

CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA ECONÓMICAS, A. C.



LA AUSENCIA DEL RIGOR PERIODÍSTICO EN LA CONSTRUCCIÓN DE  
LA NOTA PRINCIPAL DE SEIS PERIÓDICOS DE LA CUIDAD DE OAXACA

**TESINA**

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRA EN PERIODISMO Y ASUNTOS PÚBLICOS

PRESENTA

OLGA ROSARIO AVENDAÑO

DIRECTORA/OR DE LA TESINA  
MTRA. ANA MARÍA ÁVILA SÁNCHEZ

Y

DR. JOSÉ RAMÓN GIL-GARCÍA

MÉXICO, D.F. MAYO 2013

## **Dedicatoria**

A Libertad y Víctor Jesús, mis hijos, la luz de mis ojos y fortaleza durante todo este proceso de la maestría hasta concluir la tesis.

A Víctor, mi esposo, por todo su apoyo.

A mis padres: María y Abel

A todas y todos mis colegas periodistas que creen en el periodismo profesional

## **Agradecimientos:**

A la Organización Artículo 19 por otorgarme la beca Periodista Ana Politkovskaya para la realización de mis estudios de maestría, al Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), al Banco de Información para la Investigación Aplicada en Ciencias Sociales (BIIACS), en particular la disposición siempre del ingeniero César Gutiérrez Tenorio y al Dr. José Ramón Gil-García, a la Mtra. Ana Ávila por su paciencia y su guía en todo el proceso de investigación.

Agradezco también la disposición siempre de apoyo del Mtro. Ricardo Rapahel tanto en el aula como fuera de ella. Gracias Mtro. Ricardo Raphael, por impulsar este proyecto de profesionalizar a las y los periodistas que tanta falta hace en este país.

Mis especiales agradecimientos al colega Pedro Silva Alanís por su disposición de apoyo.

A todos mis amigos y amigas que me tendieron la mano al emprender este proyecto, Nurit Martínez y Sandra Romandía, así como a mis amigos y amigas de Oaxaca, Sonia Hernández y Lalo García.

## Índice

<b>Introducción .....</b>	<b>Página 4</b>
<b>Marco teórico .....</b>	<b>Página 8</b>
<b>Metodología.....</b>	<b>Página 23</b>
<b>Análisis y resultados</b>	
<b>Cómo se cubre la nota principal de portada.....</b>	<b>Página 36</b>
<b>El manejo de fuentes por periódico .....</b>	<b>Página 42</b>
<b>Muchas voces, poca investigación .....</b>	<b>Página 49</b>
<b>Los temas que dominan las notas principales .....</b>	<b>Página 54</b>
<b>Las fotografías de primera plana .....</b>	<b>Página 60</b>
<b>Códigos de ética para el manejo de información .....</b>	<b>Página 65</b>
<b>Condiciones laborales .....</b>	<b>Página 70</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>Página 72</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>Página 77</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>Página 89</b>

## Introducción

El objetivo principal de esta investigación es conocer la calidad del rigor periodístico en la construcción de las primeras planas y la jerarquización de la información de las notas principales de cada uno de los seis periódicos estudiados que se editan en la ciudad de Oaxaca y que circulan en distintas ciudades del estado.

Otro objetivo es mostrar, de manera cualitativa, los criterios que rigen a periodistas y directivos para que una nota periodística sea considerada como primera o la principal en cada uno de los seis periódicos que se estudiaron.

Se hizo una base de datos que tomó como muestra a seis diarios de los que se editan la ciudad de Oaxaca, los cuales fueron: *adiario*, *Despertar*, *El Imparcial*, *Marca*, *Noticias y Tiempo*. La base de datos se construyó de noviembre de 2011 a febrero de 2012 y se aplicaron 25 diferentes variables para dar respuesta a la principal pregunta de investigación: ¿Existe rigor periodístico para elaborar y seleccionar la nota de la primera principal de los seis periódicos de Oaxaca en estudio?

Hasta el momento no existe un análisis que explique bajo qué criterios se configuraron las notas que se difunden como principales de cada uno de los diarios de la ciudad de Oaxaca. Antes de realizar esta investigación, tenía ciertas hipótesis para inferir que se carece de rigor periodístico.

Sin embargo, se adolece de un mínimo análisis estadístico o cuantitativo que pudiera demostrar o rechazar un señalamiento de esta naturaleza. La base de datos que se construyó para resolver la pregunta de investigación nos prueba que, efectivamente, en las notas principales de los diarios que se estudiaron se carece de una diversidad de voces.

Esta investigación se realizó con la finalidad de contar con un punto de referencia para dar luz en torno a la manera que se ejerce el periodismo en un estado donde la pobreza y los bajos índices de educación, así como la violación de derechos humanos, son una constante y si estos fenómenos se ven reflejados en las notas principales de los diarios de la ciudad de Oaxaca.

Es importante contar con una investigación de esta naturaleza para ofrecerla a las nuevas generaciones de periodistas. En las universidades también es necesario referir un punto de partida para impartir la materia de periodismo, para que se explique por qué debe existir rigor periodístico, el por qué de la ética; por qué el periodismo contribuye a la democracia de una sociedad y en este trabajo se intenta contestar a estas interrogantes.

De igual forma, si algún ciudadano o ciudadana que no tiene nada que ver con el periodismo y llegase a leer este trabajo, podrá contar con elementos para cuestionar la información publicada en los medios y el derecho que los lectores tienen para ser bien informados.

Esta base de datos arrojó como resultado que las y los periodistas que generalmente redactan la nota principal de portada, en la mayoría de las ocasiones sólo cuentan con una sola fuente y ésta es oficial, es decir, las declaraciones obtenidas de funcionarios o funcionarias no son contrastadas con otras fuentes, esto se demuestra con el siguiente dato: De 369 notas estudiadas, 211 fueron hechas con una sola versión.

Lo anterior significa que en un 57% de los casos el reportero o reportera empleó solo una fuente de información para redactar su nota; es decir, en poco menos de dos de cada tres

casos la nota principal o de portada del diario no fue contrastada por el periodista y aún así fue seleccionada por el editor como la información principal.

También se aplicó un cuestionario a periodistas que regularmente aparecen firmando la nota principal de los diarios en estudio y a sus directivos, con el objetivo de comparar los hallazgos obtenidos a través de la base de datos.

Una de las preguntas a los periodistas fue si estos profesionistas devengaban un salario justo en relación al trabajo que desempeñan y la mayoría coincidió en que no; además de señalar que cuentan con más de un empleo para compensar sus reducidos salarios; por ello carecen de tiempo suficiente para llevar a cabo un trabajo de investigación en el que se aplique rigor periodístico.

Mientras que de los dos directivos que accedieron a contestar y las y los reporteras/os coinciden en que las notas deben tener contraste de fuentes, imparcialidad y objetividad. Sin embargo, de la base de datos elaborada se desprende lo contrario.

En 2011, después de 70 años de que el PRI gobernara en el estado, una coalición integrada por diversos partidos opositores al tricolor ganó las elecciones; muchos y muchas periodistas pensábamos que dentro del periodismo también podían venir cambios positivos, tales como la libre competencia y la independencia económica de los medios. Sin embargo, no ocurrió así. Se ejerce el mismo periodismo construido a partir de declaración de fuentes oficiales, de filtraciones, de notas en primera principal que carecen de fuente, lo que fomenta una relación cómoda para los servidores públicos y los periodistas, además de que deja de lado la función clásica del periodista *gatekeeper*.

El periodismo en Oaxaca reproduce versiones oficiales de los acontecimientos, impidiendo la publicación de una pluralidad de discursos que enriquecería la democracia y abonaría a la transparencia. Además de que se mantiene esa cercanía fuente-periodista, sin una sana distancia e independencia que permita ejercer un periodismo que no dependa sólo de las declaraciones o filtraciones de los grupos políticos que detentan el poder o que en su momento lo ejercieron y que ahora intentan recuperar.

En esta parte de la relación fuente-periodista es posible que exista en los diarios códigos de ética. De los seis periódicos estudiados, en cuatro de ellos sus trabajadores aseguraron que cuentan con código de ética, pero ninguno es público y nunca se hace referencia a él en algún momento.

Hace 10 años que ejerzo el periodismo en Oaxaca y veo pocos avances en materia de profesionalización. Mi interés por construir esta base de datos fue para sistematizar y probar la falta de rigor, investigación y, por ende, el descuido de los grandes objetivos que tiene el periodismo como coadyuvante en la consolidación de la democracia, la función de investigación y rigor ético inherente en la profesión.

Es importante analizar los medios, porque son una de las principales herramientas para informar a una sociedad. Los medios son indispensables en la toma de decisiones; en este sentido, el Premio Nobel de Economía, Amartya Sen, ha dicho que la pobreza se puede evitar con una prensa libre.

La existencia y el ejercicio de las libertades y los derechos políticos, incluida la libertad de expresión, hacen más fácil evitar desastres económicos como las hambrunas. En la terrible historia



de las hambrunas, se destaca que no se produjo ninguna hambruna significativa en un país con forma de gobierno democrático y una prensa relativamente libre.<sup>1</sup>

Lo anterior significa que, si existe una prensa que en realidad informe de los verdaderos problemas que atañe a una sociedad, se tendrán más opciones para la toma de decisiones, por ello es importante que desde las salas de redacción se tome conciencia de la importancia de informar y no sólo conformarse con cubrir la conferencia de prensa del o la funcionaria o funcionario.

---

<sup>1</sup> Amartya Sen, Hambre, Prensa y Democracia. Clarín digital, Buenos Aires Argentina, 18 de octubre de 1988

## Marco teórico

Para esta investigación se utilizarán términos como rigor periodístico, fuentes informativas así como otros básicos usados dentro del periodismo, tales como nota o noticia, reportaje, entrevista y editorial. También veremos por qué es saludable contar con un buen periodismo para la democracia de una sociedad.

El término de rigor periodístico consiste en confirmar y contrastar la información que una fuente proporciona a un periodista; el objetivo es que las lectoras y lectores tengan la oportunidad de contar con todas las versiones de una información y se puedan formar una opinión de determinados hechos sociales que ocurren a su alrededor.

El rigor informativo tiene que ver con la *exactitud* de los datos utilizados en el texto y con que estos datos ofrezcan una *visión lo más completa* posible de la realidad.

La precisión de un texto periodístico —exactitud y visión completa de la realidad— está especialmente indicada para el caso de los *relatos* periodísticos. El rigor informativo contempla la atribución de las fuentes, el uso de citas y entrecomillados, la disposición interna del relato, etc. Pero también el texto periodístico llamado *comentario* debe estar realizado bajo la disposición psicológica del rigor intelectual y la precisión en el razonamiento y la argumentación.

En el último extremo, este requisito del rigor informativo está claramente vinculado a las exigencias de honestidad intelectual en el trabajo periodístico. Una honestidad intelectual que tiene una doble dimensión: honestidad intelectual que tiene una doble dimensión: honestidad intelectual en el relato (llamada modernamente *no-intencionalidad*, concepto que viene a sustituir al manoseado e inútil concepto de la objetividad) y honestidad intelectual en el comentario (o *juego limpio* en el acto de escribir artículos de opinión: editoriales, columnas, críticas de acontecimientos culturales, etc).<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Martínez Albertos Luis y Santamaría Suárez Luisa, Manual de Estilo, Instituto de Prensa de la Sociedad Interamericana de Prensa, Inter American Press Books Indianapolis, Indiana USA 1996, Página 112.

El ex director del diario *El Universal*, Jorge Zepeda Patterson, y actual director del portal *Sin embargo*, explica "en la medida en que los medios nos convirtamos en puentes y espacios de los temas que interesan a la gente, es que se tiene salida hacia el futuro".

Dijo que "cuando las cosas le importan a la gente, el rigor se vuelve insustituible. Cuando la gente busca datos sobre qué hacer ante escasez de agua o dónde inscribir a sus hijos, necesita que la información sea rigurosa y que cumpla con todos los protocolos que hacen a un periodismo científico o no".<sup>3</sup>

Una investigación del catedrático Sergio Roses, de la Universidad de Málaga, España, titulado *Credibilidad del periodista: Teorías subjetivas de profesionales españoles*, explica que el rigor periodístico es uno de los elementos principales dentro de todo buen periodismo.

En esta investigación cualitativa, el investigador deja la siguiente respuesta de uno de sus entrevistados como una de las que mejor define al rigor periodístico:

"La credibilidad la relaciono sobre todo con rigor en el trabajo, con honradez en el trabajo. Yo creo que la credibilidad es posible, pero con una honradez personal en el trabajo que haces cada día. Me refiero a hacer las cosas como tú crees que están bien hechas. A ver, yo hablo del periodismo de agencias que es muy poco opinativo por decirlo así. Es un periodismo de noticias, entonces, yo creo si tienes rigor en el trabajo que tú haces todos los días, buscas las fuentes y confirmas las noticias convenientemente... eso da credibilidad a tu trabajo".<sup>4</sup>

Para sustentar lo anterior, este mismo estudio señala que la "Credibilidad del periodista" es, en los datos analizados, un constructo multidimensional cuyas partes o dimensiones son a su vez conceptos

---

<sup>3</sup> <http://www.eluniversal.com.mx/notas/688462.html> página consultada 25 de marzo de 2013

<sup>4</sup> Roses Sergio, *Estudio de la Universidad de Málaga, España*, página 3. Presentado durante la V Bienal Iberoamericana de Comunicación en Chihuahua, Chihuahua (2009).

fundamentados en los datos del estudio. En consecuencia, la credibilidad del periodista está sustentada en la "Veracidad", "Habilidad comunicativa", "Trayectoria" y "Profesionalidad".<sup>5</sup>

El rigor periodístico tiene que ver también con las fuentes periodísticas y diversidad de éstas, es decir, quién está proporcionando la información y el contraste de opiniones respecto de un tema.

La calidad de la noticia depende en gran medida de la habilidad del reportero para conseguir buenas fuentes y extraer información relevante de ellas. Si estas fuentes son personas estaremos hablando de fuentes humanas. La otra opción son fuentes físicas: periódicos o revistas, documentos, archivos, libros o enciclopedias.<sup>6</sup>

El periodista Luis Martínez Albertos y la periodista Luisa Santamaría explican que uno de los problemas más íntimamente vinculado con la cuestión de la honestidad intelectual y la credibilidad del periodista es el uso adecuado que se haga de las fuentes de las noticias en el relato informativo.

El viejo debate —hoy día parcialmente encauzado a vías más profesionales que filosóficas— acerca de la cuestión de la objetividad periodística, es en el fondo una simple cuestión ética en el tratamiento del relato y del comentario periodístico.

El rigor informativo, la credibilidad y la honestidad intelectual del periodista son ya valores estrictamente profesionales inseparablemente unidos al uso adecuado del sistema de fuentes que proporcionan el acceso a los hechos noticiosos.

En este punto hay tres principios fundamentales que todos los periodistas deben estar dispuestos a cumplir en todo momento sin excepción alguna:

- Todo relato informativo debe indicar la fuente o las fuentes de información de donde proceden los datos y los juicios.
- Las fuentes deben ser identificadas con la mayor precisión posible.

---

<sup>5</sup> Ídem

<sup>6</sup> Benavides Ledesma, José Luis y Quintero Herrera Carlos, *Escribir en prensa*, Edit Pearson Prentice Hall, Pág. 83

- Las valoraciones, comentarios y apreciaciones que aparecen dentro de un relato informativo tienen que estar necesariamente referidas a una fuente, exactamente igual que si se tratara de un hecho cuantificable (v.g.: el número de muertos de un accidente, el coste económico de una operación comercial, las cifras de ventas de un libro o un disco, etc).

En el relato informativo –y también en el relato interpretativo—el papel del periodista es el de recoger y transmitir los datos, los testimonios y las opiniones, siempre que estos testimonios y estas opiniones sean tan objetivables como los mismos hechos que se narran; es decir, que puedan identificarse al autor o autores de tales juicios de valor. Al periodista no le corresponde tomar partido en el relato informativo o interpretativo –esta tarea queda reservada para los escritores (editoriales, columnas, críticas, etc.). La mayor parte de las veces el periodista tampoco puede estar seguro de la veracidad total de la noticia que transmite: por estos motivos, el relato periodístico basa su credibilidad en la declaración de la fuente, o atribución de la noticia. De esta forma el periodista, al declarar el origen de los datos y de las opiniones que recoge, queda fuera de las posiciones partidistas y de las posturas enfrentadas de unos contra otros. Actúa imparcialmente, con ánimo no intencional, como un simple canal para la difusión de los hechos y de los juicios que tienen un interés colectivo.<sup>7</sup>

Para estos dos autores, la credibilidad de un periódico y de sus periodistas depende en gran parte de que las noticias declaren de forma clara y explícita cuáles son las fuentes donde se han originado.

Las fuentes pueden clasificarse en dos grandes apartados: *fuentes directas o fuentes indirectas y fuentes identificadas y fuentes no identificadas.*

a) **Fuentes directas** –Son aquéllas a las que el periodista tiene acceso directo y personal. Ejemplos:

La policía ha declarado...

El presidente comunica...

Los testigos señalaron...

