través de los años y de la lectura.

La escuela "Carlos Septién García", creada por la ultraderecha del Partido Acción Nacional comenzaba a desarrollarse, tratando de imponer los textos fascistas de Salvador Borrego para combatir con la prensa al cardenismo(6).

Por el año de 1956-1957, González Sauz, editor de la revista *Actividad Nacional*, fue conociendo el desarrollo de Michoacán a través del llamado de la gente incomunicada en aquel entonces ante la falta de caminos pavimentados, sin embargo, fue así como pudo conocer obras hidroeléctricas, escuelas, centros de salud, comunicación y el apoyo a la producción del campo.

En la ciudad capital, existían dos diarios, *El Heraldo Michoacano*, publicación de derecha de Salvador Abarca y *La Voz de Michoacán*, de tendencia gobiernista, de poca circulación (menos del millar), ya que no respondían a los intereses del pueblo, es decir, la gente no se sentía identificado con ningún periódico, no encontraban interés en ellos.

El Tiempo de Morelia, fue otra publicación caracterizada por ejercer un periodismo libre, independiente, editado y dirigido también por González Sauz contaba con una serie de articulistas de izquierda como Arnaldo Córdoba, Rafael Pérez Ayala, José Herrera Peña entre otros y tenía una circulación que abarcaba todos los distritos del Estado.

En esa época todas estas publicaciones trabajaban en la ciudad en talleres de prensa plana o "prensa caliente" como ellos le llamaban ya después trabajaron con linotipos. La publicidad comercial y la venta de suscripciones eran el principal sostén de estas publicaciones.

(6) CHÁVEZ, Valencia, Gilberto "Periodismo contemporáneo en Michoacán" en, *Reforma* Año XXIX, Morelia, Mich. Núm. 927 pág. 4

Los pioneros del periodismo moderno en nuestro Estado vivían de sus convicciones y de su trabajo desde sus inicios mal remunerados. José Tocavén Lavín (fundador de La Voz de Michoacán), era considerado como “el rico que adquiría propiedades y concesiones”.

Las relaciones de la prensa con el gobierno eran diversas de acuerdo con el mandatario, casi siempre eran consideradas como “normales”, es decir ambos trataban de respetar el trabajo del otro.

El período de David Franco Rodríguez (1954-1960) respetó la libertad de prensa y toleró la combatividad de *El Tiempo de Morelia*, el cual logró despertar el interés de los lectores a través del apoyo que brindó a las causas populares y el número de ejemplares se incrementó considerablemente, vendiendo miles de éstos.

Frente a esta reacción, *La Voz de Michoacán* se vio obligada a mejorar su calidad periodística ante el despunte de la competencia.

Con Franco Rodríguez, no existía jefe de prensa, así que el único vínculo entre periodistas y gobierno era a través del secretario particular Eduardo Poletí.

En el período de Agustín Arriaga Rivera (1960-1966), se designó al primer Jefe de Prensa en Michoacán, quedando en dicho cargo Francisco Algorri, sin embargo, las relaciones con los periodistas eran con Carlos Martínez Ariztizabal, secretario particular del entonces gobernador del Estado, durante su mandato surgieron nuevas publicaciones como *Noticias*, editada por Humberto H. Pimentel y *El Informador* por Raymundo Trejo.

A pesar de los defensores y enemigos que Arriaga Rivera ganó durante su gestión por su controversia, en general la libertad de expresión fue respetada.

En la etapa de Carlos Gálvez Betancourt, surgen dos nuevos semanarios, *Informe* bajo la dirección de Rodolfo Ramírez y *7º Día* de Arturo Chávez Páramo.

El período de Gálvez Betancourt (1966-1972), se caracterizó por la buena relación entre gobierno y prensa, ya que el mandatario se mostraba amistoso y charlaba con los periodistas, además gustaba de estar bien informado.

Por su parte el gobernador interino Servando Chávez Hernández, continuó con los programas de Gálvez Betancourt, fue con él cuando por primera vez, los pocos periodistas de aquel entonces celebraron la Libertad de Prensa en un pequeño restaurante “La casa Payá”, con el gobernador.

La campaña de Carlos Torres Manzo, ganó la simpatía de los periodistas, ya que como gobernador le gustaba convivir con ellos. Con el surgimiento de *El Sol de Morelia*, eran cada día más los que se dedicaban a la profesión del periodismo.

Los roces entre prensa y gobierno tal vez fueron más notorios durante el gobierno encabezado por Cuauhtémoc Cárdenas, quien nombró a Octavio Ortiz Melgarejo, Coordinador de Comunicación Social, el cual fracasó en su tarea, como enlace entre los periodistas y las actividades gubernamentales. Cárdenas, tratando de enmendar su error, nombró a Arturo Chávez Páramo considerado como un hombre inteligente y pragmático y la situación mejoró.

Luis Martínez Villicaña, provocó la inflación de comunicadores, un gran número de corresponsales de prensa, radio y T.V. llegaron al Estado, provenientes de la capital, sin importarles lo que pasaba en Michoacán y cobrando caro, esto trajo como consecuencias que muchos periodistas michoacanos cayeran en la corrupción.

La situación con Genovevo Figueroa Zamudio se dio de manera muy diferente a la gestión pasada, Figueroa Zamudio logró restablecer la paz que por algún tiempo estaba por perderse.

Eduardo Villaseñor Peña, por conflictos políticos, no logró gobernar al Estado, fue así que llegó como interino Ausencio Chávez Hernández quien junto con su gente supo manejar su gestión.

2.4 LA VOZ DE MICHOACÁN, SU PAPEL COMO MASS MEDIA EN EL PROCESO DE LA TRANSICIÓN DEMOCRÁTICA DE LA INFORMACIÓN EN LA ENTIDAD.

2.4.1 ORIGEN DE LA VOZ DE MICHOACÁN

La Voz de Michoacán se fundó el 19 de Junio de 1948, fue obra de Don José Tocavén Lavín, hombre tenaz en sus ideas, en el lema del periódico resumió todo “La voz del pueblo hecha periódico”, con el pretexto de que fuera el periódico el receptor de las inquietudes populares para darse a conocer.

Actualmente se conforma de aproximadamente 800 trabajadores en todo el Estado.

La Voz de Michoacán es una empresa que se cataloga como independiente, en entrevista con el periodista Francisco López Guido, jefe de relaciones públicas de dicha empresa, comenta que el periódico vende espacios, no criterios, y como medio de publicidad, La Voz es el más efectivo en toda la República, ocupa uno de los primeros terceros lugares a nivel nacional, cuenta con un tiraje de 60,000 periódicos diarios que llegan a todo el Estado y al sur de los Estados Unidos.

Dentro de *La Voz de Michoacán* existe una libertad de expresión sujeta nada más a las limitaciones que dicta la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos en sus artículos sexto y séptimo Constitucional, fuera de eso no hay ninguna cortapisa.

En lo editorial, el periódico no es tendencioso, la editorial no norma criterios, no hay propiamente una línea, no hay una tendencia en contra o a favor del gobierno, no hay ataduras por parte del Gobierno.

Dentro de los objetivos primordiales de La Voz hacia la sociedad se encuentra la credibilidad y la aceptación de los receptores a través de la información.