---

<sup>7</sup> Martínez Albertos Luis y Santamaría Suárez Luisa, Manual de Estilo, Instituto de Prensa de la Sociedad Interamericana de Prensa, Inter American Press Books Indianapolis, Indiana USA 1996, Página 123

- b) *Fuentes indirectas* – Son aquéllas que llegan a conocimiento del periodista después de que previamente hayan sido utilizadas por otro medio. Es el caso de las referencias a informaciones de otro periódico, emisoras, agencias de noticias, etc. Lógicamente, en estos casos hay que indicar el grado de credibilidad y las vinculaciones políticas o de cualquier otro tipo que pueden darse en la fuente indirecta de la que se sirve el periodista. Si el juicio identificador no puede ser terminante, puede por lo menos sugerirse una pista para entender estas vinculaciones ideológicas, empresariales, económicas, etc.
- c) *Fuentes identificadas* (Information on the record) – Son fuentes identificadas aquéllas que aparecen registradas en el texto de manera que su localización sea fácil para el lector: es decir, con su propio nombre y títulos pertinentes para el acontecimiento de que se trata. Se consiente que una fuente identificada sea no sólo una persona física concreta, sino también una persona colectiva, siempre que este recurso a la organización colectiva responda a una preocupación por simplificar el relato y no a un deseo de proteger la fuente –ya que en este segundo supuesto estaríamos en el caso de las fuentes no identificadas.
- d) *Fuentes no identificadas* (*Information on background e información onff the record*) – Fuentes no identificadas son todas aquéllas que se disimulan u ocultan en el texto periodístico y son aludidas por el periodista mediante una paráfrasis convencional. Como norma general, hay que establecer que las informaciones que provienen de estas fuentes no son atribuibles a personas o instituciones concretas. Tan sólo pueden atribuirse a entidades colectivas prácticamente anónimas a casusa de la deseada ambigüedad de la referencia periodística. En ocasiones, ni siquiera son atribuibles a fuente alguna, sino que son asumidas por el periodista bajo su personal responsabilidad.<sup>8</sup>

Las lectoras y lectores tienen el derecho a saber de dónde viene la información, quién la dice, con la finalidad de establecer su opinión respecto al tema del que se habla. El simple hecho de saber de dónde viene la información a los lectores se les da directrices de los

---

<sup>8</sup> Ídem Página 127

intereses que podrían existir o tener determinado tema que está en discusión en la esfera pública.

En el caso del periodismo escrito, la indicación de la procedencia de la noticia en el cuerpo del relato es una obligación inexcusable. Esta obligación se da con mayor urgencia en el caso de los despachos de agencia, pero vale igualmente para todo relato periodístico. El reportero ha de suministrar al lector los datos básicos que permitan la localización de la noticia de que se trata, tanto en lo que se refiere al lugar donde se han producido los hechos, como al tiempo preciso en que han ocurrido.<sup>9</sup>

Sin embargo, por comodidad muchas veces las y los periodistas publican información de fuentes no identificadas, es decir, filtraciones.

El periodista acaba, por comodidad y seguridad, basando gran parte de su labor en lo que estas fuentes quieran decir. El reportero tiene a menudo que acceder a reportear información sin un interés público relevante, porque así le conviene a la fuente, en espera de futuras filtraciones. Muy frecuentemente, ha de abstenerse también de publicar información sobre temas polémicos ante el riesgo de perjudicar los intereses de un buen informador, enfadarlo y perder sus favores.<sup>10</sup>

Para hacer un periodismo de interés general, que ese es otro de los objetivos del buen periodismo, las y los periodistas, no sólo deben consultar a los funcionarios o funcionarias de la administración pública.

Generalmente los funcionarios políticos son los menos propensos a dar información caliente y, al contrario, ofrecerán la información que convenga a sus intereses.<sup>11</sup>

Si se hace sólo lo anterior, el o la periodista se convierte en voceros o voceras de esa fuente, es decir, siempre darán a conocer lo que esa fuente quiere decir, convirtiendo en noticia los intereses de esa persona, sin pensar en los lectores y lectoras.

---

<sup>9</sup> Ídem Página 134

<sup>10</sup> Benavides Ledesma José Luis y Quintero Herrera Carlos, *Escribir en Prensa*, 2ª Edición, edit. Pearson, Página. 89

<sup>11</sup> Santoro, Daniel, *Técnicas de Investigación – Métodos desarrollados en diarios y revistas de América Latina (2004- Fondo de Cultura Económica. México. Página. 62*

Para hacer periodismo también hay que tomar en cuenta que los diarios deberían tener en sus diversas páginas los diversos géneros que existen, como la nota o noticia, crónica, el reportaje y por cuestiones de análisis, también aquí nos referiremos al editorial.

En el siglo pasado existió un periodista del *New York Sun*, John B. Bogart, quien definía lo noticioso así: “Cuando un perro muerde a un hombre no es noticia, porque esto ocurre muy a menudo. Pero si un hombre muerde a un perro, eso sí es noticia”, es decir, noticia es todo aquello sorprendente, que rompe con lo cotidiano o fuera de lo común.

Se considera noticia la información sobre una ruptura del flujo normal de los eventos, una interrupción de lo esperado.

Noticiosa es toda aquella información que la gente necesita para tomar decisiones acertadas sobre sus vidas.<sup>12</sup>

Mientras que, para el periodista y catedrático de la maestría en periodismo de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) que se realiza en coordinación con el diario *El País* de España y tallerista de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, Miguel Ángel Bastenier, la nota simple o género seco es aquella o aquel donde se narren distintos hechos.

Definiremos como “hechos” cualquier tipo de acontecimientos que pueden verse, escucharse, y tocarse, y, por ello, parcelarse; y trataremos de establecer un modo representativo de los mismos en forma de elementos o unidades narrativas”.<sup>13</sup>

Otros autores explican la existencia de noticias duras y blandas.

Bajo el rubro de información o noticia dura entran las notas sobre hechos que acaban de suceder, tales como discursos, declaraciones, crímenes, reuniones, manifestaciones y gran parte de los sucesos políticos y económicos del día. En ellas se relata qué sucedió y se trata de definir su impacto en los lectores. Estas son la nota con mayor inmediatez y menos interpretación de los hechos.

---

<sup>12</sup> Benavides Ledesma José Luis y Quintero Herrera Carlos, *Escribir en Prensa*, 2ª Edición, edit. Pearson. Página 61.

<sup>13</sup> Bastenier, Miguel Ángel, *El Blanco Móvil*, Edit. Santillana, 2001 Página 18.



Por información o noticias blandas se entienden, en sentido estricto, aquellas que además de informar entretienen al lector, sustituyendo la inmediatez por el contenido humano o la novedad. Historias de éxito o tragedia personal, nuevas modas...<sup>14</sup>

El texto por más pequeño que sea y aunque “sólo” narre hechos, no significa que no debe existir contraste de fuentes.

El hecho de que una información sea minúscula en extensión, no significa que pueda permitirse el lujo de ser parcial; al contrario, ha de ser siempre completa; lo que ha de ocurrir para que una información sea igual de completa tanto si es larga como cortísima, es que, según los casos, varíe la perspectiva y con ello la distancia del que narra la historia con respecto al objeto de la información.<sup>15</sup>

En las páginas de los diarios, además de leer la nota simple, deben existir otros géneros como la crónica.

El género crónica es el mestizaje por naturaleza, la utilización de todos los recursos expresivos del periodista, aunque predomine todavía en su trabajo el acercamiento indirecto a las cosas. Si en el género seco recibimos un material sobre el que no hemos tenido ningún control, que hay que manipular a beneficio de inventario, y estamos haciendo un recorrido de menos a más, de despersonalización máxima, que es lo que tenemos en este género, en la crónica damos un primer paso esencial, aunque todavía no concluyente, hacia la personalización del material informativo.

El periodista se vale de todo lo que existe para construir la crónica porque utiliza para ello los cables, las informaciones de televisión y radio, las ruedas de prensa, los libros que ha leído, el conocimiento que posee de los asuntos, las fuentes a las que puede recurrir. La crónica aspira, sobre todo, a dar cuenta de lo panorámico, de aquella realidad múltiple que se produce en muchos escenarios distintos, alejados entre sí, y fácilmente simultáneos<sup>16</sup>.

---

<sup>14</sup> Benavides Ledesma José Luis y Quintero Herrera Carlos, *Escribir en Prensa*, 2ª Edición, edit. Pearson, Página 73

<sup>15</sup> Bastenier, Miguel Ángel, *El Blanco Móvil*, Edit. Santillana, Página 22.

<sup>16</sup> Ídem. Página 48

Mientras que el reportaje es uno de los géneros más completos y complejos, pues en él hay elementos de la nota simple, crónica y entrevista, a veces hasta editorial.

El reportaje es un género periodístico interpretativo que aborda el por qué y el cómo de un asunto, acontecimiento o fenómeno de interés general con el propósito de situarlo en un contexto simbólico-social amplio, brindándole al lector de un modo instructivo y ameno antecedentes, comparaciones y consecuencias relevantes que lo ayuden a entenderlo.<sup>17</sup>

El reportaje tiene ventajas sobre los demás géneros periodísticos.

- Es la suma de géneros.
- Tiene un interés periodístico atemporal.
- Es interpretativo.
- Requiere de investigación.
- Sitúa los acontecimientos en un contexto simbólico-social más amplio.
- El reportaje es una creación personal de uno o varios reporteros.<sup>18</sup>

Dentro de los géneros periodísticos está también la entrevista.

La entrevista informativa es la que centra toda su atención y remite todo su interés a las declaraciones de determinados personajes públicos, pues son éstas las que aportan el indispensable ítem de actualidad y justifican la oportunidad de su publicación.<sup>19</sup>

Los periódicos también tienen una sección específica para colocar sus editoriales, mismos que dan cuenta de la línea editorial del rotativo.

El editorial no es más que un análisis que va más allá del intento de desvelar por qué pasan las cosas que pasan, para comunicar al lector lo que está bien y lo que está mal, aquello a lo que se opone o apoya la publicación. Eso parece que hace al editorial más compacto, normalmente con menor capacidad de riesgo que el análisis; el editorial tendrá que demostrar capacidades analíticas,

---

<sup>17</sup> Benavides Ledesma José Luis y Quintero Herrera Carlos, *Escribir en Prensa*, 2ª Edición, edit. Pearson, Página 223.

<sup>18</sup> ídem Página 224.

<sup>19</sup> Quesada Montserrat, *La entrevista*, obra Creativa, Mitre Barcelona, Página 11.

información en ocasiones privilegiada, familiaridad con el asunto, todas ellas características indispensables del análisis, pero en último término deberá justificarse por una opinión, sagrada y abstrusa palabra que lo puede todo y a la que se le permite todo. Esa opinión, por otra parte, no emanará de una persona, como en el análisis, sino de un colectivo intelectual que tendrá que expresar un sentimiento más central y con menos aristas que lo que aparezca firmado individualmente. Los editoriales que tratan de un mismo asunto, y, fundamentalmente, cuando éste se prolonga en el tiempo -el aborto, el terrorismo de ETA- deben mantener una coherencia que sostenga la línea del periódico.<sup>20</sup>

Los editoriales explican a los lectores y lectoras el por qué de las cosas que suceden en la sociedad, por lo tanto estos textos ayudan a comprender los diversos hechos sociales que se difunden en las páginas del diario.

El *artículo editorial* –que en algunos países se llama todavía *artículo de fondo*, a causa del lugar que solía ocupar en las antiguas primeras páginas—es la manifestación de la conciencia del periódico acerca de las noticias que publica. Desde hace aproximadamente un siglo, en el periodismo de alto sentido ético se considera que esta toma de posición editorial es una obligación ineludible del periódico, puesto que se reputa como algo inmoral que el periódico se esconda detrás de la aparente neutralidad de las noticias para disimular ante el lector sus propios planteamientos ideológicos.

Así enfocado este género rigurosamente periodístico –el *editorial*--, todos los especialistas de estas cuestiones coinciden en afirmar que el papel señalado al editorialista es el de ayudar a los lectores a entender mejor la realidad: El reportero ayuda a los lectores a *saber*; el editorialista ayuda a *entender*.<sup>21</sup>

Ahora veamos quiénes escriben los editoriales.

---

<sup>20</sup> Bastenier, Miguel Ángel, *El Blanco Móvil*, Edit. Santillana, Página 71.

<sup>21</sup> Martínez Albertos Luis y Santamaría Suárez Luisa, *Manual de Estilo*, Instituto de Prensa de la Sociedad Interamericana de Prensa, Inter American Press Books Indianapolis, Indiana USA 1996, Página 168.

El comentario editorial es siempre una labor enormemente comprometida para el periódico, que sólo puede confiarse a personas perfectamente identificadas con la línea política en la que actúa la dirección del periódico de acuerdo con los propietarios de la empresa. En algunas ocasiones, estos textos que manifiestan la conciencia y son la voz del periódico ante los lectores y todo el cuerpo social, se confían a personas que no son periodistas profesionales adscritos al equipo de redacción, sino simples colaboradores habituales del periódico en quienes la empresa y la dirección del diario confían ideológicamente: es evidente que su garantía doctrinal tiene que estar ya comprobada para los responsables de las páginas editoriales. No obstante, en los periódicos bien organizados y con suficiencia de medios económicos, la labor de escribir editoriales está reservada a un cuadro de periodistas selectos a quienes se encarga esta delicada misión.

En este campo hay una diferencia de hábitos profesionales muy grande entre los periódicos norteamericanos y los europeos. El modelo europeo —propio más bien de los países latinos, pero que también se advierte en países germánicos y escandinavos— es igualmente el más extendido entre los diarios de América Latina. El modelo norteamericano es seguido en Latinoamérica tan sólo en algunos periódicos con una organización fuertemente inspirada en las empresas norteamericanas.<sup>22</sup>

Un texto periodístico es importante que éste esté firmado, ello da mayor credibilidad a lo que se dice, pero también sirve para saber que ese trabajo periodístico ha sido trabajado, reportado e investigado, y no es publicidad de algún personaje, institución u organización que pagó para aparecer en el medio.

La utilización de una línea de firma en la presentación de los relatos periodísticos —o de cualquier otro modo de atribuir la autoría de un texto a una persona determinada— es una práctica que supone beneficios para los lectores, para los periodistas y para los periódicos mismos.

Para los *lectores*: la firma otorga credibilidad a los relatos periodísticos, especialmente en el caso en que el mensaje aparece condicionado por convenciones profesionales —información *on background*,

---

<sup>22</sup> Martínez Albertos Luis y Santamaría Suárez Luisa, Manual de Estilo, Instituto de Prensa de la Sociedad Interamericana de Prensa, Inter American Press Books Indianapolis, Indiana USA 1996, Página 171.

por ejemplo—que impiden la normal atribución de las noticias a sus fuentes, y también en todos los casos de relatos interpretativos.

Para los *periodistas*: mediante la firma, los periodistas van labrando día a día su prestigio profesional ante los lectores, ante la empresa que les contrata, antes las fuentes suministran datos y ante las autoridades públicas y judiciales en posibles situaciones de conflicto procesal.

Para el *periódico*: la firma de los periodistas integrados en una empresa informativa sirve de garantía colectiva respecto al rigor y exactitud en el trabajo informativo de los profesionales; actúa como coartada, o estrategia ritual de defensa institucional, para aquellos casos de conflicto de fuerzas sociales o políticas; finalmente, la firma de los periodistas propicia la variedad creadora en los mensajes periodísticos, tanto desde el punto de vista literario como desde la perspectiva de la originalidad en la busca y planteamiento de contenidos informativos.<sup>23</sup>

Con todos estos elementos desde las redacciones se hará un buen periodismo, mismo que se traduce como rigor periodístico y si éste existe, sin duda se estará contribuyendo a la democracia de una sociedad.

La democracia explica exigencias complejas, que incluye el voto y el respeto hacia los resultados de las elecciones, pero también implica la protección de las libertades, el respeto a los derechos legales y la garantía de la libre expresión y distribución de información y crítica. Incluso las elecciones pueden resultar lesivas si tienen lugar sin que los diferentes contendientes tengan la oportunidad de presentar sus programas, o sin que el electorado goce de la libertad de obtener información y de considerar los puntos de vista de los principales partidos. La democracia es un sistema exigente, no una simple condición mecánica —el gobierno de la mayoría—tomada de forma aislada.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Ídem 187.

<sup>24</sup> Sen Amartya, La Democracia como valor Universal, Discurso pronunciado en el Congreso por la Democracia celebrado en Nueva Delhi (febrero de 1999), Página 19.

Por lo tanto, quienes hacen periodismo deben tener este compromiso para con la sociedad, el de dar a conocer información con miras a que la ciudadanía se entere de manera plural de lo que sucede en su entorno.

Se puede decir que la democracia enriquece la vida de los ciudadanos de tres formas diferentes. Primero, la libertad política se inscribe dentro de la libertad humana en general, y el ejercicio de los derechos civiles y políticos es una parte crucial de la vida de los individuos en tanto seres sociales. Segundo, la democracia posee importante *valor instrumental* en el reforzamiento de la respuesta obtenida por el pueblo cuando expresa y sostiene sus demandas de atención política incluidas las demandas económicas. Tercero –y este es un punto que exige una mayor profundización–, la práctica de la democracia ofrece a los ciudadanos la oportunidad de aprender unos de otros y ayuda a la sociedad a formar sus valores y prioridades. Hasta la idea de lo “necesario”, aun la comprensión de las “necesidades económicas”, requiere el debate público y el intercambio de información, opiniones y análisis.<sup>25</sup>

Con este análisis acerca de la democracia, es importante que tanto periodistas como dueños de medios se hagan la pregunta: qué tanto están aportando a la democracia de la sociedad, una sociedad a la que ellas y ellos también pertenecen.

---

<sup>25</sup> Sen Amartya, La Democracia como valor Universal, Discurso pronunciado en el Congreso por la Democracia celebrado en Nueva Delhi (febrero de 1999), Página 20.

## Metodología

El objetivo general de este estudio es demostrar qué tanta pluralidad de fuentes existe para seleccionar la nota principal de los seis diarios analizados de entre los que se editan en la ciudad de Oaxaca, éstos son: adiario, Despertar, El Imparcial, Marca, Noticias y Tiempo.

La pregunta de investigación es: ¿Existe rigor periodístico en la construcción de la nota principal de los seis periódicos que se analizan para este estudio?