Se interesa fundamentalmente en abarcar todos los círculos sociales de nuestra comunidad con la finalidad de difundir y canalizar las necesidades de la gente a las autoridades para que sean resueltas.

Para *La Voz de Michoacán*, la autocrítica permite mejorar la calidad informativa y técnica del periódico y eso resulta importante para lograr la credibilidad, la aceptación y el aumento en la circulación.

La publicidad y la calidad de la información se complementan, una necesita a la otra, tiene que haber buena calidad de información para poder atraer publicidad, la publicidad y la información van de la mano, a mayor calidad de información mayor atractivo para los inversionistas.

La Voz cuenta con una misión que es ser “La Voz del Pueblo”, su visión ser el periódico estatal preferido de los michoacanos con un sistema de trabajo encaminado al desarrollo integral de su mercado interno y externo, abierto a las diferentes corrientes de pensamiento y propuestas fundamentadas en la objetividad, veracidad y oportunidad que den como resultado un periódico que sirva de guía al periodismo nacional.

Trabaja bajo los principios de la veracidad –el cual sólo puede dárselo el lector- la oportunidad, el equilibrio, entre otros. Los valores en los que basa son: trabajo en equipo, verdad, iniciativa, pluralidad, honradez, perseverancia, democracia, respeto, concertación e integridad.

El periódico cuenta con un libro interno que hizo el propio diario para sus reporteros titulado “**Editorial, personalidad, estilo y normas**”, este libro habla de cómo debe ser el diseño del periódico, cómo se debe escribir, habla de las obligaciones que los periodistas tienen consigo mismos, con la empresa y con los lectores. Además de asegurar que el periódico no es dogmático, sino libre pensador.

Esta publicación es una Constitución interna, creada como método o guía de observar normas y establecer compromisos con los lectores y con la sociedad en general. La Voz de Michoacán se define como un periódico promotor de la democracia pluralista y del orden jurídico del Estado de Derecho. Se considera partícipe y defensor de las disposiciones asentadas en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y promulgadas por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Las tres actividades que realiza La Voz de Michoacán tienen la siguiente jerarquía: información, opinión y publicidad.

Información: Es un derecho imprescriptible, es la esencia de su quehacer diario, su principal y único objetivo periodístico.

Opinión: Cuenta como la aventura de personas ajenas al periódico que colaboran para auxiliarlo en la consecución, consolidación y congruencia de su personalidad y de sus objetivos.

Publicidad: Es un simple medio a través del cual un vendedor o servidor da a conocer su producto o servicio.

CAPÍTULO III

AL RESCATE DEL PERIODISMO OBJETIVO

3.1 Ética Periodística: el requisito social hacia la transición democrática y plural.

“Mientras el hombre milite en el periodismo, las marcas distintivas de su valor como profesional serán: su responsabilidad y su criterio; su educación, sus antecedentes y su adiestramiento; su capacidad técnica como reportero, y su contribución hacia el progreso de las normas y de la ética profesional”.

John Hohenberg.

¿Qué es la ética?

La palabra ética se deriva etimológicamente del vocablo griego “ethos”, que significa costumbre, modo de proceder, es la ciencia que estudia la actitud humana, los actos humanos(7).

El ejercicio de una profesión no se limita únicamente al oficio como tal, sino también a la conciencia moral del hombre, a los actos, juicios y derechos inalienables de la prensa humana. Por lo tanto, la deontología o moral profesional se define como una parte especializada de la ética, se fija especialmente en el contenido y en la honradez de las actividades profesionales y en los deberes –con la correspondiente responsabilidad personal- de los que desempeñan tales actividades y trabajos, comprometiendo así la misma profesión.

La moralidad, el honor, la honestidad, el deber, la responsabilidad y la obligación de conciencia referidos al ejercicio de una profesión se denomina Deontología o Ética profesional.

El contenido ético está concentrado en el profesional y en la profesión, lógicamente unidos de un modo inseparable, ya que no podría existir una profesión sin los que la desempeñan, ni un profesional sin una determinada actividad al servicio de los demás.

(7) GARCÍA DE ALBA, Juan Manuel, Ética Profesional, 1998, p.p. 270

La Deontología se refiere a los deberes específicos del profesional, que en líneas generales consisten en:

1.-La lealtad a la profesión elegida, delimitada por sus actividades propias, contribuyendo a su prestigio y buena fama.

2.-La preparación adecuada para el desempeño del oficio.

3.-El ejercicio competente y honesto de la profesión, teniendo presente en todos los casos la dignidad humana.

4.-La entrega al trabajo profesional como corresponde a una verdadera vocación.

5.-La realización de las prestaciones resultantes de este trabajo, a favor del bien común y al servicio de la sociedad.

6.-El constante perfeccionamiento del propio saber profesional, sin considerarlo jamás como limitado, totalmente alcanzado o superado, sino como un punto de partida.

7.-La exigencia justa de obtener no sólo el prestigio profesional, sino también los medios materiales para una vida digna.

8.-La lealtad al dictamen verdadero, razonado y reflexionado, de su propia conciencia, a pesar de las posibles circunstancias contrarias o contradictorias.

9.-El derecho moral de permanecer en la profesión elegida.

10.-El esfuerzo constante por servir a los demás, conservando plenamente, al mismo tiempo, su libertad personal.

En la práctica, el cumplimiento de los deberes profesionales depende de la formación de la conciencia profesional.

La ética periodística profesional debe ser la vigilancia que cada periodista tiene sobre sus propios pensamientos y sentimientos, a fin de no perjudicar injustamente a otros individuos o instituciones.

Son cuatro los fundamentos de la ética periodística(9):

1.- **Apego a la verdad.**- presentar la verdad significa ajustarse a la fidelidad de los hechos con exactitud en la presentación. La verdad sirve para hacer ver, conocer y comprender, es fuente de credibilidad y respetabilidad.

2.- **Compromiso con la independencia.**- Para construir una auténtica libertad informativa es indispensable fomentar un ejercicio independiente. La verdad y la independencia son las piedras angulares del quehacer periodístico.

3.- **Responsabilidad.**-

4.- **Servicio a la sociedad.**- No hay mejor ideario para resumir el servicio a la sociedad que los 10 mandamientos de la profesión periodística esbozados por Joseph Pulitzer:

- 1.- Siempre luchar por el progreso y la corrupción
- 2.- Nunca tolerar las injusticias y la corrupción
- 3.- Siempre combatir a los demagogos
- 4.- Nunca pertenecer a ningún partido político
- 5.- Siempre oponerse a las clases privilegiadas
- 6.- Nunca disimular la simpatía por los pobres
- 7.- Siempre mantenerse devoto del interés público
- 8.- Nunca estar satisfecho con el publicar sólo noticias
- 9.- Siempre ser drásticamente independiente
- 10.-Nunca temer atacar el mal.

Al hablar de la ética en los medios de comunicación no podemos olvidar que la información no existe sin un informador –llámese reportero, locutor, comentarista-, y que éste no puede desligarse de su conciencia.

Un comunicador puede encontrarse ante una disyuntiva; a) respetar su compromiso con la verdad independientemente de las consecuencias, y b) ocultar la verdad por las consecuencias personales o sociales que pueda tener su difusión.

(10)MARTÍNEZ, Raúl Omar, "Ética Periodística, Consideraciones de Javier Darío Restrepo" en Revista Mexicana de Comunicación, núm.67, pág.5.

Tratar el tema de la ética en medios masivos de comunicación es complicado porque se van a encontrar tantas actitudes y puntos de vista como personajes involucrados, ya que cada quien interpreta su comportamiento de acuerdo a los principios y valores que rigen su desarrollo personal y profesional.

Los medios de comunicación pueden ser el mejor amigo del cambio democrático siempre y cuando ejerzan de manera libre e independiente como vehículos insustituibles para asegurar la transparencia que permite vigilar al poder; sin embargo, pueden ser también los peores enemigos de dicho cambio, produciendo consecuencias negativas como la corrupción comunicacional.

El éxito de la democracia depende de la capacidad que tengan los medios de comunicación de proporcionar información veraz y precisa a la sociedad.

3.2 Objetividad, responsabilidad, imparcialidad y credibilidad o influencia y cuarto poder.

La objetividad se deriva del vocablo latino “obiectus”, que significa todo lo que puede ser materia de conocimiento o sensibilidad de parte del sujeto, incluso este mismo.

Para Horton y Hunt la objetividad es “La facultad de ver y aceptar los hechos como son y no como uno desea que sean”.

Sin embargo, la actividad periodística es susceptible de ser subjetiva. Ser objetivo es quizá la más difícil de las obligaciones periodísticas, además se trata de un concepto relativo que puede ser interpretado desde diversos puntos de vista, existen algunos factores que influyen para que la objetividad no se dé como son los prejuicios, hábitos y el interés creado.

Para el autor Luka Brajnovic, la objetividad habría que considerarla desde diversos puntos:

Según el sujeto: promotor que la manifiesta según su conocimiento, su posibilidad y su capacidad de expresión; receptor que la asimila según su capacidad de comprensión.

Según el efecto: imparcialidad, en cuanto tolerancia con los argumentos del adversario; consecuencia, mantener la propia opinión si la contraria no convence.

Según el objeto: selección por orden de importancia; certeza según la argumentación.

Según la finalidad: demostrar la evidencia; fidelidad a la verdad.

En la práctica, la información objetiva –como señala Ch. Debbasch- se ve obligada a formar una opinión sobre hechos, pero no sobre sentimientos. La objetividad es un ideal al que se tiende y cuya base es la verdad, como relación de certeza entre el sujeto y el objeto. En toda objetividad informativa, en el fondo, como fin se encuentra la verdad.

“La verdad es lo que es porque existe o ha existido en realidad como un hecho o un acontecimiento, de manera experimental o sencillamente demostrable”.

La verdad absoluta difícilmente se encuentra, sin embargo actuar de manera ética y responsable nos permite saber cuándo una noticia lo es y cuándo no.

Se llama responsable a una persona cuando desea destacar su sentido moralmente recto y su criterio de ir pensando en los posibles efectos de su comportamiento corrigiéndolo o reforzándolo conforme a la previsión de tales efectos. Sin principios éticos, sin una sólida garantía moral no hay responsabilidad.

En el año de 1956, año en que se publicó “Cuatro teorías de la prensa”, fue cuando la expresión *responsabilidad social* se convirtió en una frase abreviada que sería el símbolo del ideal de una “prensa democrática”.

No era posible considerar que la prensa tuviese credibilidad si no practicaba la responsabilidad social, si no dejaba de insistir en una libertad incontrolada.

La responsabilidad social continúa siendo la doctrina no oficial de la prensa, pero permanece como un modelo de meta vagamente formulado cuyos perímetros están mal definidos y se quedan meramente en escritos, ya que en la práctica son ignorados.

Cuando una prensa revolucionaria llega demasiado lejos, sus actividades son restringidas, cuando no lo hace, satisface los deseos de aquellos que manejan el poder.

La responsabilidad social del comunicólogo es defender la verdad para así darla a conocer como un derecho a la sociedad.

La credibilidad de la prensa está ligada al compromiso con la verdad, a la búsqueda de la precisión, imparcialidad y equidad.

La confianza entre un periódico y sus lectores se desarrolla y sostiene a través de varios aspectos, entre ellos los títulos claramente escritos, las historias contadas con precisión, la selección de las historias, la eliminación de los prejuicios en los artículos y el servicio a los intereses de la comunidad. Según surge la necesidad de atraer una base más amplia de lectores, los periódicos se ven obligados a buscar mayor credibilidad.

Los principales lineamientos que deben seguir los medios de comunicación para cumplir con su función social de informar a la sociedad son: objetividad, veracidad, oportunidad y pluralidad. Cuando estos criterios no se consideran en la información, se está faltando al derecho que tenemos los ciudadanos a recibir una información imparcial, si se acatan estos principios se puede tener credibilidad y confianza del público receptor.

El periodismo se ha considerado como un poder frente al poder político o frente al poder empresarial. El reformador inglés del siglo XVIII, Edmund Burke, fue quien inventó la frase del cuarto poder, era el poder de la crítica, de la información, de la verdad, la voz verdadera de las personas, dice el historiador Enrique Krauze.

Contrario a lo que pudiera pensarse, la prensa no es ni quiere ser un cuarto poder, así le llamarán aquellos que no quieren cumplir al pie de la letra las libertades constitucionales de la prensa. El periodismo crítico, informativo, de opinión y de denuncia es precisa y exactamente como lo ha definido el periodista Luis María Anson: la prensa como contrapoder.

La prensa no representa un poder, sino un límite social a la arbitrariedad y al abuso del poder. Debe ser el punto de equilibrio entre la sociedad y los sectores de donde se

genera la información, los medios de comunicación fungen como mediadores y para nada pueden abusar del poder o control que les genera la información.

3.3 Renovar o morir: características del periodismo en un nuevo milenio

Mucho pudiera decirse sobre las actualizaciones, renovaciones y mejoras que debe tener la tarea periodística, sin embargo, es poco lo que realmente se hace y se aplica, y es que los medios de comunicación no terminan con la corrupción ni con el mal gobierno, pero sí pueden establecer límites deontológicos, lo que les permitiría llevar a cabo su función de una manera más objetiva y apegada a la democracia.

Hoy en día, los medios de comunicación sobre todo la prensa escrita, debe tomar en cuenta un gran número de consideraciones, las cuales tienen que llevarse a cabo con la finalidad de que el verdadero trabajo periodístico salga a la luz como instrumento de mejora social, y es que ya la sociedad no cree tan fácilmente en lo que se publica, ahora demanda una prensa objetiva, plural, democrática y con responsabilidad.

La sociedad dejó de ser pasiva para convertirse en una sociedad activa, que exige y demanda.

Los medios de comunicación deben formar parte de la transición entre la prensa del pasado -controlada y manipulada- y la prensa democrática del presente.

Para lograr esta transición, es urgente establecer códigos éticos, incluso crear un ombudsmán(*) como agente que logra el equilibrio, la prudencia y la tolerancia entre los medios, el poder y la sociedad.