Este análisis permite lo siguiente:

- 1) Con la base de datos construida en Excel fue posible cuantificar las fuentes prioritarias de cada diario.
- 2) Se analiza aquellos temas que se les da mayor relevancia en la nota principal.
- 3) La base de datos también permite inferir qué diario emplea más el discurso de los políticos en su nota principal.
- 4) Por las categorías que se aplicaron, también permite deducir si los diarios analizados usan boletines como nota principal.

El propósito de lo anterior es poner a la luz quiénes o cuáles son las fuentes mayormente consultadas y concluir si existe una pluralidad en el manejo de las mismas en los asuntos del interés público.

Ni en el estado de Oaxaca ni en sus regiones existe algún estudio al respecto, por ello es importante realizar un análisis sobre el tema, porque en esa medida también sabremos qué tipo de información se proporciona a los ciudadanos y ciudadanas de esa entidad.

“Hay quien dice incluso que, a diferencia del pasado, en donde era necesario conocer primero el sistema político de una sociedad como vía para establecer los rasgos (autoritarios o democráticos) de su sistema de comunicación, hoy en día es preciso partir del conocimiento del sistema de los medios de comunicación de una sociedad, si se quieren conocer los rasgos determinantes de su sistema político; esto es, si ese sistema político se puede considerar democrático o autoritario, pluralista o excluyente”.<sup>26</sup>

Con la elaboración de la base de datos seleccionados de los seis diarios y los resultados que ésta arrojó se estará abonando al conocimiento del estado que guarda la democracia en Oaxaca en aquella entidad del sur del país, porque donde hay pluralidad en la información, también hay pluralidad de las ideas, lo que contribuye a la democracia de una sociedad.

A mayor profesionalismo de los medios de comunicación, y para nuestro caso de estudio de los periódicos, se abona a la transparencia y a la rendición de cuentas, elementos fundamentales para la democracia.

“El conocimiento del sistema de medios de un país puede ser, en la actualidad, el hilo conductor para establecer la verdadera naturaleza de su Estado, de su sistema de partidos políticos y del patrón de sus relaciones entre los intereses de sus estructuras económicas y políticas, así como el desarrollo de su sociedad civil”.<sup>27</sup>

A través de la base de datos que se construyó, se logra conocer qué tanta participación en las declaraciones tienen los servidores que integran la administración pública de Oaxaca, la sociedad civil y la ciudadanía en general en la conformación de la nota principal de los seis periódicos.

---

<sup>26</sup> Carreño Carlón, José, Los Medios de Comunicación, *La evolución del papel de los medios: del liberalismo democrático a la sociedad mediática global*. Pág 9. Edit. Nostra Ediciones.

<sup>27</sup> Ídem



## **La construcción de la base de datos**

Para este estudio se construyó una base de datos, misma que considera 25 categorías, las cuales permiten realizar un análisis exhaustivo sobre los personajes y las instituciones que son tomadas en cuenta con mayor frecuencia para la nota principal en los diarios editados en la ciudad de Oaxaca.

Entre las categorías se encuentran: Número de fuente, temas de gobierno y no gobierno, nombre del o la periodista que firma la nota, tipo de fuente que se consulta para la construcción de la nota, clasificación de fuente, jerarquización de fuente, obtención de la información, pie de foto y nombre del fotógrafo, entre otros.

Se analizaron 369 notas periodísticas que aparecen en la nota principal durante el periodo de noviembre de 2011 a febrero de 2012. Se habla exclusivamente de notas, porque en la nota principal no aparecen otros géneros periodísticos como reportaje de investigación, crónica o entrevista.

Para realizar el contraste de fuentes, se aplicó un cuestionario vía correo electrónico a los y las periodistas que firman con mayor frecuencia la nota principal, así como a los directivos y directiva de los medios analizados.

En el caso de las y los periodistas, se tomaron los nombres de quienes, en la base de datos, aparecen en el acumulado con 10 veces o más como redactores de la nota principal y se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas, entre ellas ¿Qué debe contener una nota firmada por tí para que sea considerada en la portada del diario?, ¿Tu diario cuenta con un código de ética, qué punto de éste consideras el más importante?, ¿Cuándo consigues una filtración, qué haces con ella?.

El cuestionario aplicado a los directivos de los periódicos contiene 10 preguntas, entre ellas ¿Qué criterios toma en cuenta para que una nota sea seleccionada como la nota principal?, ¿Qué fuentes son las que considera como prioritarias para cubrir?, ¿De manera ideal, cuántas fuentes debería referir una nota? ¿Cuándo es válido usar un boletín de prensa como nota principal?

De las reporteras y reporteros que más aparecen firmando la nota principal del diario, sólo del periódico *adiario* no se obtuvo respuesta alguna de ellas o ellos. Mientras que de los directivos, sólo contestó el cuestionario la directora de *adiario*, Nadia Sanabia y el director del Noticias, Ismael Sanmartín.

Las respuestas de estos cuestionarios, tanto de los directivos como de los reporteros y reporteras nos permiten integrarlas en la parte del análisis referida a cómo van seleccionando sus noticias los editores de los diarios. Respeto a esta función selectiva, José Carreño Carlón la define en el apartado Los Medios, la construcción de realidades y los valores noticiosos como:

El poder de decidir qué hechos, datos o ángulos de la realidad van a ser convertidos en noticias, el cual es ejercido a través de la función selectiva que realizan los medios (*gate-keeping*) en un proceso de toma de decisiones que involucra a toda la estructura informativa, desde los reporteros hasta los altos cargos de dirección en las empresas informativas.<sup>28</sup>

En esta construcción de realidades, también es importante hablar de la función de contextualización (*framing*).

---

<sup>28</sup> Carreño Carlón, José, Los Medios de Comunicación, *La evolución del papel de los medios: del liberalismo democrático a la sociedad mediática global*. Pág. 23

“El poder que tienen los medios de enmarcar (framing) esos datos con otros elementos de información e interpretación, ejercido a través de la función de otorgar contexto a los datos que se ha decidido convertir en noticia”.<sup>29</sup>

En todo trabajo periodístico es importante el contexto de la información que se presenta, pues sin éste difícilmente los lectores y lectoras comprenderán de qué se le está hablando, sin embargo, al realizar la base de datos se encontró que las notas principales carecen de contexto de la información.

Otro elemento importante en el manejo de la información es la función de la jerarquización (priming).

“Y el poder que tienen los medios de priorizar jerárquicamente la información, que se ejerce a través de la acción de anteponer y anticipar (priming) aquellos datos en los que se ha decidido concentrar la atención del público, en el entendido de que mientras más atención otorgan los medios a un asunto, mayor será la importancia que atribuyan a ese asunto los consumidores de dichos medios”.<sup>30</sup>

Aquí nos detendremos un poco más porque, justamente, como los medios en estudio, responden a ciertos grupos políticos y económicos del estado, los mensajes que emiten en sus primeras planas son precisamente para reforzar los discursos de estos grupos, lejos están de informar sobre los sucesos en esa entidad; por ello, rara vez en la nota principal los lectores y lectoras podrán leer los graves problemas que existen en el ámbito local, tales como pobreza, violación a derechos humanos, contrariedades ambientales, etcétera.

Finalmente, los medios en Oaxaca funcionan como correo, a través de éstos, los grupos de poder locales se envían sus mensajes políticos o económicos y, cuando se leen los

---

<sup>29</sup> Ídem

<sup>30</sup> Ídem

periódicos, parece que en aquella entidad están ausentes los problemas como los ya mencionados.

Son los dueños de los medios quienes definen la agenda pública (agenda setting), “a través del poder que tienen para concentrar la atención del público en una serie definida y limitada de temas, dejando otro de lado”<sup>31</sup> y yo agregaría, otros completamente invisibles.

“En primer nivel, el establecimiento de la agenda se queda en la delimitación de los temas: *el qué*. Mientras tanto, en un segundo nivel, los medios tienden a definir también *el cómo*: el modo o la manera, la jerarquía y el contexto en el que los temas se presentan para ser incorporados a la conversación y la deliberación del público”.<sup>32</sup>

### **Variables que contiene la base de datos**

**Nombre del periódico:** Es el nombre de cada uno de los diarios analizados.

**Fecha:** La fecha de edición de cada uno de los diarios analizados.

**Cabeza de la nota:** Es el titular de la nota principal de cada uno de los diarios.

**Nombre firma1:** Si la nota está firmada por una o un periodista.

**Nombre firma2:** Si la nota está firmada por dos periodistas.

**Nombre firma3:** Si la nota está firmada por tres periodistas.

**Nombre firma4:** Si la nota está firmada por cuatro periodistas.

**Nombre firma5:** Si la nota está firmada por cinco periodistas.

---

<sup>31</sup> Ídem

<sup>32</sup> Ídem

**Sexo:** Permite saber cuántas mujeres y cuántos hombres periodistas firman las notas principales durante el periodo de estudio.

**Boletín:** Si lo publicado en la nota principal corresponde a la información de un boletín, esto es la versión oficial de alguna institución y no es ético dentro del buen periodismo que éste se encuentre en la nota principal de un diario, debido a que es la versión de una sola institución u organización.

**Sí está firmada y No está firmada:** Esto es para saber si la nota periodística que es la principal está firmada o no, de no estarlo, podría ser un boletín o una filtración, en este caso muchas veces los directivos del periódico prefieren poner staff o de la redacción, porque en algunos casos emiten información no verificada y esto lo hacen para afectar a ciertas personalidades, obedeciendo así a sus intereses políticos o económicos. La filtración “la definimos como la información que la fuente da al periodista para su publicación, con la condición de que no se cite a la persona que la proporcionó”.<sup>33</sup>

**Número de Fuentes Usadas.** Tiene como finalidad saber cuántas fuentes se están usando para la nota principal, dado que ésta es la más importante y destacada de una publicación diaria. Un buen periodismo sugiere que se usen más de dos fuentes a lo que se le llama el contraste de fuentes y no hacer uso del reporterismo unifuentes. Además de usar el contexto, no como fuente, sino para que la lectoría comprenda de qué se le está hablando.

“La calidad de la noticia depende en gran medida de la habilidad del reportero para conseguir buenas fuentes y extraer información relevante de ellas”.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Benavides Ledesma, José Luis y Quintero Herrera Carlos, Escribir en prensa, Edit Pearson Prentice Hall, Pág. 92

<sup>34</sup> Ídem Pág. 83.

**Tipo de fuentes:** Tiene el objetivo de demostrar quienes son las fuentes usadas para la nota principal de los 6 periódicos analizados. Esta categoría ayudará a saber si los verdaderos problemas sociales de Oaxaca están en la agenda de los periódicos analizados y si cuenta con la mayor diversidad de voces.

Un periódico es un servicio, en primer lugar, y un negocio, después. Debe ser un buen negocio para que sea un buen servicio. Y es un servicio social, ante todo. Su naturaleza primordial es la promoción, estímulo y apoyo para el desarrollo de la sociedad; por eso los temas más importantes para un periódico son los que tienen que ver con el desarrollo de la sociedad; por eso cuando habla de economía, de política, de cultura, de religión o de deportes, es porque se trata de actividades relacionadas con el bien de toda la sociedad. Si el tema de la noticia promueve o no las ventas del periódico, es un asunto secundario que no tiene por qué decidir su inclusión en la agenda.<sup>35</sup>

**Jerarquización de las fuentes:** Tiene como objetivo saber a qué fuente le dan prioridad, es decir, si primero aparece la voz del gobierno, eso significa que el diario pudiera ser oficialista, nos da un parámetro para definir su línea editorial; por ejemplo si a una nota de 10 párrafos, primero se le da voz al gobernador en 7 párrafos y 3 al final a los inconformes por X o Z situación, eso nos dice que ese periódico tiene como objetivo resaltar la figura del gobernador o de alguna figura del Estado, según sea el caso y explica qué importancia tiene la sociedad en ese medio.

**Voces no oficiales:** Es saber qué tanta prioridad se le da a las voces que no corresponden al Estado o a la Administración Pública.

---

<sup>35</sup> Consultorio Ético de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano [http://www.fnpi.org/consultorio-etico/consultorio/?tx\\_wcediscussion\[single\]=3691](http://www.fnpi.org/consultorio-etico/consultorio/?tx_wcediscussion[single]=3691). Página consultada el 15/09/2012

**Temas de gobierno, temas no de gobierno:** Tiene como finalidad saber qué tema está posicionado en la nota principal de cada uno de los periódicos analizados. De las notas analizadas, la mayoría obedece a temas de gobierno.

**Cómo se obtuvo la información:** Para conocer si un medio tiene o no una agenda propia o está al servicio de determinado poder, es importante saber cómo el periodista obtiene la información que publica y puede ser por:

- a) **Conferencia de prensa** Es aquella reunión informativa a la que convoca a representantes de medios de comunicación determinada institución para dar a conocer su postura sobre algún tema en particular.
- b) **Chacaleo**, entrevista conjunta al final de determinada actividad pública para hablar del tema del momento.
- c) **Entrevista**, cuando solicita vía telefónica una entrevista con determinado personaje y por lo general es en exclusiva.
- d) **Sesión de pleno**, cuando él o la periodista obtiene la información en una sesión del pleno legislativo o municipal.
- e) **Boletín** es aquel que emite alguna institución dando a conocer sólo su versión sobre alguna actividad o algún mensaje de su interés.
- f) **Discurso**, cuando la nota publicada sale de un discurso ya sea de algún funcionario o manifestante.
- g) **Documento** cuando la nota que se publica sale de algún documento político, social o académico.
- h) **Filtración** es información que determinado personaje ofrece al periodista y que le benefician al publicarse, pero que pide no dar su nombre.

**Nota editorializada:** Es el texto donde él o la periodista sólo opina de determinado tema sin tener fuentes.

**Diversidad de tema:** Esta categoría nos ayuda a saber si el periódico publica más notas de funcionarios públicos que de las necesidades de la sociedad de la ciudad de Oaxaca.

**Pie de foto:** Es para saber cómo describen la foto, ayudará a saber la línea editorial del medio.

**Nombre del fotógrafo:** Si la foto tiene o no crédito, en caso de no tenerlo es un indicativo de que la fotografía es publicidad y por lo tanto no se atiende al tema ético; en las notas y fotografías que se publican como principales de los diarios no debe haber publicidad, porque entonces a los lectores y lectoras se le está dando una mercancía, más no información que finalmente éste último es el objetivo de un medio.

A las y los periodistas se les aplicó un cuestionario vía correo electrónico, así como a los directivos de los periódicos con el objetivo de contrastar los resultados obtenidos durante el tiempo de estudio de los diarios. Este cuestionario tuvo como finalidad saber qué consideran importante los periodistas y directivos para que una nota esté publicada como la principal de su diario.

A continuación se presentan los cuestionarios en mención.

### **Cuestionario aplicado a los y las periodistas**

- 1.- ¿Qué debe tener una nota tuya para que se vaya a portada?
- 2.- ¿Qué consideras importante conseguir para que tú nota sea la principal?



- 3.- Tu diario tiene un código de ética, qué punto consideras el más importante.
- 4.- Si tu diario no tiene código de ética consideras importante que debe existir, si o no y ¿por qué?
- 5.- ¿Cuándo consigues una filtración qué haces con ella?
- 6.- ¿Cuántas notas se te exigen al día?
- 7.- ¿Cómo afianzas una relación con una fuente?
- 8.- Si tu fuente te invita a comer, ¿aceptas?, si tu fuente te pasa una filtración ¿le crees?
- 9.- Si tu fuente tiene un problema personal, ¿la ayudas?, ¿te preocupa?
- 10.- Si tu editor te da un documento que es una filtración y te dice qué hagas una nota con eso, ¿qué haces?
- 11.- ¿Confías en tu editor?, ¿confías en el dueño de tu medio?
- 12.- ¿Crees que tu periódico tiene una relación sana con el gobierno?
- 13.- ¿Cuánto crees que depende el periódico de la publicidad de gobierno?
- 14.- ¿Tienes el salario que mereces?
- 15.- ¿Cuántas horas al día trabajas?

## **Cuestionario para los directivos**

1.-¿Qué criterios toma en cuenta para que una nota sea la principal?

2.- ¿Qué fuentes son las que considera son prioridad cubrir?

3.-De las siguientes opciones explique del 1 al 6 a qué fuentes considera usted que su diario le da prioridad para estar en la nota principal? Y ¿por qué?

1.- Funcionarios del Estado:

2.- Iglesia:

3.- Academia:

4.- Sociedad Civil:

5.- Sindicatos:

6.- Personas de a pie:

5.- Idealmente, cuántas fuentes debería tener una nota.

7.-¿Cuándo es válido usar un boletín como nota principal?

7.- ¿Cuándo es válido usar una sola declaración como nota principal?

8.-¿Con qué frecuencia se usa la inserción pagada como nota y no se le avisa a los lectores?