Además es necesario supervisar y modificar las leyes que actualmente rigen a los medios, no puede haber un avance si no se empieza a cuidar esta parte esencial, es por eso que a través de la ética, de los deberes y también de las obligaciones a las que deben someterse, así como de la autorregulación de cada medio, se puede comenzar a cambiar para mejorar.

*Palabra sueca que significa: defensor del pueblo

Pero hablar de una autorregulación no significa hablar de autocensura, son dos conceptos muy diferentes, pero que pueden llegar a confundirse. Por un lado, la autorregulación es producto de la voluntad responsable y razonada de un grupo de profesionales de la información, mientras que la censura propia es consecuencia de una decisión personal inducida por temor o interés económico.

El objetivo primordial de la autorregulación informativa es asumir marcos éticos que promuevan una responsable difusión informativa, resuelvan conflictos dentro del ámbito periodístico, y realcen y dignifiquen la imagen del ejercicio profesional que se encuentra tan desgastado por factores como la corrupción, el conflicto de intereses y el salario denigrante, sólo por mencionar algunos ejemplos.

De acuerdo con Ernesto Villanueva,(*) licenciado en derecho y autor de libros sobre ética y legislación, la deontología cumple un papel fundamental que aporta parámetros para elevar la calidad informativa, difunde y promueve el buen quehacer periodístico y protege los derechos de los ciudadanos.

Durante su participación en el I Congreso Nacional de Derecho de la Información, celebrado en la ciudad de Morelia los días 9, 10 y 11 de Noviembre, Villanueva afirmó que ni la ética ni la deontología tendrán sentido alguno si éstas no se encauzan hacia la autorregulación que debe entenderse como un proceso oficial tanto por los periodistas y dueños de los medios de comunicación, como por la sociedad civil.

Agregó que la autorregulación informativa puede resultar una opción para el mejoramiento de los contenidos mediáticos, al promover que los mismos medios se impongan de cara a la opinión pública.

Sin la participación de la sociedad civil, la implantación de códigos éticos no resultan efectivos de ninguna forma. Los códigos éticos no deben sustituir al derecho aunque sí promover caminos al ejercicio responsable de la actividad comunicativa. Por último agregó la necesidad de dignificar la actividad del reportero mediante la capacitación, el respeto y la aplicación de un marco teórico.

* Actual coordinador del Programa Iberoamericano de Derecho de la Información de la Universidad Iberoamericana.

Así pues, el lento pero significativo desarrollo del periodismo debe someterse a reglamentos establecidos por los propios periodistas, la existencia de códigos de ética permiten la orientación y revaloración de la tarea periodística, además de regular el comportamiento profesional del reportero.

Así como la creación de un ombudman como una esperanza y posibilidad de enseñar a los ciudadanos de hacer valer sus más elementales derechos y que exija la veracidad y la objetividad informativa.

Con todo esto se trata de que cada quien asuma esferas distintas de responsabilidad para no seguir sumergidos en el pantanoso terreno de la corrupción y la mediocridad que desafortunadamente han caracterizado a la prensa en este agónico siglo XX.

CAPÍTULO IV.-

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

A lo largo de este trabajo, se expuso la evolución de la prensa escrita, así como el desarrollo social y tecnológico que ha tenido desde su origen, poco a poco fuimos aterrizando hasta lo que es, en nuestro país y específicamente en la ciudad de Morelia, la prensa en nuestros días.

Todos y cada uno de nosotros formamos parte de una sociedad participativa, cada vez más exigente, ya no podemos quedarnos callados ante lo que ocurre a nuestro alrededor, ahora con mayor razón sabemos del papel que asumimos como miembros activos que alzamos la voz frente a las injusticias y los actos sin razón.

Es por esto, que los medios de comunicación tienen la gran responsabilidad de actuar con objetividad y honradez, ya que es a través de ellos que la sociedad busca un apoyo frente a los abusos, excesos y arbitrariedades que puedan ocurrir. Es así como sociedad, medios de comunicación y gobierno se encuentran relacionados en un círculo del cual pueden desprenderse avances o retrocesos que afectan de manera directa su evolución.

La prensa escrita en Morelia debe comportarse como ese instrumento mediador justo y plural.

En esta exposición hemos enfocado nuestro análisis al periódico considerado como el de mayor circulación en el Estado -con 60,000 ejemplares diarios- *La Voz de Michoacán*, y a través de este estudio se pretende comprobar si en realidad esta publicación cumple con los requisitos de una prensa objetiva, plural y responsable como ellos mismos lo establecen en la publicación “**Libro Editorial, personalidad, estilo y normas**”, que ayude a la transición democrática del Estado principalmente, así como a la transición democrática de la propia información.

Asimismo se pretende proponer un código ético que contenga los puntos principales que conlleven al perfeccionamiento de la tarea periodística, con el objetivo de dignificar el loable, pero a veces discriminado trabajo del periodista.

4.1.- Conclusiones generales.-

La prensa mexicana de hoy es muy distinta a la de hace una década, hoy se informa de asuntos que eran vetados y se cuestiona a personajes e instituciones antes intocables. Esta apertura se debe a la exigencia de una sociedad en transición a la democracia cada vez más crítica y demandante(8).

La prensa nacional ha ganado terreno y con ello libertad, ya existe un periodismo crítico lo que permite una apertura de criterios, ideologías, opiniones, etc. Sin embargo, el periodista nunca debe olvidar su responsabilidad social, como instrumento mediador entre sociedad y gobierno, tomando en cuenta siempre que, mayor libertad implica mayor responsabilidad en los medios de comunicación y en los periodistas.

Actualmente el periodismo ya no requiere de improvisados, se ha convertido en una tarea que necesita una dosis mayor de profesionalismo.

La libertad de expresión es el estandarte del periodismo democrático, sin embargo no puede quedar de lado que así como se tiene libertad de expresar, ésta debe ser sin excesos para no caer en el libertinaje y se desvirtúe así la esencia del periodismo. Todo exceso es malo y en el periodismo no es la excepción.

Otro de los obstáculos que se presentan en la tarea periodística es el mal manejo que se le da a la información. Como lo dice García Márquez, “la buena noticia no es la que se da primero sino la que se da mejor”.

La idea que se pueda generar acerca del poder de la información es probable que llegue a la arbitrariedad y prepotencia.

La prensa **NO** es un cuarto poder, sino todo lo contrario. Es un contrapoder que actúa como punto de equilibrio en donde el periodismo crítico y de denuncia abaten el abuso de poder.

El bajo salario de los periodistas es un factor que influye en el buen desempeño que éste desarrolle. Desgraciadamente en México, la tarea periodística no es bien remunerada, los sueldos son bajos lo que provoca que los periodistas sean susceptibles a caer en tentaciones que los lleven a la corrupción, a recibir el *chayote* o el *embute*, como se conoce dentro de la jerga periodística. Un sueldo decente es la primera condición de la libertad.

(8) ORTIZ Pinchetti, Fco., Reporteros en Proceso, Tomo II p.p.111

La prensa escrita en Morelia ha evolucionado a pasos agigantados sin embargo, no es del todo perfecta y nunca lo será, ya que es muy difícil que se apegue a las normas éticas o deontológicas impuestas por el mismo periódico.

Para sobrevivir en este medio es necesario someterse a “las reglas del juego”, desgraciadamente vivimos en un país basado en la corrupción, se presenta en todos los sectores de la sociedad, sin embargo en los medios se exhibe más por tratarse de una plaza pública.

Pero no por ello se debe actuar con ligereza, los periodistas deben actuar bajo sus principios éticos y morales, es por esto la importancia de la formación humana del periodista.

Actuar con responsabilidad social y humana es la tarea de un profesional del periodismo consciente de su papel como servidor de la sociedad, y no valerse del derecho a la información para cometer actos de arbitrariedad.

Hablar de *La Voz de Michoacán*, es hablar de más de 50 años de un periodismo comprometido con su pueblo, tal y como lo dice su lema “La Voz del pueblo hecha periódico”, sin embargo la gente no lo considera del todo así, ya que no existe una congruencia entre lo establecido por el periódico y lo que percibe el lector.

Por otro lado, la transformación tecnológica y social que ha tenido le ha permitido llegar y mantenerse como una de las mejores publicaciones no solo a nivel estatal sino nacional.

El prestigio que tiene se lo ha ganado a través de medio siglo de existencia, manteniéndose siempre con una línea editorial fija que le ha dado personalidad.

Sin embargo, la credibilidad de los lectores no es muy alentadora, y me refiero a la prensa en general, hoy en día, la gente tiene más acceso a lo que acontece (T.V. radio, internet), tiene capacidad de reacción lo que exige mayor responsabilidad y veracidad en la información.

La Voz de Michoacán establece que uno de los principales intereses que persigue, es el social, sin embargo en una encuesta realizada a un centenar de los diferentes sectores de la sociedad entre los que se encuentran estudiantes de comunicación principalmente, se puede observar que esto no es así ya que los resultados arrojados en la encuesta establece que los intereses políticos y económicos se anteponen a los sociales.

Asimismo el 88% de las personas encuestadas no creen en la información de todo lo que se difunde, mientras que el 12% sí cree en lo que ve, escucha o lee.

Por otro lado, los lectores perciben que la prensa local (entre ellas *La Voz*) carece, o no ejerce características como la ética, la responsabilidad social, la credibilidad, imparcialidad, por mencionar algunas, además de dar prioridad a lo que realiza el Estado (gobierno), dejando en segundo plano el desarrollo de todos los sectores que lo conforman y a sus lectores.

Las estadísticas nos señalan que la prensa escrita no ayuda a solucionar los conflictos populares de la sociedad; sólo 15% de los lectores han sido consultados en ocasiones por el periódico a través de encuestas, sondeos, etc., mientras que el 85% nunca ha sido tomado en cuenta por este periódico.

Por último resulta preocupante ver que el 98% de los lectores encuestados sí creen que exista corrupción en el gremio periodístico moreliano frente a sólo el 2% que no lo cree.

Todo esto nos permite observar que los objetivos trazados por este periódico no llegan a cumplirse, por lo menos las estadísticas así lo demuestran.

Un periodismo democrático debe contar con la participación de la gente, pero si ésta no es tomada en cuenta a través de encuestas, entrevistas, sondeos, etc. entonces no es, ni se siente parte de ese cambio a favor de la democracia.

Otro problema al que se enfrenta la sociedad local es a la falta de publicaciones, en Morelia hacen falta diarios con posturas, ideologías y líneas editoriales diferentes a los que ya existen. Debido a esta problemática surgen los monopolios informativos, la competencia siempre es buena para incrementar la calidad, y al no existir más periódicos entonces no hay una necesidad de mejorar el contenido de la información.

4.2.- Propuestas.-

Como ya lo he comentado en este trabajo, la tarea de una prensa modelo es muy difícil de cumplir, durante el desarrollo de este proyecto se ha mencionado lo que la prensa local debería cumplir como características universales e inviolables, sin embargo, lo que se vive en la realidad es muy diferente.

Pero no por ello quiero decir que resulta imposible el hecho de que la prensa escrita intente apearse a ciertas normas con la única finalidad de dignificar la talacha periodística tan desgastada en nuestros días.

A continuación se exponen algunas propuestas que buscan mejorar el desarrollo de la tarea periodística, son sólo algunos puntos que pueden marcar el inicio de un cambio significativo hacia la transición democrática y plural de la prensa escrita en Michoacán.

Este cambio puede significar mucho no sólo para la prensa, sino para una sociedad participativa apoyada por esa tribuna pública como son los medios de comunicación, siempre a favor de la democracia.

Como lo asegura Carlos Soria, catedrático español de la Universidad de Navarra, lo más importante para el éxito de un diario es la firme decisión de mejorar.

- 1.- Cada medio debe establecer un Código Ético para los medios de información locales, ya que la autorregulación queda sujeta a la voluntad de cada medio y no compromete en nada a sus trabajadores.
- 2.- Que los propios medios consideren en su código de ética, el compromiso de los reporteros, jefes de información y responsables de redacción para que se le dé mayor peso al qué (al hecho) y no al quién (la cotidiana “declaracionitis” de funcionarios públicos).
- 3.- La capacitación del periodista es importante, es por eso que la Escuela de Ciencias de la Comunicación podría ofrecer un Diplomado o Especialidad en “Manejo Ético de la Información Periodística” para reiterar la trascendencia de construir un periodismo serio, objetivo, imparcial, de responsabilidad social con características de una democracia informativa. Ahora más que nunca la sociedad requiere de periodistas con un mayor grado de profesionalismo y no de improvisados.

Este curso puede dividirse en cuatro módulos:

1.-Derecho a la información (una revisión al Artículo y poder proponer una legislación secundaria)

2.- Libertad de Expresión (un análisis de la responsabilidad social de los reporteros).

3.- Democracia Informativa (análisis de los géneros periodísticos para darle mayor peso al qué y no al quién).

4.- Alcances del Periodismo Contemporáneo (analizar su evolución, sus alcances y las vías para hacer de esta profesión una tribuna o plaza pública).

4.- Garantizar en cada medio un espacio para los receptores y los acontecimientos que no cubran los reporteros, pero que cualquier ciudadano pueda divulgar. Lo anterior es con la finalidad de hacer de los medios, verdaderas tribunas de opinión o verdaderas plazas públicas.

5.- Por ser *La Voz de Michoacán*, uno de los periódicos de mayor circulación en la entidad, que guarde un equilibrio entre su publicidad y sus contenidos informativos. Que no rebase aquella el 50 % de los espacios, y que paralelamente sirva de ejemplo a los demás medios.

6.- Que el “Libro Editorial personalidad, estilos y normas” que tiene La Voz, incluya la obligatoriedad de cursos académicos de capacitación en forma permanente para sus reporteros y colaboradores en aras de mantener una ética hacia la democracia informativa. Y que además resalte, entre sus párrafos, su compromiso para darle mayor divulgación a los diferentes sectores sociales e instituciones privadas; esto con el fin de hacer menos evidente su prioridad a los poderes de gobierno.

7.- El periodismo de campaña (de investigación) debe retomarse a favor de lo que beneficia y necesita el país. El periodista debe ser capaz de desarrollar la investigación con un contenido de verdadero interés común.

8.- El periódico debe desenfocar su atención de la política, tiene que tomar en cuenta que existen otros sectores que requieren de atención y por consiguiente de su difusión, la prensa no puede seguir enfocada en el gobierno y en sus actividades.