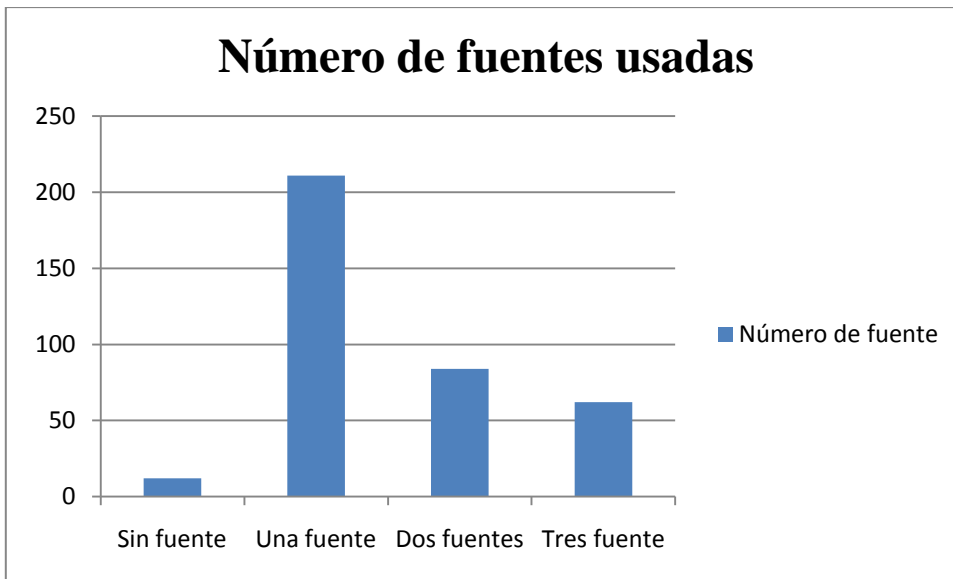
9.- Su diario cuenta con un código de ética, en caso de que su respuesta sea sí, por qué no aparece en su página o hace referencia a éste en el diario. En caso de contar con él, me puede proporcionar una copia, si su respuesta es negativa explique por qué.

10.-De qué manera su diario abona a la transparencia, ¿los empleados conocen quiénes son los socios accionarios del diario?, ¿los empleados reciben el estatus financiero del periódico para conocer de dónde viene la publicidad?

## Análisis y resultados

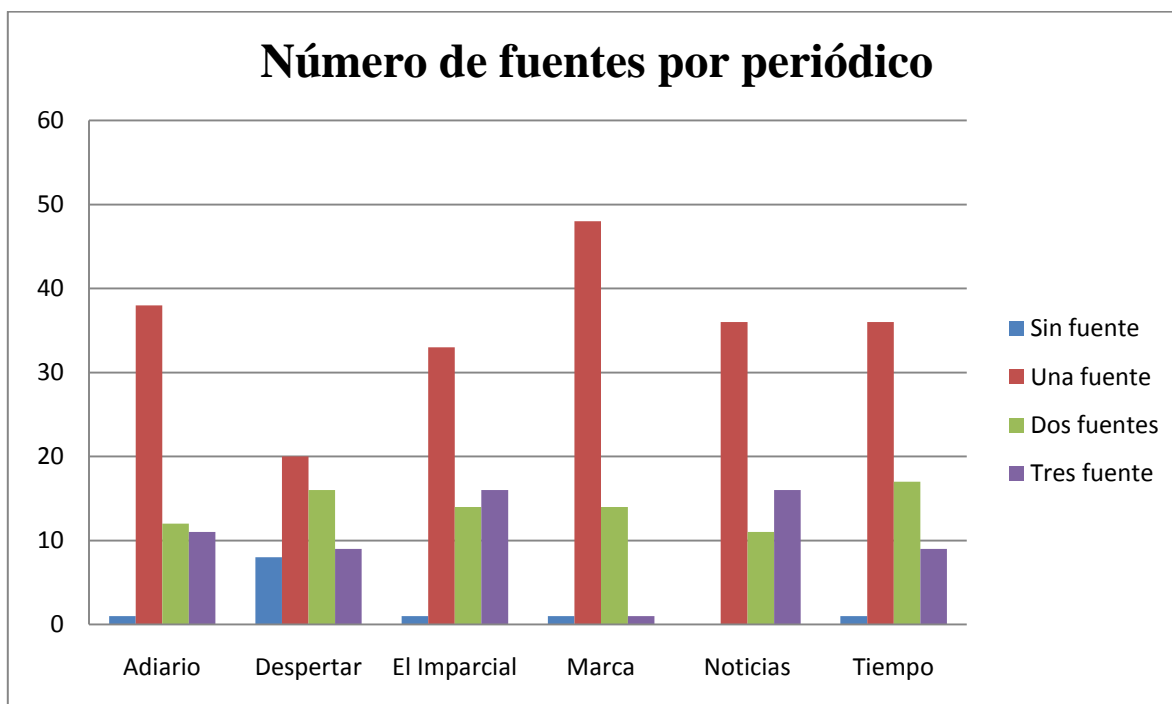
### Cómo se cubre la nota de portada de los diarios que se editan en Oaxaca

En el presente análisis se estudiaron 369 notas de seis diarios editados en la ciudad de Oaxaca, cuyo período comprende de noviembre de 2011 a febrero de 2012; del total, en 211 casos, el 57%, los periodistas consultaron sólo una fuente; en 148 (el 40%) hay más de una fuente. De esas 148 notas en 84, (el 22%, poco más de 1 de cada 5) hay dos fuentes y en 64 textos periodísticos (el 17% del total considerado, uno de cada seis) se cuenta con tres fuentes de información, mientras que en 12 (una de cada 7 o el 3.2% del total de notas) se carece de fuente identificada. Los diarios estudiados son adiario, Despertar, El Imparcial, Marca, Noticias y Tiempo.



Al observar la gráfica anterior es escaso el rigor periodístico, porque si bien no todas las notas pueden ser contrastadas, por diversos motivos, uno de ellos porque la declaración o el hecho así lo ameritan, esto no debería suceder de manera cotidiana como se muestra en la gráfica, donde prevalece una sola fuente. La falta de rigor periodístico también se ejemplifica en que se publican notas sin fuente. Si bien la nota puede ser producto de una filtración, es necesario aclarar a los lectores que se trata de un documento que llegó a la redacción, además de que dicha información debe ser sometida al rigor del proceso investigativo, además de ser contrastada con otras fuentes para verificar la veracidad.

Ahora veamos el comportamiento de cada diario en el manejo de número de fuentes:



Hay que señalar que aún con la existencia de las redes sociales y los medios digitales, el papel de los periodistas es fundamental en el momento de reportear y aplicar técnicas de investigación y comprobación de la información. Una de las reglas del ejercicio profesional

del periodismo es que haya un contraste de fuentes, de tal manera que existan diversas posiciones respecto de un tema, con la finalidad de que los lectores y las lectoras conozcan todas las versiones de los actores involucrados en un asunto.

- El periodista es rara vez testigo presencial del hecho que debe reportar. Todo lo que no vio u oyó y que necesita para que su nota resulte completa tendrá que obtenerlo de diversas fuentes. Esto es verdad hasta para los sucesos que parecen más simples de reportar.<sup>36</sup>

El rigor informativo, la credibilidad y la honestidad intelectual del periodista son ya valores estrictamente profesionales inseparablemente unidos al uso adecuado del sistema de fuentes que proporcionan el acceso a los hechos noticiosos.

En este punto hay tres principios fundamentales que todos los periodistas deben estar dispuestos a cumplir en todo momento sin excepción alguna:

- Todo relato informativo debe indicar la fuente o las fuentes de información de donde proceden los datos y los juicios.
- Las fuentes deben ser identificadas con la mayor precisión posible.
- Las valoraciones, comentarios y apreciaciones que aparecen dentro de un relato informativo tienen que estar necesariamente referidas a una fuente, exactamente igual que si se tratara de un hecho cuantificable (v.g.: el número de muertos de un accidente, el coste económico de una operación comercial, las cifras de ventas de un libro o un disco, etc).

En el relato informativo –y también en el relato interpretativo—el papel del periodista es el de recoger y transmitir los datos, los testimonios y las opiniones, siempre que estos testimonios y estas opiniones sean tan objetivables como los mismos hechos que se narran; es decir, que puedan identificarse al autor o autores de tales juicios de valor. Al periodista no le corresponde tomar partido en el relato informativo o interpretativo –esta tarea queda reservada para los escritores (editoriales, columnas, críticas, etc.). La mayor parte de las veces el periodista tampoco puede estar seguro de la

---

<sup>36</sup> Benavides Ledesma José Luis y Quintero Herrera Carlos, *Escribir en Prensa*, 2ª Edición, edit. Pearson, pág. 83

veracidad total de la noticia que transmite: por estos motivos, el relato periodístico basa su credibilidad en la declaración de la fuente, o atribución de la noticia.

De esta forma el periodista, al declarar el origen de los datos y de las opiniones que recoge, queda fuera de las posiciones partidistas y de las posturas enfrentadas de unos contra otros. Actúa imparcialmente, con ánimo no intencional, como un simple canal para la difusión de los hechos y de los juicios que tienen un interés colectivo.<sup>37</sup>

El tener el mayor número de fuentes posibles permite conocer los diversos puntos de vista de los actores involucrados en un evento noticioso, sirve para corroborar los hechos y balancear la información.

Aspirar a dar la mayor y mejor información posible a la sociedad, siempre actuando con honradez y siguiendo las reglas del *fair play* (juego limpio) con el objeto de ampliar la información.<sup>38</sup>

El contraste de fuentes forma parte del rigor periodístico, pues da cuenta de la imparcialidad y la capacidad de investigación a la hora de reportear, menciona la periodista Alma Delia Fuentes, editora adjunta de CNNMéxico.com.

Agrega “Cada información debe estar confirmada, tener una fuente confiable identificada u oficial en su caso, y ser contrastada cuando se aluda a un tercero. Ejemplo: Fulano acusa a mengano. Hay que pedir opinión al involucrado”.

Para la periodista colombiana Ginna Morelo, presidenta del consejo de redacción en Colombia y promotora del periodismo de investigación, ganadora del premio periodismo “Simón Bolívar”, considera que hay varias clases de fuentes, y entre ellas, la oficial, “la que

---

<sup>37</sup> Martínez Albertos Luis y Santamaría Suárez Luisa, Manual de Estilo, Instituto de Prensa de la Sociedad Interamericana de Prensa, Inter American Press Books Indianapolis, Indiana USA 1996, Página 123

<sup>38</sup> Bastenier, Miguel Ángel, El Blanco Móvil, Edit. Santillana, 2001 Pág.15

responde por los Estados, los gobiernos y tiene a su haber el control para que el aparato ‘democracia’, funcione”, aunque también dice que ésta “no lo debe ser todo”.

Efectivamente las fuentes oficiales no lo deben ser todo, porque si aparecen de manera predominante como única fuente de la nota principal de los periódicos, éstos solo darán una sola versión de los hechos, lo que provoca que se invisibilicen problemas sociales estructurales de un estado, que se visibilice solamente la agenda oficial y, por lo tanto, que se legitime una sola voz a la hora de narrar los eventos noticiosos.

Las fuentes oficiales deben cubrirse, pero los resultados arrojados en esta base datos demuestran que en el estado de Oaxaca básicamente lo oficial es lo que se cubre, por lo tanto es lo único que se considera noticioso. Los y las periodistas que no cuestionan la agenda del gobierno ni investigan las declaraciones, simplemente las transcriben sin mayor contraste, pareciera que una declaración oficial es la verdad absoluta y sobre todo cuando un personaje político alude a otro, difícilmente recurren a la persona mencionada.

En un cuestionario aplicado a las y los periodistas, cuyo nombre se repiten como quienes redactaron en más de 10 ocasiones la nota principal de los diarios investigados, coinciden en que para aparecer en la nota principal la información debe ser relevante, “objetiva” e imparcial.

Aunque desde hace muchos años el término de objetividad ha quedado agotado, pues el periodismo de hoy reconoce que no hay una verdad objetiva, los periodistas de Oaxaca aluden a la “objetividad” como un elemento para ocupar la primera plana, lo cual resulta curioso pues por lo general –como se podrá ver en la base de datos— las notas en su mayoría cuentan solo con una fuente. De 369 notas estudiadas, en 211 casos tienen su

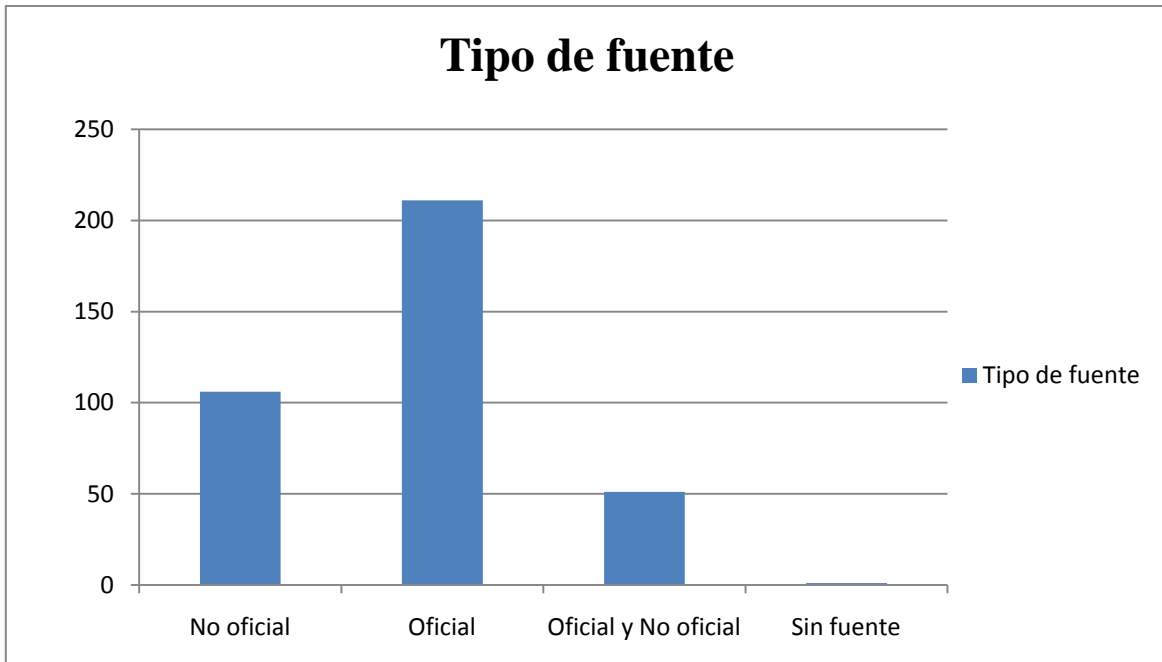


origen en una sola fuente, es decir, en más de la mitad de las notas publicadas, el 57% hay una sola fuente y eso no se traduce en objetividad o imparcialidad.

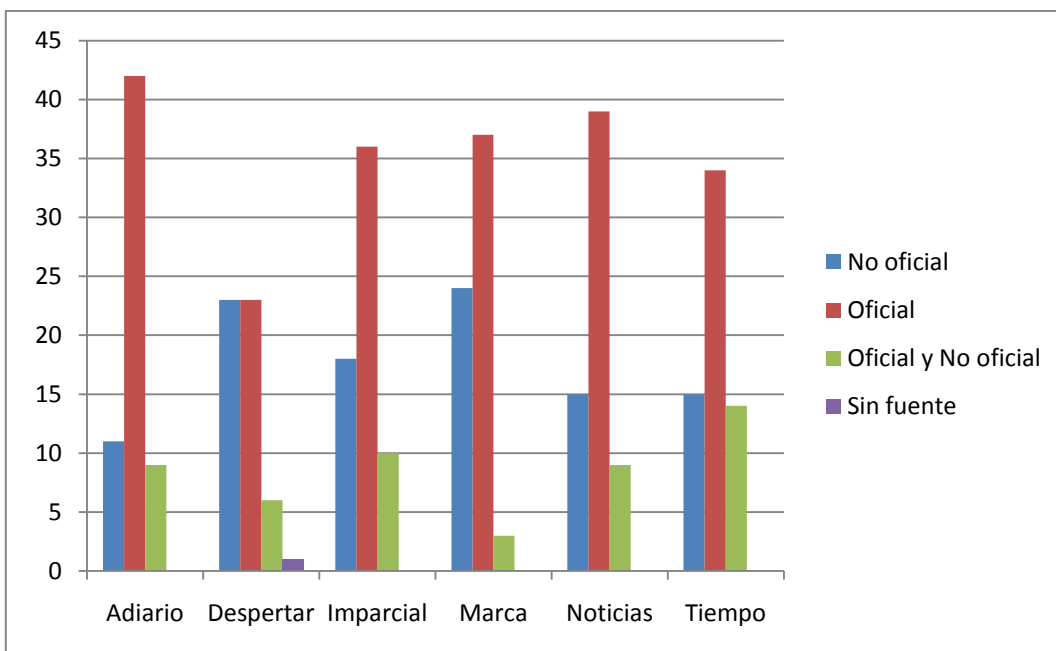
Sólo dos periodistas proporcionaron respuestas distintas en el cuestionario, Ismael García, del diario Noticias dijo que para que su información sea seleccionada para la portada su nota debe “ser de interés general, reportada y/o investigada; de preferencia, propia, no basada en una conferencia de prensa u otra actividad pública”.

Mientras que Misael Sánchez, del periódico Tiempo, dijo “generalmente que sea un tema revelador. Nuevo. Atraer al lector. Una nota que venda periódicos y que sea de interés para la sociedad. Sobre todo que sea algo exclusivo”.

En la gráfica siguiente se observa que prevalece la fuente oficial en todas las notas recabadas. Aquí se analiza de manera general el comportamiento de los diarios, respecto de las fuentes que usan para construir la nota de primera plana.



### El manejo de fuentes por periódico



Como se observa en las gráficas el tipo de fuente que prevalece es la oficial. En este sentido, el periodista Miguel Ángel Bastenier, en su libro *Cómo se escribe un periódico*, entrevistó al periodista René Delgado, ex director del periódico Reforma, quien afirma respecto de las fuentes oficiales:

Durante los años 70 de mandato del PRI: No había más fuente que la oficial, más verdad que la oficial. Monopolizada la política, concentrada y homogeneizada la información en una fuente, controlada la actividad económica en el sector público, el periodismo no podía tener un sello distinto a esa *declaracionitis*, oficialismo y superpolitización [...]. Su interlocución la fincaban con el poder, no con la sociedad. Su información servía al intercambio de mensajes cifrados entre la élite y el poder. Sin ciudadanos de cuerpo entero, ni sociedad articulada, ni actores de peso no oficiales, los medios no eran medios eran parte de un sistema político.<sup>39</sup>

Este periodista habla de los años setenta, pero a más de 30 años de distancia, la situación sigue igual. Es decir, (en Oaxaca) no hay fuente más importante que la oficial, la base de datos así lo demuestra, la mayor parte de las notas se redactan con declaraciones de funcionarias y funcionarios, así como con los discursos que éstos emiten en los actos públicos. A pesar de que en 2011 por primera vez hubo un cambio de partidos en el poder en Oaxaca, lo que dio paso a un verdadero ejercicio democrático en la transición de poderes, las relaciones entre los periodistas y sus fuentes, por lo general hombres poderosos de la administración pública, aún son de la misma forma como lo describe Delgado en el párrafo anterior. No hay una sana distancia ni una democratización de los procesos de construcción de las noticias.