Es por eso que la propuesta de un decálogo ético en los medios puede ser el comienzo de un pequeño, pero significativo camino hacia la transición democrática.

A continuación se hace mención de la propuesta del decálogo para la prensa escrita moreliana, no sin antes mencionar que para establecer este tipo de normas habrá que estar muy concientes de las responsabilidades que cada quien vamos a asumir.

Ante la creación de un decálogo ético se debe fortalecer el papel de formadores de opinión y avanzar en el manejo de información imparcial y lo mayor objetiva posible para alcanzar altos grados de madurez social y democrática.

DECÁLOGO ÉTICO PARA LA PRENSA ESCRITA MORELIANA

- 1.- La prensa y el periodista deben informar la verdad de los hechos, acontecimientos o sucesos de una manera objetiva, es decir la realidad, sin dejarse llevar por factores de cualquier índole. El periodista debe permanecer separado de los conflictos de intereses, aunque no se puede hablar de la objetividad periodística sí se puede decir que el periodista no debe involucrarse con algunas de las partes de la noticia, de otra forma es difícil mantener el equilibrio periodístico.
- 2.-El periodista debe ser responsable de la información que publique a la sociedad, la credibilidad del periódico es de vital importancia, así que es responsabilidad del periodista dar a conocer sus fuentes y no dudar de la veracidad de las mismas.
- 3.- El periodista deberá regirse bajo principios éticos y morales. Actuar con responsabilidad es prueba de ello. La responsabilidad social y ética son las principales características de un periodista consciente con su trabajo y con la sociedad.
- 4.- La tolerancia y la prudencia son valores que el periodista debe aplicar para lograr el equilibrio entre el poder y la sociedad.
- 5.- El periodista siempre debe trabajar tomando en cuenta los artículos 6° Y 7° Constitucional, de lo contrario está violando la ley. La libertad de expresión debe ser ejercida al pleno, pero sin caer en el libertinaje, el periodista tiene todo el derecho de expresarse con libertad sin sobrepasar los límites que marcan los artículos de la Constitución Mexicana.

- 6.- La integridad como tratamiento imparcial de los temas y un manejo desapasionado de los asuntos controversiales, el periodismo debe ser tribuna para el intercambio de comentarios y la crítica.
- 7.- El periodista debe ser un agente activo que rescate a la prensa en su función rectora para que estimule al ciudadano a volverlo participe en la construcción de su comunidad. El periódico debe tener contacto con sus lectores a través de encuestas, sondeos, entrevistas, con el fin de conocer en voz del pueblo las necesidades populares y dar solución a estos problemas.
- 8.- El periodista debe ser respetuoso con los lectores, sus fuentes y con todo aquél que colabore en su tarea informativa. Debe mantener una independencia profesional, con la cual logre la credibilidad del lector.
- 9.- El periodista debe realizar un trabajo plural, fuera de tendencias o inclinaciones de cualquier índole, la pluralidad conlleva al equilibrio informativo.
- 10.- La prensa es un promotor del cambio social, su papel es servir a la sociedad y ser el enlace entre su pueblo y sus gobernantes siempre en busca de la democracia y justicia social.

La creación de un ombudman en los medios de comunicación sería una alternativa significativa, gozaría de respeto, credibilidad y reputación.

Si bien es cierto que debe existir una serie de leyes que rijan a los medios, o un ombudman que logre equilibrar, un código que guíe, etc., debemos considerar que el cambio hacia una periodismo democrático ético y responsable, comienza en la persona, la buena preparación del que ejerce el periodismo se reflejará en la manera de desempeñar su trabajo, su formación ética y moral la proyectará en su tarea cotidiana y actuará siempre bajo los lineamientos adecuados, siempre con el firme propósito de servir a la sociedad.

Pero finalmente como lo afirma Luis Velázquez, director de *El Sur de Veracruz* y profesor de la Universidad Veracruzana en el artículo "Trazos para un código de ética periodística, publicado en la Revista de Comunicación: "Es honesto y responsable.....quien desea. De igual manera es corrupto quien así lo decide y pese a que tenga a la mano decenas de códigos éticos y mandamientos religiosos en la vida familiar".

Si con la lectura de este trabajo se llegara a recapacitar sobre la necesidad urgente que hay en nuestra sociedad moreliana de asumir -gobierno, prensa y sociedad- cada uno sus respectivas responsabilidades pero de igual manera hacer valer nuestros derechos, entonces se habrá cumplido con los objetivos trazados.

ENCUESTA

OCUPACIÓN:

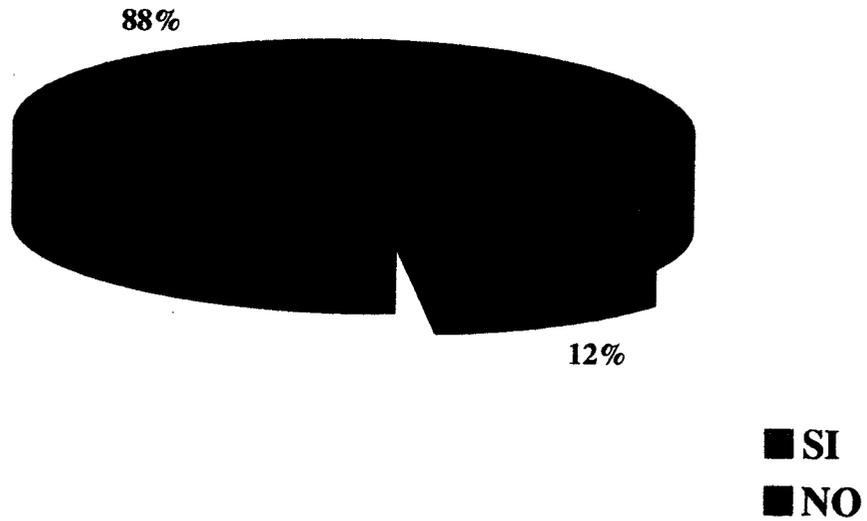
EDAD:

INSTRUCCIONES: Conteste las siguientes preguntas encerrando en un círculo la(s) respuesta(s) que considere apropiada(s).