El periodista acaba, por comodidad y seguridad, basando gran parte de su labor en lo que estas fuentes quieren decir. El reportero tiene a menudo que acceder a reportear información sin un interés

---

<sup>39</sup> Bastenier Miguel Ángel, *Cómo se escribe un periódico, El chip colonia y los diarios en América Latina* Edit. Fondo de Cultura Económica y la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, pág. 271

público relevante, porque así le conviene a la fuente, en espera de futuras filtraciones. Muy frecuentemente, ha de abstenerse también de publicar información sobre temas polémicos ante el riesgo de perjudicar los intereses de un buen informador, enfadarlo y perder sus favores.<sup>40</sup>

Si los y las periodistas siguen en esta comodidad por no cuestionar, por no alejarse de sus fuentes para no sentirse comprometidos, difícilmente se podrá hacer un buen periodismo que abone a la democracia.

La democracia explica exigencias complejas, que incluye el voto y el respeto hacia los resultados de las elecciones, pero también implica la protección de las libertades, el respeto a los derechos legales y la garantía de la libre expresión y distribución de información y crítica. Incluso las elecciones pueden resultar lesivas si tienen lugar sin que los diferentes contendientes tengan la oportunidad de presentar sus programas, o sin que el electorado goce de la libertad de obtener información y de considerar los puntos de vista de los principales partidos. La democracia es un sistema exigente, no una simple condición mecánica —el gobierno de la mayoría— tomada de forma aislada.<sup>41</sup>

Los textos analizados, tampoco muestran contexto de los hechos y, periodísticamente, éste es importante para la comprensión del tema que se esté publicando.

En cuanto a las fuentes no oficiales, éstas aparecen en 106 notas periodísticas, apenas representan el 28%, menos de un tercio del total.

Se trata de sindicatos, organizaciones de la sociedad civil (desde cámaras de comercio de la iniciativa privada hasta de derechos humanos), protestas en las calles por diversos conflictos sociales, pero que por la fuerza de sus actos o discursos logran llegar a la primera plana. Pasados los eventos nuevamente se invisibilizan.

---

<sup>40</sup> Benavides Ledesma José Luis y Quintero Herrera Carlos, *Escribir en Prensa*, 2ª Edición, edit. Pearson, Pág. 89

<sup>41</sup> Sen Amartya, *La Democracia como valor Universal, Discurso pronunciado en el Congreso por la Democracia celebrado en Nueva Delhi* (febrero de 1999), Página 19.

Los diarios donde se encuentran esas 106 portadas que contienen fuentes no oficiales, en orden de mayor a menor, son los siguientes: Marca con 24 primeras planas (22.6%); Despertar con 23 (el 21.6%); Imparcial con 18 (con 16.9%); Noticias y Tiempo con 15 (que representan el 14.1% cada uno) y adiario con 11, (10.3% del total).

En la gráfica también se observa que el diario Marca es el que usa más fuentes no oficiales, después Despertar, éste último muestra una paridad entre fuentes oficiales y no oficiales.

De los diarios analizados, Marca es el que menos publicidad oficial muestra en sus páginas y Despertar ya circulaba, pero no figuraba en un reporte oficial donde se detalla la publicidad oficial otorgada a cada uno de los medios oaxaqueños, al menos en el reporte de febrero de 2012, esto puede sugerir que tenga más libertad para manejar otro tipo de fuentes y no precisamente la oficial.

En el reporte que da a conocer el gobierno del estado a través del Instituto Estatal de Acceso a la Información Pública del Estado de Oaxaca (SIEAIP), se menciona que Marca recibió un millón 507 mil 600 pesos durante el periodo del primero de diciembre de 2010 a primero de diciembre de 2011. Es decir, *en lapso del estudio*, a menor publicidad oficial, más variedad de fuentes.

En el documento se menciona que al periódico adiario *Pasión por informar*, se le pagó dos millones 823 mil 764.19 pesos; *Tiempo de Oaxaca* seis millones 837 mil 146.79 pesos; El *Imparcial El mejor diario de Oaxaca* ocho millones 836 mil 409 mil pesos y *Noticias Voz e Imagen de Oaxaca* 10 millones 74 mil 148 pesos 27 centavos.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Solicitud de información al gobierno del Estado a través del Instituto Estatal de Acceso a la Información Pública del Estado de Oaxaca (SIEAIP)

Hasta fechas muy recientes, la intrincada red de subsidios estatales a la prensa mexicana escrita incluían: publicidad estatal (principalmente noticias disfrazadas de anuncios), subsidio a los costos del papel, pagos a directores, editores y reporteros, préstamos de la banca de desarrollo y exenciones de impuestos.

La publicidad estatal fue durante el siglo XX la esencia de las finanzas del periodismo mexicano y probó ser un mecanismo muy efectivo de control político (Benavides, 1997). Sin duda, la publicidad estatal fue el motivo principal por el que los periódicos mexicanos no se preocupaban por incrementar su circulación: *eran periódicos sin lectores*.<sup>43</sup>

En este sentido, tanto el directivo de Noticias, como periodistas que contestaron el cuestionario, señalaron que sus periódicos no dependen de la publicidad gubernamental, algunos mencionan que del total de publicidad que entra a sus medios, el 50 por ciento proviene del gobierno.

Ismael Sanmartín, Director del rotativo Noticias, mencionó que los ingresos del periódico que dirige, “del 8 al 10 por ciento proviene de la publicidad oficial gubernamental, reportada puntualmente a Hacienda. El resto, por fortuna, proviene de nuestra publicidad general. De ahí el éxito el periódico. Tenemos vigente que para tener la lengua larga, hay que tener la cola corta y un buen billete en el bolsillo”.

Mientras que Oscar Rodríguez, reportero de Marca, menciona que antes (en referencia a administraciones pasadas que eran encabezadas por el PRI) “dependía mucho de la publicidad oficial, hoy (con la alternancia en el poder) busca su independencia”.

Alondra Olivera del mismo diario Marca, considera que su medio depende en un 50 por ciento de publicidad gubernamental.

---

<sup>43</sup> Benavides Ledesma José Luis y Quintero Herrera Carlos, *Escribir en Prensa*, 2ª Edición, edit. Pearson, Pág. 21

En tanto que Misael Sánchez, del tabloide Tiempo, dice que la publicidad que tiene el medio donde labora “un 30 por ciento es del gobierno. El mejor convenio en cuanto a ingresos es con autoridades; sin embargo, los contratos con la iniciativa privada son más”.

Por su parte, el periodista Ismael García contestó, “en nuestro periódico, Noticias, Voz e Imagen de Oaxaca, hasta donde sé, ha podido sobrevivir sin la publicidad gubernamental, que en la mayoría de los casos o de los medios es el ingreso más importante”.

Mientras que Carlos Hernández de El Imparcial dijo que “no al 100 por ciento, pero sí representa un importante ingreso”.

Otra persona que se desempeña como periodista de El Imparcial y que solicitó omitir su nombre, respondió que considera que del total de la publicidad que entra al periódico, 50 por ciento proviene del gobierno estatal.

Mientras que Águeda Robles, reportera de Despertar, mencionó que ese diario “no tiene fuertes convenios con la administración”. Es posible que este diario carezca de publicidad oficial por ser un periódico identificado con el ex gobernador Ulises Ruíz Ortiz, quien antecedió al actual gobernador Gabino Cué Monteagudo.

Al momento de realizar el estudio, Despertar es uno de los periódicos más jóvenes que se edita en la ciudad de Oaxaca, se fundó en diciembre del 2008. De acuerdo a información *off the record*, es un medio cuyo socio mayoritario es el ex gobernador Ulises Ruiz Ortiz, no lo ha dicho abiertamente, pero en una reunión privada lo confiaron a los colaboradores más cercanos.

En los últimos meses de 2011 empezó a aparecer Juan Carlos Salinas Gutiérrez, en el directorio de rotativo como presidente del Consejo de Administración; el personaje es sobrino de Lourdes Salinas, esposa del ex gobernador Ulises Ruiz Ortiz. El 29 de diciembre de 2011 apareció públicamente Salinas Gutiérrez dando un mensaje a los trabajadores y trabajadoras.<sup>44</sup> Además es con Salinas Gutiérrez con quienes mantienen diálogo un grupo de trabajadores despedidos en el año 2012.

Ex colaboradores de este diario, confirmaron que, anterior a la llegada de Salinas Gutiérrez, quien dictaba la línea editorial de periódico editado en tamaño tabloide era el actual director nacional de Liconsa, Héctor Pablo Ramírez Puga Leyva y ex diputado federal del PRI, también cercano al ex gobernador Ulises Ruíz.

La familia de Ramírez Puga es propietaria de un periódico desde hace más 20 años, *El Extra de Oaxaca* y en una serie de auditorías que realizó el gobierno de Cué Monteagudo revelan que en el 2008, cuando Héctor Pablo era coordinador de Comunicación Social del gobierno de Ruiz Ortiz, a Ramírez Puga se le autorizó un incremento presupuestal de 471%, para medios, aun cuando no presentó ninguna justificación ante el Congreso local, de acuerdo a un reportaje de la revista *Proceso* publicado el 13 de diciembre de 2012.

Ese año, la asignación autorizada para el área que él coordinaba fue de 57 millones 303 mil 886 pesos. Con las ampliaciones, la suma se elevó a 327 millones 168 mil 461 pesos. Los contratos firmados con cuatro empresas, una de ellas el periódico de su familia, *El Extra de Oaxaca*, fueron por 58 millones 901 mil 129 pesos, lo que superó el presupuesto inicial autorizado para Comunicación Social.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Periódico Despertar, Jueves 29 de diciembre de 2011, Pág. 04

<sup>45</sup> Revista proceso, [www.proceso.com.mx/?p=327763](http://www.proceso.com.mx/?p=327763), consultada el 13 de enero de 2013.



## Muchas voces oficiales, poca investigación

El hecho de que los periódicos proporcionen cobertura sólo a las voces oficiales y, a su vez, eludan investigar los dichos de éstas voces, redundante en que serán los funcionarios y funcionarias de los gobiernos quienes continúen marcando la agenda respecto de los diversos problemas que existen en Oaxaca. Seguirán siendo estas voces las que determinen qué temas se cubren y a cuáles se les dedica más o menos espacio en los diarios. El discurso de la autoridad se convierte hegemónico y único.

Los y las periodistas que no cuentan o impulsan una agenda propia pierden independencia y fomentan la permanencia en el discurso público de los temas que el gobierno estatal quiere posicionar y, por supuesto, desde el ángulo en el que quiere enmarcar la discusión.

Se está acabando, al menos en el mundo desarrollado, la vigencia de los diarios que son muy parecidos a su colega y competidor, porque lo que se busca son periódicos diferentes entre sí. Diferentes no sólo por su inclinación política o porque tengan un cuerpo distinto de colaboradores (escritores de periódicos), sino que hacen falta periódicos con personalidad e información distintivas, que llamo “propias”; muchos de los temas que tratan los diarios de la localidad o del país seguirán siendo coincidentes, pero el tratamiento, no sólo el estilo, la luz que la información arroje sobre ellos ha de ser muy diferente para que esos diarios tengan sentido. En el trabajo periodístico, agenda propia y proactividad son una misma cosa, aunque de ninguna manera se esté diciendo que basta con eso para salvarse de la quema; es lo mínimo que hay que hacer para no suicidarse.<sup>46</sup>

Hay portadas que se construyen a raíz de la conferencia de prensa, del *chacaleo*<sup>47</sup> y de la filtración, aunque en la mayoría de los diarios analizados, sus portadas principales son de información que proviene de la entrevista, pero no hacen referencia si ésta fue colectiva,

---

<sup>46</sup> Bastenier Miguel Ángel, *Cómo se escribe un periódico*, *El chip colonia y los diarios en América Latina* Edit. Fondo de Cultura Económica y la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, Pág. 137

<sup>47</sup> Chacaleo es un término que se maneja dentro del periodismo y hace referencia a aquellas entrevistas informales que se hacen para abordar temas coyunturales, generalmente se hacen a funcionarios y funcionarias al término de alguna actividad pública.

telefónica o exclusiva; aunque, por lo que se pudo analizar, fue información que emitieron los funcionarios luego de actos públicos.

Muchas de esas entrevistas también fueron para denostar a grupos políticos contrarios a los dueños de los diarios o también para enaltecer a políticos amigos de los propietarios de los rotativo, lo mismo que para publicidad, como sucede con frecuencia con los periódicos adiarario, Tiempo y Despertar, en menor medida El Imparcial.

Por ejemplo, en el tabloide Tiempo algunas de sus portadas se construyen con filtraciones o entrevistas que denuncian a funcionarios de la administración del ex gobernador Ulises Ruiz Ortiz o de la actual encabezada por Gabino Cué, lo cual no estaría mal puesto que uno de los objetivos del periodismo es la denuncia, sin embargo, el contraste de fuentes es importante, en los casos que aquí se mencionan los y las periodistas difícilmente acuden para obtener la versión del aludido o aludida, esto se califica como antiético, porque hay que tomar en cuenta que en un buen periodismo se deben obtener todas las versiones, para que los lectores formen su propia opinión, además de que *la otra persona* tiene el derecho de defenderse de las acusaciones que se le imputan.

Otro ejemplo, en el diario Tiempo, edición del día 27 de enero de 2011, publica en su portada la siguiente cabeza: *Se agudiza en Oaxaca ineficiencia e impunidad*, el periodista que firma la nota sólo entrevista a los presidentes de la Barra Nacional de Abogados y de la Barra de Oaxaca de Abogados, quienes denuncian que no hay avances en la investigación de una serie de asesinatos registrados durante los primeros meses del actual gobierno y del sexenio pasado.

El periodista construye su nota con las declaraciones de los titulares de estas dos barras de abogados y con lista de todos los asesinatos registrados durante el sexenio pasado, pero jamás se busca la versión del procurador para conocer, por ejemplo, qué avance tienen las investigaciones, sin duda, es un tema de interés ciudadano, pero no hay mayor investigación, al leer la nota, se infiere que el medio y los reporteros sólo buscan difundir que hay ineficiencia en el actual gobierno, quizá así lo sea, pero dos declaraciones no pueden confirmar un hecho u afirmación, la nota se construyó solo con dichos, sin incluir, por ejemplo, datos duros, información oficial o estadísticas sobre seguridad.

El periodista pudo acudir también al Instituto de Transparencia para saber en qué fase están las investigaciones de cada uno de los asesinatos enlistados y, al saber esto, entonces se puede asignar el calificativo de ineficiencia e impunidad, y quizá no sólo en este sexenio, sino en el anterior. Es probable que tanto el procurador como el Instituto de Transparencia le nieguen la información, pero ese es un elemento que contribuye al rigor periodístico y en la nota se puede mencionar que se acudió a tal institución o que se solicitaron los datos al funcionario, pero que se recibió una negativa, así los lectores y lectoras cuentan con más elementos de análisis.

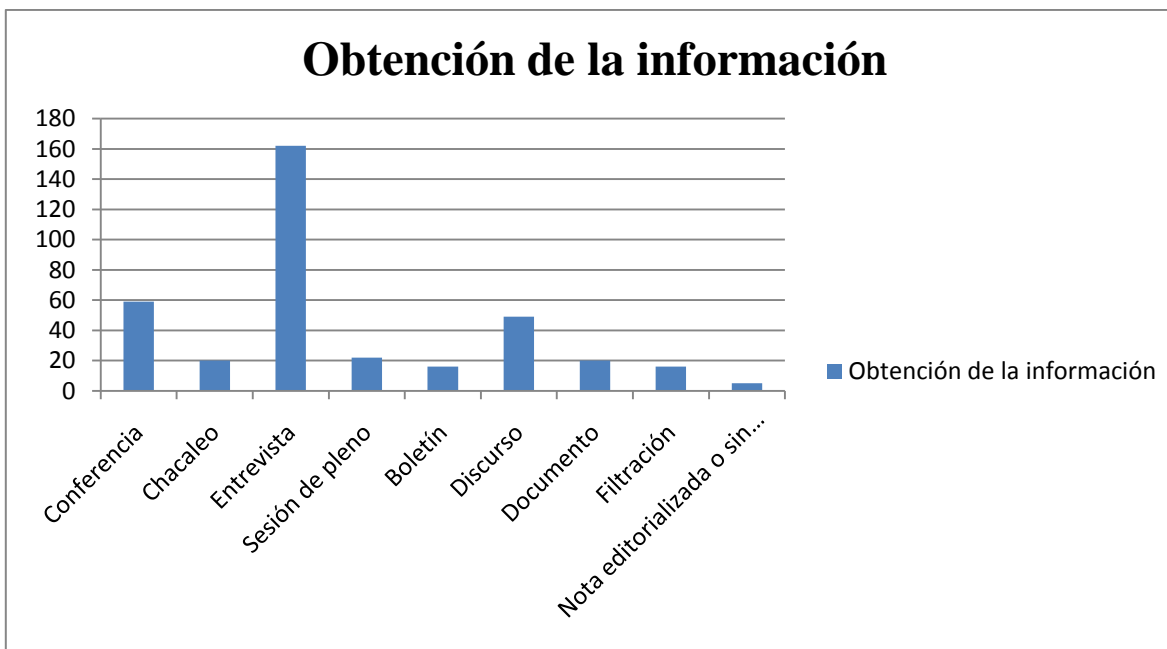
Algo similar sucede con el diario *Despertar*, una portada del primero de diciembre de 2011 en su nota principal es encabezada: *Desilusión ciudadana por gobierno ineficaz*, con esta nota intentan hacer un balance del primer año de gobierno de Gabino Cué, pero con declaraciones de dirigentes obtenidas con base en entrevistas, siempre críticos a los gobiernos, pero no hay, por ejemplo un estudio, cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) que sustente, por ejemplo, lo que se señala en el texto periodístico en torno a que la economía se ha estancado.

Mientras que en la foto de la portada del 13 de diciembre de 2011 de ese mismo diario, hay un pie que describe la imagen: *Los diputados del PRI, Javier Villacaña Jiménez y Max Vargas, encabezados por su coordinador legislativo, Francisco Javier García, se reunieron ayer con comerciantes afectados por los disturbios que se registraron en el 2006, quienes se comprometieron a convocar a una reunión con la bancada priista, para promover un punto de acuerdo y crear un fideicomiso en apoyo de los afectados.*

Cuando se habla del Partido Revolucionario Institucional (PRI) la mayoría de las notas son en este sentido, destacando lo bien que trabajan sus funcionarios, senadores o diputados. Despertar, como ya se comentó, es un diario cuyo socio mayoritario es el ex gobernador de Oaxaca, Ulises Ruiz Ortiz.

Mientras que el diario también hace uso de la entrevista para definir o determinar portadas, pero para promover, por ejemplo, a candidatos, como sucedió en su edición del 23 de enero de 2012 con la cabeza: *Unido el PAN es invencible, dice García Henestroza*, quien en ese momento era candidato a una diputación local. En la nota *describe* el trabajo que realizaría en caso de llegar a ser legislador local.

La mayoría de las notas informativas (162 notas) se obtuvieron a través de entrevistas, pero en las condiciones mencionadas. En segundo lugar está la conferencia de prensa, con 59 portadas; en tanto que 47 se desprendieron de discursos de funcionarios o líderes sociales; 22 de sesiones del pleno del congreso estatal y del ayuntamiento de la ciudad de Oaxaca; 20 de *chacaleos* y documentos; 16 de boletines y filtraciones, mientras que en cinco no está especificado el origen.

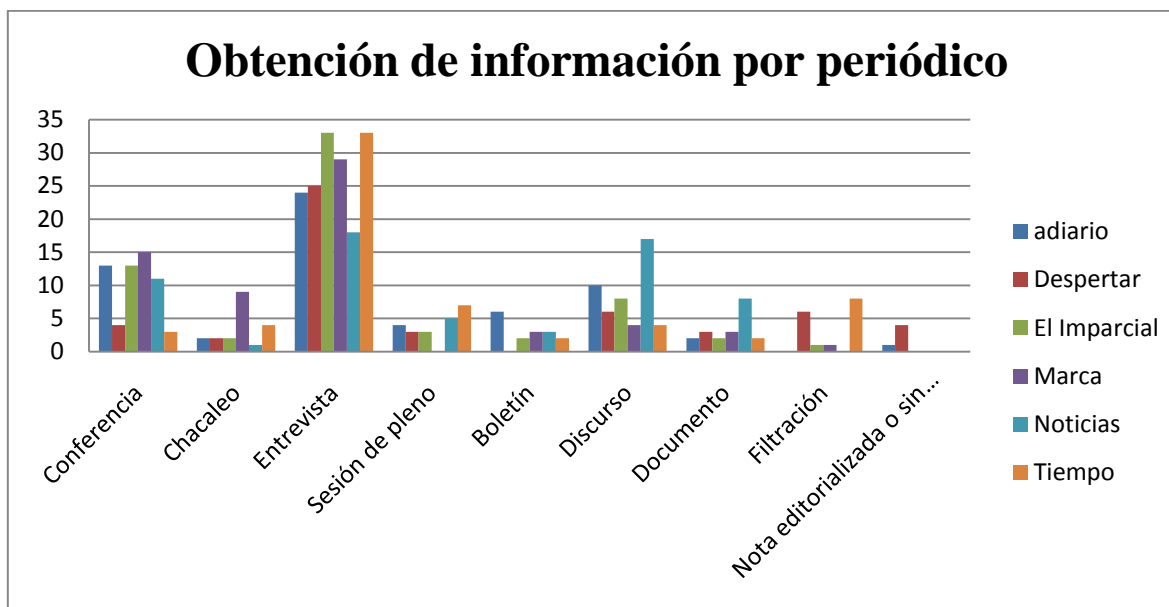


Los diarios con mayor número de portadas con información de entrevistas son Tiempo e Imparcial con 33 primeras planas; posteriormente Marca con 29; Despertar con 25, adiario con 24 y Noticias con 18. En el análisis de las noticias estudiadas se encontró que la mayoría de las entrevistas se hicieron en el lugar de algún acto oficial o acontecimiento, son entrevistas no concertadas ni planeadas con anterioridad, es decir, el *chacaleo*.

Después de la entrevista, el origen de las noticias principales varía, por ejemplo Marca tiene 15 portadas que salieron de conferencias de prensa, El Imparcial 13 notas principales también de conferencias; mientras que Noticias tiene 17 que fueron resultado de diversos discursos de políticos y 11 de conferencias. El periódico Noticias es el que más usa el discurso de los actos oficiales para sus primeras planas.

El periódico adiario construyó 13 notas principales que se desprenden de conferencia de prensa y 10 de discursos de políticos o líderes sindicales en diversos actos públicos. Las demás portadas se redactaron con información obtenida por medio de *chacaleo*, sesión de

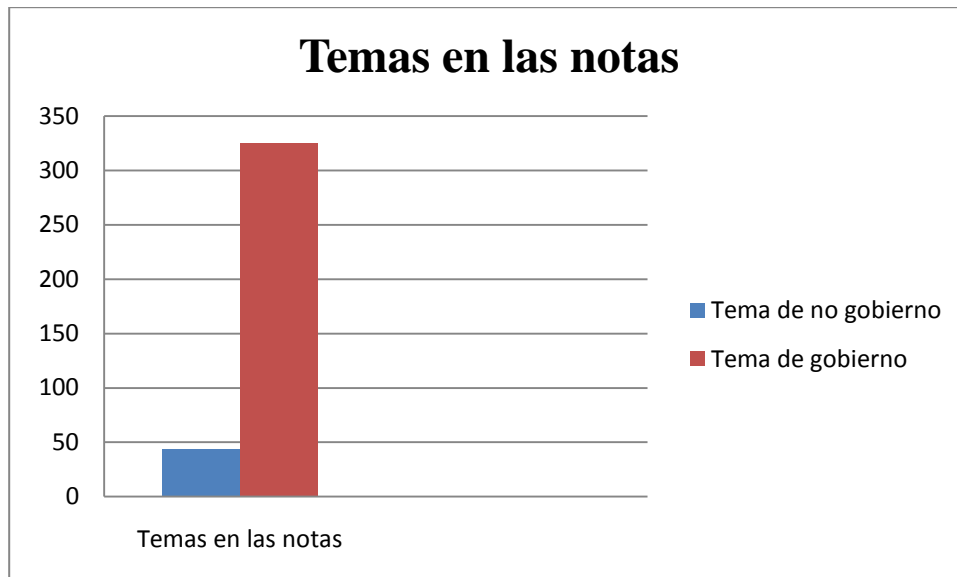
pleno, boletines de dependencias públicas, pero es un número menor a 10, por ello no figura al momento del conteo.



Los periódicos Tiempo y Despertar son los diarios que más notas construyen a partir de la filtración para determinar sus noticias de primera plana. La mayoría de ellas, sin firmar.

En este tema de la filtración, los periodistas que contestaron el cuestionario coinciden en señalar que si llegaran a usar la información, la verificarían. También afirmaron que cuando sus editores les piden que redacten una nota de una filtración aceptan realizarla, pero no la firman o colocan el crédito se publica “de la redacción”.

## Los temas que dominan las principales notas de los diarios



La variable temas de gobierno abarca declaraciones de funcionarios de gobierno y los temas de no gobierno se refieren a expresiones y manifestaciones, bloqueos carreteros o de derechos humanos que logran acceder a la nota principal. Sin embargo, las declaraciones, discursos o actos de los servidores públicos siguen siendo noticia, lo que convierte a esas fuentes en las que monopolizan la información.

Las fuentes del gobierno producen todos los días información, en su mayoría declaraciones, y al reproducirlas de manera constante y permanente dan origen a un fenómeno ampliamente criticado denominado ‘periodismo de declaracionitis’ que es cuestionado por profesionales de periodismo en el mundo como Daniel Santoro y Gustavo Gorriti, premio Vida y Obra de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI).

No solo los ministros o las máximas autoridades de ese ámbito constituyen fuentes a consultar. A veces el portero de un ministerio puede confirmar datos clave, como la presencia de una persona en el lugar en un momento oportuno. También debemos saber cómo circula la información en el

organismo, más allá de los cargos formales: el viceministro es teóricamente un funcionario poderoso, pero acaso por cuestiones políticas el ministro no le confíe la información caliente.<sup>48</sup>

Santoro en este mismo sentido agrega que no precisamente las fuentes oficiales lo son todo.

Generalmente los funcionarios políticos son los menos propensos a dar información caliente y, al contrario, ofrecerán la información que convenga a sus intereses.<sup>49</sup>

Lo anterior significa que los funcionarios o funcionarias sólo dan a conocer lo que les conviene. Las noticias que llegan a la principal de un periódico, dice la periodista Ginna Morelo, “deberían ser las que tengan el mayor contraste posible de fuentes, en busca de la veracidad, de tal suerte que las audiencias puedan realizar las diversas lecturas posibles hasta sentirse satisfechas con la calidad de la información y no con el cariz de seriedad que esta asume porque la fuente sea el poderoso o el más poderoso”.

En la siguiente gráfica se detalla el comportamiento de los diarios ante los temas que manejan en sus ediciones del día a día y siguen prevaleciendo los temas que se desprenden de la agenda de quienes gobiernan.

---

<sup>48</sup> Santoro, Daniel, Técnicas de Investigación – Métodos desarrollados en diarios y revistas de América Latina (2004- Fondo de Cultura Económica. México. Página. 62.

<sup>49</sup> Ídem



## Temas en las notas por periódicos



adiario y Tiempo son los dos periódicos que más manejan temas de no gobierno, es decir ajenos al gobierno, le siguen Noticias y Despertar, posteriormente El Imparcial y finalmente Marca.

Como se ha mencionado anteriormente, la base de datos arrojó que la primera fuente en las primeras planas es el gobierno estatal, ahora se detalla exactamente de cuál de los poderes del Estado proviene la información. De las 369 portadas, en 133 es el Ejecutivo el que se posiciona como primera fuente, esto es un 34% del total, es decir, casi la tercera parte de información viene del gobierno estatal.

En segundo lugar se encuentra el legislativo local con 42 primeras planas, una de cada 8 o el 11.3%. En tercera posición, con 37 notas principales o el 5.7% la fuente principal es el gobierno federal.

Si sumamos estas tres cifras acumulamos un total de 212 notas informativas, el 57%, en las que la primera fuente son funcionarios o funcionarias de la administración pública local, en su mayoría, y en menor medida, de instituciones federales y, en general, se usa una sola fuente.

En cuarto lugar se logra colocar la sociedad. Para esta categoría se contabilizaron 28 notas que se colocaron en primera plana, el 7.5%; después, en un cuarto puesto se encuentran los diversos sindicatos desde el del magisterio, burócratas, hasta el de la Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca (UABJO), con 27 menciones.

Para que una nota referida a la sociedad en general se colocara en primera plana, fue necesario que se publicaran 13 notas de diversas fuentes.

En un quinto lugar, con 12 primeras planas, se encuentran los partidos políticos que existen en Oaxaca, los que figuraron en la página principal fue, en primer lugar, el Partido Revolucionario Institucional (PRI), con siete menciones; el Partido de la Revolución Democrática (PRD) tres ocasiones y el Partido de Acción Nacional (PAN), con sólo dos veces.

En sexto lugar se encuentra la ciudadanía, que figura en la primera plana, siendo tomados en cuenta 19 veces para ganar la página principal. Cuando se menciona a la ciudadanía se refiere a las voces de personas que no se encuentran en ninguna organización política o social.

En el conteo realizado hay quienes figuran menos de siete veces como fuentes de las primeras planas, es el caso de los precandidatos a presidentes de la República (Enrique Peña Nieto, PRI y Andrés Manuel López Obrador del Movimiento de Renovación Nacional <Morena>), en ese mismo rango se encuentran organismos internacionales como Médicos Sin Fronteras.

Al respecto, la directora de diario menciona que para la edición cotidiana las personas de a pie son “nuestra principal fuente, nos basamos en sondeos para definir los temas de seguimiento semanal, quincenal y mensual”, aseguró.

Como segundo lugar en importancia menciona que toman en cuenta a los sindicatos, “aunque parecerían el primero, porque de los entrevistados de a pie no necesariamente publicamos las notas”.

En tercer lugar funcionarios del Estado, “pero siempre presente, porque las decisiones que se toman se imponen a todos y los afectan”. En este mismo lugar ubica a la sociedad civil, “empatado con funcionarios de Estado; a la acción de uno suele responder el otro”.

La academia ocupa la cuarta posición en importancia, dijo la directiva, “también presentes siempre, porque su opinión profesional por lo regular carece de matices partidistas”.

La Iglesia católica es ubicada en quinto lugar al ganar portada, porque “somos una entidad eminentemente católica, pero la Iglesia, aun siendo una institución líder de opinión, no necesariamente representa a las mayorías”, dijo la directiva.

Por su parte, el director de Noticias, Ismael Sanmartín, dice que toman en cuenta a la Sociedad Civil como factor principal para construir sus notas principales, “queremos en NOTICIAS más información del pueblo y menos del gobierno”.

Los funcionarios ocupan un lugar secundario “gran parte de la información la generan ellos, para bien o para mal”. En tercer lugar menciona a los académicos “por el conocimiento que tienen de la realidad”.

En cuarto lugar le dan voz a las personas de a pie o ciudadanía, “nada como ellos para comparar realidades y en un quinto lugar la Iglesia, “a pesar de todo, están entre los organismos con más credibilidad”. En tanto, a los sindicatos los ubica en el sexto lugar, porque “en la mayoría de las veces sólo llevan agua a su molino”.

Al contrastar las respuestas de los directivos con los resultados obtenidos en la base de datos, se observa la contradicción. A pesar de que ambos directivos señalan que la prioridad son la sociedad civil y personas de a pie, de la comparación estadística se observa que son los funcionarios a quienes se consulta como primera fuente para construir sus portadas.

## **Las fotografías de primera plana**

A partir del estudio efectuado se detectó que en la portada de los diarios oaxaqueños estudiados aparecen fotografías sin crédito, lo que es común cuando éstas son resultado de publicidad o difusión, aunque ellas deberían estar identificadas como tales, para que los lectores y lectoras conozcan que no son propiamente información, sino que un patrocinador pagó para aparecer en ese espacio, para el caso de estudio, en la portada.

Por lo general los periódicos en el mundo cuentan con un código de ética y un manual de estilo el cual explica qué tratamiento se le debe dar a la publicidad en texto o en el empleo de fotografías al momento de ser publicadas. En los diarios de estudio, los directivos de la mayoría aseguran que cuentan con códigos de ética, pero no son públicos.

El periódico que más fotografías publicó sin crédito en su portada durante el periodo estudiado fue Tiempo, aquí aparecen 41 fotos en la primera principal sin firma. De éstas, en seis se habla de los logros del gobernador en turno. Mientras que en otras siete se refiere a diversos desvíos de recursos del ex gobernador, Ulises Ruiz Ortiz, así como fotos de archivo de distintos asesinatos registrados durante el sexenio de Ruiz Ortiz y que no fueron investigados, entre otros temas.

Detrás de Tiempo está el diario Despertar, con 28 portadas con fotos que carecen de crédito, en éstas se hace referencia del candidato del PRI a la presidencia de la República, Enrique Peña Nieto, así como a “logros” de los diputados del Partido Revolucionario Institucional, difunden lo hecho por el ex gobernador Ulises Ruiz Ortiz y copias de documentos de supuesta malversación de recursos realizados por funcionarios del actual gobierno.

El Imparcial publica 23 fotografías sin crédito en sus portadas; de ellas 11 hablan de los logros del gobernador en turno, el resto son diversos temas como la rehabilitación de un templo importante para la ciudad, una reunión de médicos de la Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca (UABJO).

Mientras que Marca muestra 18 portadas sin crédito, en 10 de ellas se da cuenta de los éxitos del gobernador, dos relacionadas con el Día de Reyes, el resto son cuestiones turísticas de la ciudad de Oaxaca relacionadas también con el Día de Reyes.

En el periódico Noticias aparecen en la portada 16 de fotografías que carecen de crédito, de las cuales siete hablan de distintos logros del gobernador en turno. Las otras tres tienen que ver con diversos asuntos como el encarcelamiento de un funcionario de la administración que le antecedió al gobernador Gabino Cué.

En este apartado, al periódico que más se le dedicará espacio es a adiaro, porque es el único que publica fotos de *cortesía* en su portada. De 14 portadas con fotografías sin crédito, diez son firmadas como “cortesía”. En el periódico adiaro raras veces la foto de portada tiene que ver con el tema de la nota principal, lo que no sucede en el resto de los diarios en estudio. Llama la atención que las notas que carecen de firma del autor sí coinciden con la fotografía, la cual está firmada como *cortesía*. Podría realizarse una segunda etapa de investigación para estudiar si tanto la nota como la imagen fueron publicidad pagada.