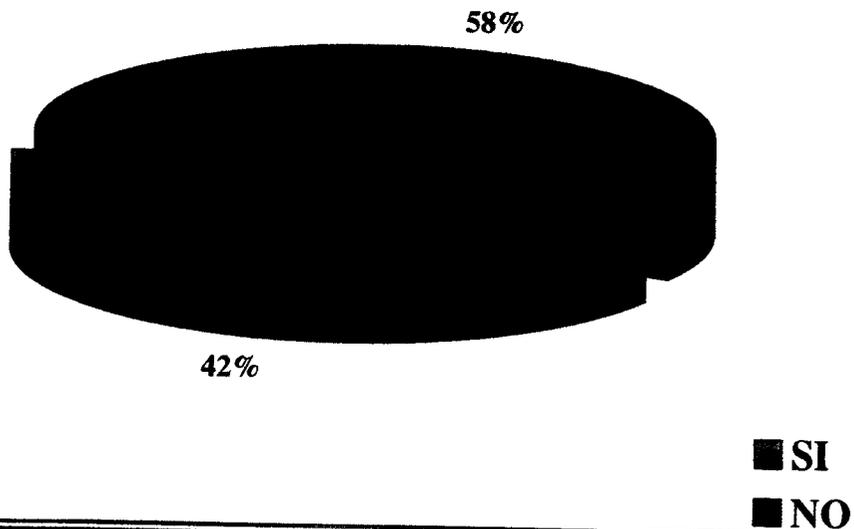
- 1.- ¿Con qué frecuencia tiene acceso a las noticias?
a) Constantemente b) Regularmente c) Muy poco
- 2.- ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse?
a) Periódicos b) Radio c) Televisión d) Internet e) Otros
- 3.- ¿Cree usted en la veracidad de todo lo que se difunde?
a) Sí b) NO
- 4.- Señale las características que considere usted, posee la prensa moreliana:
a) Objetividad b) Credibilidad c) Ética d) Imparcialidad
e) Responsabilidad social f) Ninguna de las anteriores
- 5.- ¿Cree que la prensa en Morelia es un “cuarto poder”?
a) Sí b) NO
- 6.- ¿Piensa que existe libertad de expresión en la prensa escrita moreliana?
a) Sí b) NO
- 7.- Según su percepción, enumere el orden de importancia los siguientes intereses que persigue la prensa moreliana:
() Intereses sociales () Intereses comerciales
() Intereses económicos () Intereses políticos
- 8.- ¿Cuál periódico prefiere leer?
a) La Voz de Michoacán b) El Sol de Morelia c) Cambio de Michoacán
d) Otros
- 9.- ¿Por qué lee este periódico?
a) Para saber qué ocurre en Michoacán y el país
b) Para buscar empleo
c) Para consultar la cartelera de cine
d) Para conocer ofertas de centros comerciales y otros anunciantes
e) Porque no hay otras alternativas
f) Por otras razones, ¿cuáles? _____

- 10.-¿Le parece profesional y completa la información del diario que lee?
a)Muy profesional y completa b)Regular c)Poco profesional e incompleta
- 11.- La publicidad en el periódico le parece:
a)Excesiva b)Equilibrada c)Poca
- 12.-Cuándo lee este periódico, ¿encuentra la información de su interés?
a)Siempre b)Regularmente c)Pocas veces
- 13.- Marque el grado de confiabilidad de este periódico:
a)Confiable, veraz y oportuno
b)Semiparcial y regularmente confiable
c)Tendencioso, amarillista, parcial
- 14.- Como lector, ¿alguna vez ha sido consultado para algo en específico?
a)Sí b)NO
- 15.-Como lector, ¿considera que el periódico ha influido en la solución de problemas y necesidades sociales?
a)Sí b)NO
- 16.-En su experiencia como lector, ¿considera que este periódico le da prioridad a:
a) Lo que hace el gobierno b)Sus anunciantes c)Sus lectores
d)El desarrollo del Estado
- 17.-¿Cree usted que haya corrupción en el gremio periodístico moreliano?
a)Sí b)NO

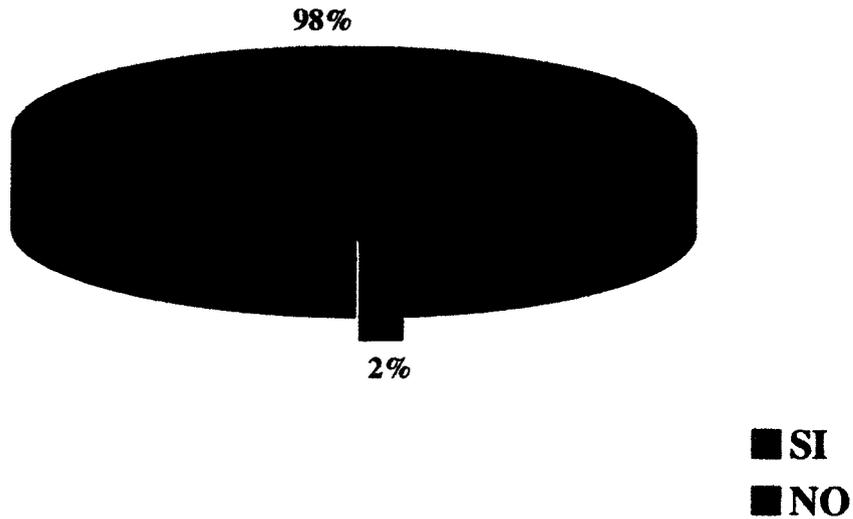
¿Cree usted en la veracidad de todo lo que se difunde?



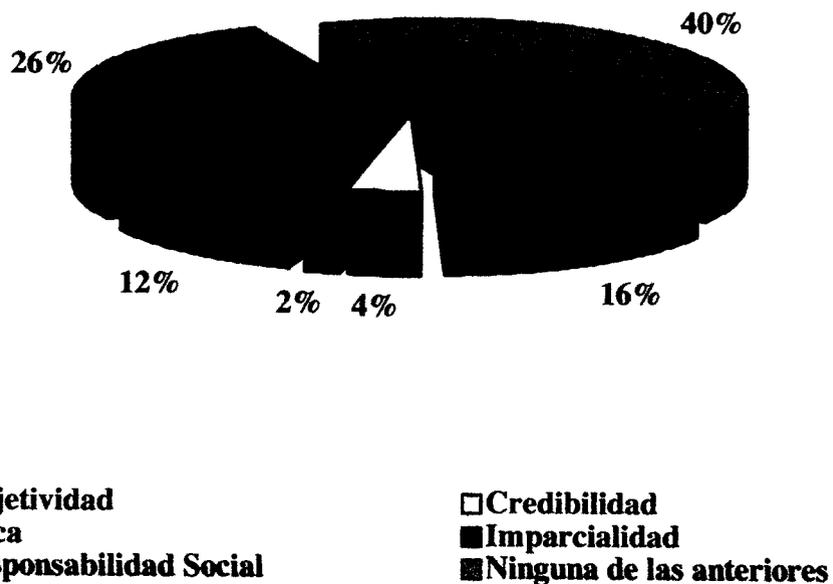
¿Cree que la prensa en Morelia es un “Cuarto Poder”



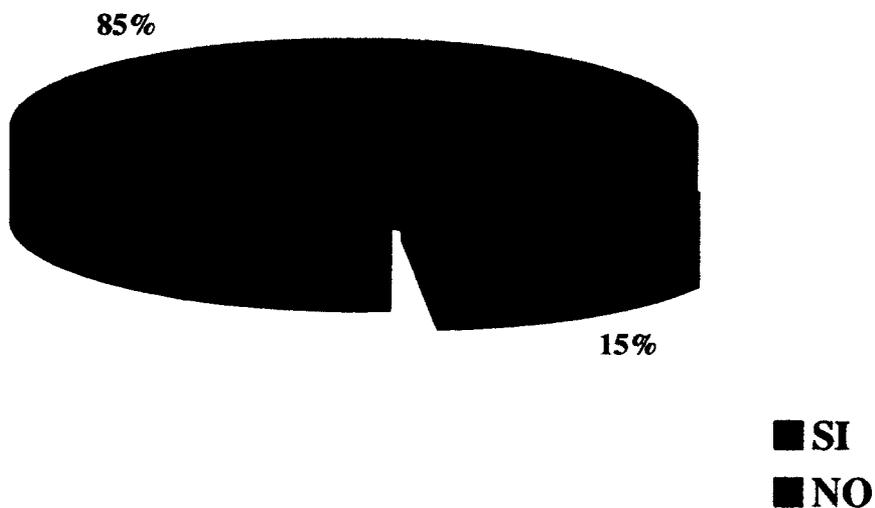
¿Cree usted que haya corrupción en el gremio periodístico moreliano?