Hay una cabeza que dice: *Rindió Martínez Arnaud su primer informe de gobierno.*

El pie de fotografía es el siguiente: *Ante autoridades municipales y funcionarios municipales, Martínez Araud reconoció que los recursos siempre serán insuficientes, pero*

*que sobra voluntad y compromiso con quienes menos tienen y más necesitan. Se refiere al informe de labores que rindió la titular del DIF municipal de la ciudad de Oaxaca de Juárez, María de los Ángeles Martínez Arnaud.*

Como esas fotografías que dicen *cortesía*, hay otras nueve en igual número de portadas de diario y se leen *pies* como estos: *El ejecutivo estatal ofreció toda la fuerza de la ley para defender las tierras que han sido invadidas por ejidatarios chiapanecos.*

Otro *pie* más de estas fotografías acreditadas como *cortesía*: *El gobierno del estado ejercerá 46 mil mdp para el presupuesto del próximo año, de acuerdo con el paquete fiscal presentado ayer por Gerardo Cajiga Estrada Secretario de Finanzas.*

Todo texto periodístico o fotografía publicada dentro de las páginas del diario o en la portada, deben llevar crédito, los lectores tienen el derecho a saber de dónde viene la información, en caso de no acreditarla, el editor o editora tienen la obligación, por ética, decir a sus lectores cuál es la razón de no tener crédito.

El periódico El Comercio, en su apartado firmas de fotografía, menciona:

- a) Las fotografías publicadas por primera vez llevarán el nombre del fotógrafo y el nombre del periódico, en este caso El Comercio; b) El material presentado deberá decir: Si es prestado por una institución: Archivo Petroecuador. Si es de una persona: Archivo particular y si esa persona solicita citar su nombre: Archivo y el nombre. C) Las fotografías que sean del archivo de El Comercio, publicadas anteriormente o de fotógrafo que ya no haga parte de la nómina: Archivo El Comercio.<sup>50</sup>

Hay otros manuales que también mencionan el tema de los créditos de quienes publican los textos periodísticos.

---

<sup>50</sup> Manual de Estilo del periódico El Comercio Pág.39

La utilización de una línea de firma en la presentación de los relatos periodísticos —o de cualquier otro modo de atribuir la autoría de un texto a una persona determinada— es una práctica que supone beneficios para los lectores, para los periodistas y para los periódicos mismos.

Para los *lectores*: la firma otorga credibilidad a los relatos periodísticos, especialmente en el caso en que el mensaje aparece condicionado por convenciones profesionales —información *on background*, por ejemplo— que impiden la normal atribución de las noticias a sus fuentes, y también en todos los casos de relatos interpretativos.

Para los *periodistas*: mediante la firma, los periodistas van labrando día a día su prestigio profesional ante los lectores, ante la empresa que les contrata, antes las fuentes suministran datos y ante las autoridades públicas y judiciales en posibles situaciones de conflicto procesal.

Para el *periódico*: la firma de los periodistas integrados en una empresa informativa sirve de garantía colectiva respecto al rigor y exactitud en el trabajo informativo de los profesionales; actúa como coartada, o estrategia ritual de defensa institucional, para aquellos casos de conflicto de fuerzas sociales o políticas; finalmente, la firma de los periodistas propicia la variedad creadora en los mensajes periodísticos, tanto desde el punto de vista literario como desde la perspectiva de la originalidad en la busca y planteamiento de contenidos informativos<sup>51</sup>.

Es probable que para el caso de los diarios oaxaqueños se trate de publicidad disfrazada, como sucedía hace unos 15 años en la ciudad de México, los periódicos vendían su primera plana a cualquier poder del Estado, ahora difícilmente sucede, precisamente porque es para financiar el trabajo periodístico. Algunos códigos de ética de diarios de circulación nacional lo mencionan, como Reforma, en el número nueve de su decálogo menciona: Diferenciar, en forma identificable para los lectores el material editorial y el publicitario.<sup>52</sup> Esto quiere decir que los y las responsables de la publicidad deben avisar a la lectoría qué información es pagada. Los medios tienen sus reglas, como por ejemplo La Jornada, al final del texto de

---

<sup>51</sup> Martínez Albertos Luis y Santamaría Suárez Luisa, Manual de Estilo, Instituto de Prensa de la Sociedad Interamericana de Prensa, Inter American Press Books Indianapolis, Indiana USA 1996, Página 171.

<sup>52</sup> Decálogo del periódico Reforma, <http://periodismo-de-investigacion.espacioblog.com/post/2007/10/31/caidigo-aotica-reforma>, consultado 13 de enero 2013.



publicidad dice: *Esta publicidad es pagada por* y ponen el nombre de quien la contrató, así el lector ya sabe que lo que está leyendo no es precisamente una información que aporte más datos de lo que a ese organismo o personaje le interese decir.

Siguiendo con el análisis del periódico diario, se detectó otras cuatro portadas en las que las fotografías carecen de crédito, el primer pie de foto dice: *Benjamín Robles: Necesitamos que llegue al senado gente que entienda el momento que está viviendo Oaxaca, que tenga claro el proyecto, para que se dé la transición.* Esta publicación fue del 28 de noviembre de 2011, cuando Benjamín Robles estaba en campaña para el senado de la República.

Otro pie de foto, dice: *El gobernador del Estado, Gabino Cué Monteagudo, el Presidente del Honorable Tribunal Superior de Justicia del Estado, Alfredo Lagunas y el presidente de Coordinación Política de la LXI Legislatura del Estado, Juan Mendoza Reyes.* Mientras que el cabezal de la nota dice: *Defiende Oaxaca a los Chimalapas y con un balazo Titulares de los Tres Poderes del Estado interpusieron una controversia constitucional ante la SCJN, contra autoridades de Chiapas, debido a la creación del pretendido municipio de Belisario Domínguez, en una zona territorial ubicada en los Chimalapas.*

Esta última información, con el mismo ángulo noticioso, también apareció en los demás diarios que se analizaron, sin firma, tanto la nota como la fotografía, lo cual puede demostrar o bien que se trata de un boletín o que pudiera ser publicidad del gobierno estatal y que aparece como nota principal difundiendo que el gobernador del estado le pone seria atención a ese conflicto territorial, pero la voz que siempre está presente es la de Cué Monteagudo, si acaso dos párrafos de las autoridades de aquella localidad, de los directamente afectados (habitantes) no existe nada.

Los otros dos pies de fotografías sin créditos son: *¿Qué espera la IP de las próximas generaciones para Oaxaca? Fue la pregunta directriz del Foro organizado por la Asociación EXATEC.*

De las 62 portadas de diario, sólo en 21 cabezas coincide la fotografía con la información de la nota principal. El resto de las imágenes publicadas en portada son distintas a la información con la que está redactado el texto principal del periódico.

## Códigos de ética para el manejo de información

En el apartado anterior se habló de la necesidad de contar con un código de ética o manual de estilo que pudiera guiar ciertas prácticas del trabajo periodístico. Al respecto, el periodista colombiano Javier Darío Restrepo, estudioso de la ética periodística, en diversos foros y en el mismo consultorio de ética que se encuentra en la página oficial de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, menciona que un Código de Ética es imprescindible para regir el desempeño periodístico y que los periodistas y los medios de comunicación deben ser conscientes de su responsabilidad.

En el libro *El Zumbido y El Moscardón*, Restrepo menciona:

- La ética es una utopía
- La ética dignifica porque impulsa a la excelencia.
- La ética de una profesión se conoce si hay una clara conciencia de la identidad profesional.
- Los dilemas éticos no se mueven entre lo correcto e incorrecto sino entre lo bueno, y lo que está en busca de lo mejor.
- La ética señala el *deber ser* de las personas y de las profesiones.
- El deber ser de las profesiones se llama deontología.
- Para ser un periodista ético se requiere una etapa previa: la de ser buena persona.<sup>53</sup>

En este libro este mismo autor define cuatro formulas para resolver dilemas éticos a los que suelen enfrentarse las y los periodistas en el ejercicio cotidiano de la profesión.

Buscar la mayor utilidad, aplicar principios universales, no hacer a otros lo que no queremos para nosotros y ponerse en el lugar del otro.<sup>54</sup>

Aunque también menciona que existen diversos códigos de ética en las redacciones.

---

<sup>53</sup> Zumbido y el Moscardón: Taller y Consultorio de Ética Periodística, Editorial Fondo de Cultura Económica, 2005, Página 30

Los códigos éticos para periodistas son de distinta clase. Los que fueron hechos como freno legal para los abusos están llenos de normas de aplicación transitoria, como si se tratara de un reglamento; esto les quita fortaleza ética y les da el carácter de manuales de buena conducta. Hay otros redactados como estímulo e inspiración para alcanzar la excelencia profesional: recuerdan los principios esenciales y dibujan el perfil ideal del profesional. Suelen ser concisos y respetan la libertad del periodista para hacer su propio camino.

El código debe guiar con la certeza de una brújula que siempre apunta al Norte, en eso consiste su ayuda: Dar indicaciones precisas y permanentes. Recordar el Norte de los valores esenciales, para que cada quien resuelva sus dilemas éticos.<sup>55</sup>

La mayoría de los y las periodistas que contestaron el cuestionario, a excepción de los profesionistas de Tiempo y Noticias, en la pregunta que hace referencia a que si tienen o no código de ética, contestaron de forma afirmativa, sin embargo, al navegar por la página de internet de los diarios, en ningún sitio hacen mención a él, pues éstos deberían ser abiertos a la ciudadanía quienes tienen derecho a saber bajo qué parámetros éticos se rigen los medios de comunicación.

La pregunta también se aplicó a los directivos; la directora de adiario, Nadia Sanabia, contestó: “Contamos con código de ética desde el inicio de adiario, a finales del 2005. Nunca se ha publicado y se mantiene como documento interno del medio”, sin embargo, periodistas que han trabajado en esa casa editorial refieren que en su estancia en el medio nunca se les habló de éste.

El director del periódico Noticias, Ismael Sanmartín, dijo que “el proyecto está en borrador, aunque te diré que no nos ha hecho falta... hasta el momento”.

---

<sup>55</sup> El Zumbido y el Moscardón: Taller y Consultorio de Ética Periodística, Editorial Fondo de Cultura Económica, 2005, Página 31.

<sup>23</sup> Ídem Página 42.

<sup>24</sup> Ídem Página 38.

El periodista Óscar Rodríguez, del diario Marca, mencionó que cuenta con el código de ética y uno de los principales preceptos es la honestidad, además considera que éste “debe ser enriquecido”.

Carlos Hernández, reportero de El Imparcial, explicó que uno de los puntos más importantes del código de ética de su diario es “no afectar la moral de las personas ni difamarlas, siempre se corroboran fuentes, no hay denuncias anónimas”.

También otro periodista de El Imparcial, cuyo nombre solicitó ser omitido, considera que lo más importante de dicho código es la honestidad.

La periodista, Águeda Robles, de Despertar mencionó que un punto importante para ella en dicho código es la honestidad y el respeto a la integridad física y moral de las personas que tienen alguna relación con la información emitida.

El reportero Misael Sánchez, de Tiempo, dijo que su medio carece de código de ética, pero aun sin él considera importante, “la responsabilidad y el respeto a las fuentes. Además “no es necesario. Hay valores universales que aplican al ejercicio periodístico”.

Ismael García del Noticias menciona que su diario no tiene código de ética, sin embargo, “debe existir; pero además de existir, se debe aplicar o vigilar que se cumpla”.

La ética también ayuda a la transparencia y si un medio contribuye a ésta para que una sociedad sea más democrática, también al interior de los medios de comunicación debe haber un esfuerzo para que, desde ahí, inicie este ejercicio, por eso en el cuestionario que se aplicó a los directivos se les pregunta:

De qué manera su diario abona a la transparencia, ¿los empleados conocen quiénes son los socios accionarios del diario?, ¿los empleados reciben el estatus financiero del periódico para conocer de dónde viene la publicidad?.

Nadia Sanabia contesta:

adiario, como la mayoría de las empresas privadas, define qué información hace pública y cuál se mantiene privada en razón de diversos factores, entre ellos políticos.

Acerca de los socios de adiario, cada año la empresa ofrece una cena a la que son invitados todos los que trabajan con nosotros, y a ésta llegan los socios, los que se presentan como tales y quienes entregan los incentivos a los trabajadores.

El director de Noticias contesta a esa misma interrogante:

La sociedad la encabeza el presidente de este grupo informativo. Todo empleado sabe quiénes son los socios o dueños de la empresa.

De acuerdo a esta información, las y los trabajadores de estos medios estudiados saben perfectamente de dónde vienen los recursos, pero desafortunadamente les hace falta un mejor salario para poder tener un buen billete en el bolsillo, como dice el señor Sanmartín y acceder a otras condiciones para hacer periodismo, de tal forma que sus textos no sólo sean notas construidas de declaraciones, sin contexto y sin mayor investigación.

## **Condiciones laborales**

Al desarrollar este estudio, no se puede dejar de lado las condiciones laborales en las que trabajan las y los periodistas de Oaxaca, además del poco o casi nulo apoyo para capacitarse. Son dos elementos que, al combinarse, dan como resultado un periodismo con poco rigor; sin estos apoyos fundamentales, difícilmente se le podrá dar prioridad a la realización de investigaciones y se seguirá desempeñando un periodismo elemental, que poco podrá abonar para ser un contrapeso de los poderes en el estado.

Con los resultados obtenidos a través de la base de datos, se demuestra que a las empresas periodísticas sólo les interesa que sus páginas se llenen con versiones oficiales. El hecho de que no haya rigor periodístico no es sólo un asunto de los y las periodistas, debería ser una preocupación de los dueños de los periódicos.

Los siete periodistas que mayormente aparecen como firmantes de la nota principal de la portada y que contestaron dicho cuestionario, coinciden que su salario es bajo, pero además se les piden cuatro notas diarias, uno respondió que hasta seis al día. Solamente Ismael García, de Noticias, dijo que le piden tres notas diarias.

Para las y los periodistas oaxaqueños aparecer en portada, económicamente, no representa nada, como sí sucede con algunos periódicos del Distrito Federal o el hecho de que esas mismas notas que están en el impreso tengan determinado número de lectores en el portal digital del periódico. En el Distrito Federal, por ejemplo, se mide la productividad de los y las periodistas a partir de cuántas notas son seleccionadas como nota principal o cuántas llamadas en portada tuvieron al mes, entre otros aspectos y en función de ello se le entrega un bono mensual.

Sin embargo, en Oaxaca nada de eso sucede, lo único que él o la periodista gana en caso de que su nota sea seleccionada como la principal del diario es el prestigio.

Lo anterior no es justificación para que no haya un contraste de fuentes, pero sí debe tomarse en cuenta, porque si a una o un periodista le piden cuatro o hasta seis notas al día, en lo que menos piensa es en buscar más fuentes para contrastar la información que está llevando a su redacción.

Los y las periodistas que aparecen con mayor número de notas de portada, para compensar su sueldo, se ve en la necesidad de tener hasta tres trabajos e incluso vender publicidad, algo que éticamente ha sido cuestionable, porque si estos convenios los hace con sus mismas fuentes, esto repercute en el manejo de la información e incluso no hay una sana distancia entre fuente-periodista.

Incluso la directora de adiario, en las respuestas que proporciona al cuestionario, menciona que los reporteros de su medio tienen la opción de vender publicidad: “nuestros trabajadores conocen quiénes nos compran (publicidad) porque es evidente en las páginas del mismo; conocen los montos y costo de las inserciones y sus especificaciones son de dominio público para los trabajadores de la empresa porque a todos se les da la opción de vender”.

También Sanabia aceptó que los y las periodistas trabajan para otros medios, además de adiario.



Durante el lapso que comprendió el estudio, se dio seguimiento a las y los periodistas que más número de portadas publicadas tienen, uno de ellos envía su información a tres medios más, además del medio que se estudió.

Otro desempeña tres empleos más; otros cinco profesionales firman en otros dos medios y sólo tres firman en un solo diario, el del estudio. Sin embargo, la mayoría vende publicidad para poder compensar su salario.

Algunos y algunas de las y los periodistas que aparecen de manera constante, además de los trabajos ya mencionados, laboran con pseudónimo para algunos otros portales de noticias, ello ante el temor de que les llamen la atención de tener más de dos trabajos.

Lo anterior representa una tercera o cuarta fuente de trabajo, ello se traduce en que les queda poco tiempo para desempeñar un periodismo de rigor.

## Conclusiones

A partir de los resultados que se desprenden del estudio, se logró comprobar que no existe el rigor periodístico al construir la nota principal de los seis periódicos analizados, hace falta investigación y es nula la agenda propia de los medios, porque siguen al pie de la letra la agenda de la administración pública.

También se logró comprobar que los medios en estudio sólo trabajan con el género de nota periodística, se carece de reportajes o crónicas seleccionadas como notas principales, estos son géneros periodísticos olvidados, al menos durante el periodo en estudio. Sin embargo, se encontró en algunos diarios información editorializada, sin fuente y que boletines de prensa son seleccionados como nota principal.

Con la base de datos que se hizo se logró comprobar que en los periódicos analizados diario, Despertar, El Imparcial, Marca, Noticias y Tiempo prevalece lo siguiente:

- A) De 369 notas estudiadas, en 211 se usa una sola fuente, es decir, en más de la mitad de las notas publicadas hay una sola versión de lo que sucede ante determinado hecho social.
- B) Cuando se habla de una sola fuente, la mayoría de las veces ésta corresponde a la fuente oficial, es decir son versiones de funcionarias o funcionarios de alguno de los tres poderes del estado.
- C) Lo que más se usa para la construcción de las notas principales es la entrevista, el *chacaleo*, conferencia de prensa o discursos de los políticos; estas cuatro actividades son resultado de encuentros convocados por el gobierno del estado.