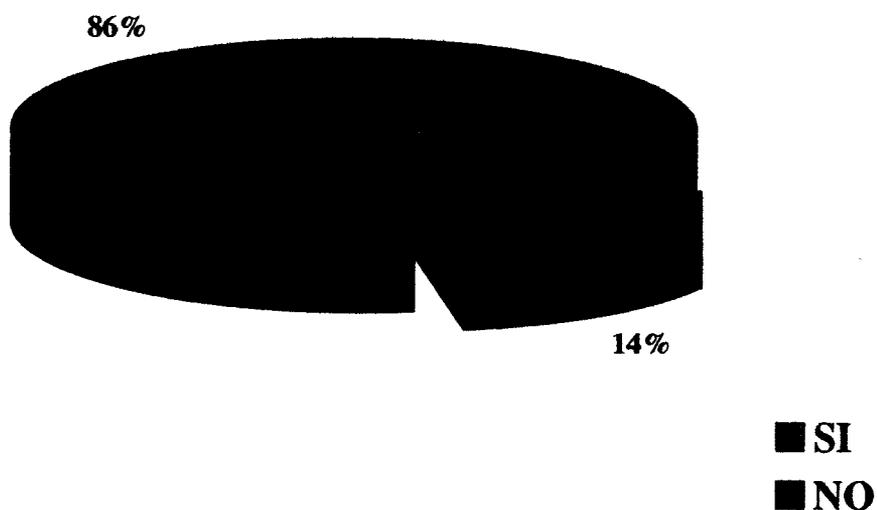
Señale las características que considere usted, posee la prensa moreliana



Como lector, ¿alguna vez ha sido consultado para algo en específico?



Como lector, ¿considera que el periódico ha influido en la solución de problemas y necesidades sociales?



BIBLIOGRAFÍA

- * ALVEAR Acevedo, Carlos, Breve Historia del periodismo, Jus, México, 1982.
- * ALTSCHULL J., Herbert., Agentes de Poder, 1984, [Guadalupe Meza Staines de Gárate], Publigráficos S.A. México, D.F. p.p. 308
- * AMAYA Serrano, M., Sociología General, Ed. Mc. Graw Hill, México, 1988.
- * BOND Fraser, F., Introducción al periodismo, Ed. Limusa, México, D.F. 1987.
- * BRAJNOVIC, Luka, Deontología Periodística, 2ª. Edición, Pamplona, España. Ediciones Universidad de Navarra S.A. p.p. 347.
- * CORNEJO, Martín del Campo, J. Hugo T. La objetividad: un concepto no aplicable al periodismo.
- * DESANTES José María, La información como Derecho, Ed. Nacional, Madrid España, 1974.
- * DORANTES L, Gerardo, et-al, Prensa y Derecho a la información. México, UNAM, 1980.
- * FERGUSON DONALD y Jim Patten. El Periodismo en la actualidad, Edamex, Méx. 1988.
- * FERNANDEZ Claudia, “Una brújula ética para los reporteros mexicanos. Responsabilidades, integridad y conflictos de interés”, en Revista Mexicana de comunicación. p.p 20. México, D.F. 1995.
- * FOLLINET Joseph, La información hoy y el derecho a la información. Ed. Sal Terrae, Santander, España, 1972.
- * GALAZ, Lourdes “Historias de Familia” en La Jornada, 2000, México, D.F. p.p 9.
- * GARCÍA DE ALBA, Juan Manuel, Ética Profesional, Ediciones AMIESIC, Morelia, Mich., 1998, p.p. 270.
- * GOODWIN Eugene, A la búsqueda de una ética en el periodismo. Ed. del Valle de México, México, D.F., 1993.
- * GRANADOS Chapa, Miguel Ángel, Comunicación y Política, Fundación

Manuel Buendía, México, 1995.

- * DE LA MOTA, Ignacio H., Enciclopedia de la Comunicación, México, D.F., Editorial LIMUSA, 1994.
- * GERALD, Edward J., La responsabilidad social de la prensa, Libreros Mexicanos Unidos, México, 1965, p.p. 365.
- * GOMIS Lorenzo, Teoría del Periodismo, Ed. Paidós México, 1991.
- * HERRAN, TERESA y Javier DARTO RESTREPO, Ética para periodistas, Tercer Mundo Editores, Colombia, 1992.
- * KATS, DORIA y COSTA, Diccionario básico de comunicación, Nueva Imagen, México, D.F. 1992.
- * LA VOZ DE MICHOACÁN, Libro Editorial. Personalidad, Estilos y Normas, Morelia, Mich., México, 1999 p.p. 276.

- * LEÑERO Vicente y Carlos MARIN, Manual de Periodismo, Ed. Grijalbo, México, D.F., 1986.
- * MARTÍNEZ, Omar Raúl, “Un acercamiento a la ética y la deontología periodística en México”, en Revista Mexicana de Comunicación, Año trece, México, D.F. Núm. 66, publicación bimestral, pág.28.
- * MARTÍNEZ, Omar Raúl, “Ética y periodística, consideraciones de Javier Darío Restrepo” en Revista Mexicana de Comunicación Año trece, México, D.F. Núm. 67, publicación bimestral, pág. 5.
- * ORTEGA, Gregorio, “Ética en el periodismo” en Uno más Uno, México, D.F. 2000.
- * PEREIRA LIMA, Edvaldo, El periodismo impreso, Ed. Trillas, 1991.
- * PIZARROSO Quintero, Alejandro, Historia de la Prensa. Centro de Estudios Ramón Areces S.A., Madrid, España, 1994.

- * REED Torres Luis y María del Carmen Ruíz Castañeda, Periodismo en México, 500 años de Historia, Edomex, Méx., 1995

- * RODRIGUEZ Castañeda, Rafael, Prensa vendida, los periodistas y los presidentes: 40 años de relaciones. Ed. Grijalbo, México, 1993.

- * SALINAS Rocha, Irma, Ni más ni menos, Editorial Isaro, México, 1981.

- * TOUSSAINT Florence, Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado. La Jornada Ediciones, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM, México, 1995.

- * TREJO Delarbre, Raúl, La prensa marginal, Ed. El Caballito, México, D.F. 1975.

- * VELÁZQUEZ, Luis, “Veinte razones para desconfiar del periodismo mexicano”, en Revista Mexicana de Comunicación”, año doce, México, D.F., núm. 64, publicación bimestral, pág. 34.

- * VELÁZQUEZ, Luis, “100 Puntos para un código de ética periodística”, en Revista Mexicana de Comunicación, año doce, México, D.F., núm 59, publicación bimestral, pag.9.

- * VILLANUEVA, Ernesto, Derecho comparado de la información. México, D.F. 1998.