- D) En las notas principales que se estudiaron aun hay ausencia de fuentes, esto es, la información no se le atribuye a ninguna persona o institución.
- E) Prevalece la temática oficial o gubernamental, es decir, dominan los temas de la agenda de quienes gobiernan el estado; hay una ausencia de la visibilidad de los problemas estructurales de la entidad como pobreza, violaciones a derechos humanos, bajos niveles de educación, entre otros.
- F) Algunos periódicos publican boletines del gobierno estatal o del municipio de la ciudad de Oaxaca como nota principal, lo cual ha sido éticamente cuestionado, porque la nota principal de los periódicos debería ser empleada para difundir las investigaciones del periódico y, en general, resultado del desarrollo de su propia agenda informativa o periodística.
- G) Se carece de contexto periodístico en las notas publicadas, mismo que es importante y necesario para que las lectoras y lectores comprendan el desarrollo de alguna problemática.
- H) La mayoría de las y los periodistas que respondieron al cuestionario aplicado aseguraron que su medio cuenta con un código de ética, pero ninguno de los periódicos hace mención de ello.
- I) Los y las periodistas, en su mayoría, deben desempeñar más de un trabajo para compensar su salario.

Lo anterior demuestra la gravedad y crisis por la que atraviesa el periodismo en Oaxaca; es importante y urgente que se logre visibilizar esta problemática con el objetivo de que se tomen cartas en el asunto.

Para una sociedad, y aún para Oaxaca, con tantas carencias, es urgente contar con un periodismo independiente, un periodismo que haga contrapeso a los poderes, que vigile las decisiones del Estado, si estos factores no existen, no puede existir una sociedad democrática.

Esta investigación se basó en los criterios con los que se redacta la nota principal en los seis diarios en estudio, pero se puede abundar en el contenido de las otras notas que contiene cada diario, por ejemplo, como resultado de la revisión diaria, fue posible observar que los diarios todos los días publican el mismo boletín, una especie de uniformidad de la voz oficial, sobre todo del Poder Ejecutivo, muchas de las veces con llamada en portada o en la principal, esto último se pudo comprobar a través de la base de datos.

Estos aspectos se pueden profundizar con un estudio similar, analizando el contenido de todas las notas de cada diario, realizando un cruce de datos, en el que se observen los actos públicos del día, los temas que se manejaron y se publicaron en los diarios.

También es factible aplicar un estudio en momentos coyunturales como en periodo electoral, que es cuando más se refleja la inclinación de los medios hacia ciertas fuerzas políticas y económicas.

Sin embargo, para el desarrollo este estudio se tomó un período no coyuntural, para confirmar que en cualquier momento del año se ejerce el mismo periodismo, en el que prevalecen las fuentes oficiales, se carece de investigación y la declaración sigue siendo lo primordial. Los temas sociales continúan rezagados o, si se mencionan, sólo se tienen las voces oficiales y existe una invisibilización de ciertos actores en temas sociales de la entidad.

Lo anterior no abona para que la ciudadanía ejerza su derecho a estar informada, domina siempre la versión oficial de los acontecimientos, por lo que hay cierto vacío de información.

En este periodo analizado se logró corroborar que 90 por ciento de las notas estudiadas carecen de contexto y éste es importante para que el lector o lectora se informe bien del tema, si éste no existe, no hay una explicación convincente del por qué de los hechos.

Una de las tareas del periodismo es contribuir a que la ciudadanía tenga acceso a la información, demostrando la veracidad de los hechos que ocurren y esto se logra con un contraste de fuentes, en el período que se realizó el estudio, hay pocos intentos porque esto ocurra.

No quisiera dejar de mencionar que los y las periodistas que firman como autores del mayor número de notas de portadas en los diarios analizados, además de tener más de un trabajo, tienen la “opción” de vender publicidad, lo cual, éticamente ha sido cuestionado porque si es su fuente la que contrata publicidad, difícilmente podrá haber una sana distancia con el profesional, aunque esto no quiere decir que haya sus excepciones donde el o la periodista anteponga la información a la publicidad. Los profesionales de los medios se ven en la necesidad de buscar la venta de publicidad como resultado de los bajos salarios que devengan.

Debería ser una preocupación, tanto de los dueños de las empresas, como de los propios periodistas realizar una revisión del ejercicio periodístico que se ejerce. A los empresarios de los diarios les tocaría buscar nuevas fuentes de publicidad para no verse obligados de acudir a la fuente oficial como única materia prima de su nota principal y a los periodistas

intentar desarrollar otras historias partiendo de lo que captan, se dice o se desprende de las declaraciones.

Quizá los dueños de los medios deberían formular la pregunta ¿qué pasaría con mi periódico si la administración pública dejara de contratar publicidad? Es algo que quizá se han preguntado, pero la respuesta ha sido cómo hacerle para que esa fuente de ingresos no se acabe; no se cuestionan cómo recurrir o desarrollar otro modelo de negocios.

Incluso el dueño de un periódico, en una conversación *of the record*, dijo que el gobierno debe seguir contratando publicidad porque en Oaxaca no hay empresas que puedan invertir en los medios, si esa mentalidad es generalizada entre los dueños de los medios, difícilmente se podrá avanzar en desempeñar un buen periodismo que realmente sea de utilidad para la sociedad.

Qué pensarán los directivos como el que se menciona, de aquéllos problemas estructurales que no son vistos en sus medios como la pobreza extrema de habitantes de diversos municipios, los bajos niveles educativos, entre otros. El economista Amartya Sen, señala que justamente para ello se requiere de una prensa libre y así se evitarían diversos problemas sociales.

Es importante también que las nuevas generaciones de periodistas se pregunten para qué quieren ejercer el periodismo, qué se quiere lograr desempeñando esta profesión porque quienes amamos el periodismo quizá pensemos en algo utópico, como lo describe el periodista colombiano Javier Darío Restrepo “cambiar aunque sea una cosita, todos los días”.

## **Anexos**

### **Cuestionario para periodistas contestados**

Oscar Rodríguez, periódico Marca (1)

1.- ¿Qué debe tener una nota tuya para que se vaya a portada?

Lo más relevante del día; en especial temas que atañen a la opinión pública estatal, regional y de la Ciudad de Oaxaca.

2.- ¿Qué consideras importante conseguir para que tu nota sea la principal?

Precisión, veracidad y objetividad.

3.- ¿Tu diario tiene un código de ética, qué punto consideras el más importante.

Si cuenta con este y uno de los principales preceptos es la honestidad.

4.- Si tu diario no tiene código de ética consideras importante que debe existir, si o no y ¿por qué?

Si lo tienen, pero creo que debe ser enriquecido.

5.- ¿Cuándo consigues una filtración, qué haces con ella?

Se difunde. Muchas veces se envía a consideración de la mesa de redacción.

6.- ¿Cuántas notas se te exigen al día?

De 6 a 7

7.- ¿Cómo afianzas una relación con una fuente?

Con trabajo, diálogo y comunicación permanente,

8.- Si tu fuente te invita a comer, ¿aceptas?, si tu fuente te pasa una filtración ¿le crees?

Depende qué tipo de comida sea, y por lo regular las filtraciones nunca llegan directamente de la fuente, son indirectas.

9.- Si tu fuente tiene un problema personal, ¿la ayudas?, ¿te preocupa?

Depende.

10.- Si tu editor te da un documento que es una filtración y te dice qué hagas una nota con eso, ¿qué haces?

Se hace pero que se firme como de la redacción.

11.- ¿Confías en tu editor?, ¿confías en el dueño de tu medio?

Si hay confianza.

12.- ¿Crees que tu periódico tiene una relación sana con el gobierno?

Creo que es dispar.

13.- ¿Cuánto crees que depende el periódico de la publicidad de gobierno?

Antes dependía mucho de la publicidad oficial, hoy busca su independencia.

14.- ¿Tienes el salario que mereces?

Creo que no.

15.- ¿Cuántas horas al día trabajas?



24 horas.

### **Alondra Olvera Marca (2)**

1.- ¿Qué debe tener una nota tuya para que se vaya a portada?

Información relevante que impacte la vida del estado

2.- ¿Qué consideras importante conseguir para que tú nota sea la principal?

Veracidad en los datos que proporcione.

3.- Tu diario tiene un código de ética, ¿qué punto consideras el más importante.

Si

4.- Si tu diario no tiene código de ética consideras importante que debe existir, si o no y ¿por qué?

5.- ¿Cuándo consigues una filtración qué haces con ella?

La verifico con datos e información que pueda investigar

6.- ¿Cuántas notas se te exigen al día?

Cuatro

7.- ¿Cómo afianzas una relación con una fuente?

primero informándome sobre mi fuente

8.- Si tu fuente te invita a comer, ¿aceptas?, si tu fuente te pasa una filtración ¿le crees?

Ocasionalmente acepto y cuando sucede una filtración investigo

9.- Si tu fuente tiene un problema personal, ¿la ayudas?, ¿te preocupa?

No

10.- Si tu editor te da un documento que es una filtración y te dice qué hagas una nota con eso, ¿qué haces?

Lo hago pero pido que aparezca como de la redacción

11.- ¿Confías en tu editor?

Ocasionalmente

¿Confías en el dueño de tu medio?

Si

12.- ¿Crees que tu periódico tiene una relación sana con el gobierno?

Si

13.- ¿Cuánto crees que depende el periódico de la publicidad de gobierno?

En un 50%

14.- ¿Tienes el salario que mereces?

Los salarios son bajos en Oaxaca, pero en el diario en el que trabajo el salario no es tan bajo aunque hay algunas prestaciones que no tenemos

15.- ¿Cuántas horas al día trabajas? Seis, pero no tengo un horario fijo

### **Misael Sánchez Tiempo (3)**

Cuestionario para periodistas

1.- ¿Qué debe tener una nota tuya para que se vaya a portada?

Generalmente tiene que ser un tema revelador. Nuevo. Atraer al lector. Una nota que venda periódicos y que sea de interés para la sociedad.

2.- ¿Qué consideras importante conseguir para que tú nota sea la principal?

Sobre todo que sea algo exclusivo

3.- Tu diario tiene un código de ética, ¿qué punto consideras el más importante.

No. La responsabilidad y el respeto a las fuentes.

4.- Si tu diario no tiene código de ética consideras importante que debe existir, si o no y ¿por qué?

No es necesario. Hay valores universales que aplican al ejercicio periodístico.

5.- ¿Cuándo consigues una filtración qué haces con ella?

La consulto con otra fuente. Le doy seguimiento. Por lo general las filtraciones no son más que con el interés de utilizar al reportero.

6.- ¿Cuántas notas se te exigen al día?

Seis notas. Considero que son muchas.

7.- ¿Cómo afianzas una relación con una fuente?

Por lo general una fuente no es una amistad. Es alguien que le gusta revelar información.

8.- Si tu fuente te invita a comer, ¿aceptas?, si tu fuente te pasa una filtración ¿le crees?

Acepto. Confío en mis fuentes. En ocasiones basta con su palabra. Desconfío de quien me busca sin ser conocido para hacerme una filtración-

9.- Si tu fuente tiene un problema personal, ¿la ayudas?, ¿te preocupa?

Si. Trato que haya reciprocidad con la fuente. No creo que me preocupe pero sí hay un compromiso.

10.- Si tu editor te da un documento que es una filtración y te dice qué hagas una nota con eso, ¿qué haces?

La hago, por supuesto. Es el jefe. Pero nunca pongo mi nombre. Son notas de la redacción.

11.- ¿Confías en tu editor?, ¿confías en el dueño de tu medio?

Si. Confío en mi editor y por supuesto en el dueño del medio.

12.- ¿Crees que tu periódico tiene una relación sana con el gobierno?

Si. Somos un periódico comercial. El gobierno paga si quiere publicar información. Somos prensa comercial haciendo periodismo ciudadano.

13.- ¿Cuánto crees que depende el periódico de la publicidad de gobierno?

Un 30 por ciento. El mejor convenio en cuanto a ingresos es con autoridades. Sin embargo los contratos con la iniciativa privada son más.

14.- ¿Tienes el salario que mereces?

Si. Es un buen ingreso.

15.- ¿Cuántas horas al día trabajas?

Tal vez unas cinco o seis horas diarias.

### **Ismael García Noticias Noticias (4)**

Cuestionario para periodistas

1.- ¿Qué debe tener una nota tuya para que se vaya a portada?

\* Ser de interés general, una nota reportada y/o investigada; de preferencia, propia y no basada en una conferencia de prensa u otra actividad pública.

2.- ¿Qué consideras importante conseguir para que tú nota sea la principal?

\* Exclusivas; sean declaraciones de personajes importantes o investigación, incluso en fuentes como internet, que son totalmente válidas (por ejemplo información sobre transparencia).

3.- Tu diario tiene un código de ética, qué punto consideras el más importante.

4.- Si tu diario no tiene código de ética consideras importante que debe existir, si o no y ¿por qué?

\* No tiene código de ética y debe existir; pero además de existir, se debe aplicar o vigilar que se cumpla.

5.- ¿Cuándo consigues una filtración qué haces con ella?

\* Por otras fuentes indirectas, verifico que sean reales los datos; son válidos los argumentos “fuentes confiables o fuentes confidenciales”, siempre y cuando la nota tenga el soporte informativo necesario, que no deje lugar a dudas.

6.- ¿Cuántas notas se te exigen al día?

\* En el periódico nos piden tres notas al día, aunque no es limitativo ese número; de preferencia distintas a las versiones que se publican mucho antes en los portales o más completas, más trabajadas; también nos piden, con cierta regularidad, crónicas; además, presentar un reportaje o un trabajo especial, de preferencia desde una comunidad, una vez la semana.

7.- ¿Cómo afianzas una relación con una fuente?

\* Trato de generar amistad y confianza, sin que signifique compromiso de otro tipo; ofrezco trabajar siempre las dos versiones de la información. Sobre todo, publicar información fidedigna, que no genere reclamaciones innecesarias.

8.- Si tu fuente te invita a comer, ¿aceptas?, si tu fuente te pasa una filtración ¿le crees?

\* Si me invitan a comer o desayunar, acepto; no rechazo ni condiciono ni pido que me condicionen. Si la fuente pasa filtración, generalmente verifico por otros lados también.

9.- Si tu fuente tiene un problema personal, ¿la ayudas?, ¿te preocupa?

\* Más que las fuentes, las personas; de repente he ayudado, aunque sea un poquito, a quienes viven necesidades de salud, por ejemplo.

10.- Si tu editor te da un documento que es una filtración y te dice qué hagas una nota con eso, ¿qué haces?

\* La hago, porque será su responsabilidad, pero además procuro verificar otro poco más, adicional al documento.

11.- ¿Confías en tu editor?, ¿confías en el dueño de tu medio?

\* Confío en mi trabajo y en que trato siempre de hacer lo mejor. A veces la dinámica diaria no lo permite, pero siempre busco algo distinto.

12.- ¿Crees que tu periódico tiene una relación sana con el gobierno?

\* Ningún medio tiene una relación sana con el gobierno o cualquier otra autoridad; siempre son asuntos de intereses económicos y políticos. De estira y afloja.

13.- ¿Cuánto crees que depende el periódico de la publicidad de gobierno?

\* En nuestro periódico, NOTICIAS, Voz e Imagen de Oaxaca, hasta donde sé, ha podido sobrevivir sin la publicidad gubernamental, que en la mayoría de los casos o de los medios es el ingreso más importante.

14.- ¿Tienes el salario que mereces?

\* No tengo el salario que merezco; procuro merecer y disfrutar el salario que gano.

15.- ¿Cuántas horas al día trabajas?

\* Procuro que sea no menor al mínimo y procuro no sujetarme a un horario burocrático.



## **Bibliografía**

Bastenier Miguel Ángel, Cómo se escribe un periódico, El chip colonia y los diarios en América Latina Edit. Fondo de Cultura Económica y la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano,

Bastenier, Miguel Ángel, El Blanco Móvil, Edit. Santillana

Benavides Ledesma, José Luis y Quintero Herrera Carlos, Escribir en prensa, Edit Pearson Prentice Hall. 2002

Carreño Carlón, José, Los Medios de Comunicación, *La evolución del papel de los medios: del liberalismo democrático a la sociedad mediática global*. Edit. Nostra Ediciones.

Santoro, Daniel, Técnicas de Investigación – Métodos desarrollados en diarios y revistas de América Latina, Fondo de Cultura Económica. México, 2004

Amartya Sen, Hambre, Prensa y Democracia. Clarín digital, Buenos Aires Argentina, 18 de octubre de 1988

El Zumbido y el Moscardón: Taller y Consultorio de Ética Periodística, Editorial Fondo de Cultura Económica, 2005.

Guía de redacción de CNNMéxico.

Manual de Estilo del periódico El Comercio.

Periódico Despertar, Jueves 29 de diciembre de 2011.

Revista proceso, [www.proceso.com.mx/?p=327763](http://www.proceso.com.mx/?p=327763), consultada el 13 de enero de 2013.

Solicitud de información al gobierno del Estado a través del Instituto Estatal de Acceso a la Información Pública del Estado de Oaxaca (SIEAIP).

Consultorio Ético de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano  
[http://www.fnpi.org/consultorio-etico/consultorio/?tx\\_wecdiscussion\[single\]=3691](http://www.fnpi.org/consultorio-etico/consultorio/?tx_wecdiscussion[single]=3691).

Consultada el 15 de septiembre de 2012.

Decálogo del periódico Reforma, <http://periodismo-de-investigacion.espacioblog.com/post/2007/10/31/caidigo-aotica-reforma>, consultada 13 de enero 2013.