

La imagen del científico a través del diferenciador semántico

UNA PESQUISA DE SOCIOLOGÍA DE LA CIENCIA ENTRE ESTUDIANTES MEXICANOS DE ENSEÑANZA MEDIA

MARÍA LUISA RODRÍGUEZ SALA DE GÓMEZGIL

En el ámbito de la Sección de Sociología de la Ciencia del Instituto de Investigaciones Sociales se inició durante 1968, un proyecto de investigación destinado a determinar la imagen que tienen en México los estudiantes de enseñanza media sobre la ciencia y el científico. Los antecedentes de este proyecto los proporciona el desarrollo mismo de la disciplina en el país durante los últimos años, del cual nos hemos ocupado en trabajo previo.¹ Gracias a las investigaciones que se realizaron antes de que se iniciara este estudio se descubrió que, aun entre la mayoría de los propios especialistas había poco o ningún interés por el cultivo y desarrollo de la investigación científica en el país, y que entre los estudiantes de niveles medios era casi absoluto el desconocimiento sobre la existencia de los científicos en México, sobre la labor desempeñada por ellos en el pasado inmediato y sobre la que realizan en el presente mismo. A partir de este hecho, pasamos a formular como hipótesis general de la investigación aquella según la cual la imagen que los estudiantes mexicanos poseen del científico, era probable que fuera una imagen universal, quizás condicionada a través de los medios de difusión (en su amplia gama), los cuales han difundido unas imágenes del científico y de la ciencia que han estado de acuerdo con los cánones imperantes en las sociedades desarrolladas, aceptados e integrados en la cultura de los países de Occidente.

Si bien puede ya y debe hablarse de ciertas características propias de los científicos de las sociedades en proceso de desarrollo propiciadas precisamente por el impacto que el contexto subdesarrollado ejerce en las pautas de conducta del hombre de ciencia, al parecer el carácter supranacional de la ciencia predomina aún, y contribuye a formar, a través de la difusión cultural, la imagen que el estudiante de niveles medios posee de la Ciencia y de su practicante (el científico).

La imagen a obtener del científico adquiere mayor relieve cuando se

la coloca en la perspectiva de otras ocupaciones. De ahí que de la hipótesis general derivemos una segunda hipótesis subordinada a ella. Mediante ésta, se busca confirmar el carácter supranacional de la actividad científica, así como el escaso conocimiento que de las tareas primordiales del científico, tienen ciertos grupos de adolescentes mexicanos.

Sobre dos fundamentos se ha bosquejado esa segunda hipótesis, según la cual puesto que: 1^o) existen ciertas ocupaciones que pueden equipararse a la del científico y 2^o) los estudiantes carecen de un conocimiento real del quehacer científico, confunden la ocupación científica con otras próximas y forman imágenes iguales o muy parecidas para ocupaciones que, en la realidad y en rigor, deben ser diferenciadas.

También pareció de interés precisar si los diferentes niveles económico-sociales influyen en la configuración de la imagen del científico y la matizan de acuerdo al contexto en el cual se encuentra inmerso el joven estudiante que emite su opinión, o si la imagen del científico que forma el joven es independiente del nivel económico-social ocupado por él mismo y por su familia.

La tercera hipótesis general considera, que la escuela era probable: a) que desempeñara un papel de elemento decisivo de transmisión y difusión de conocimientos; b) que la imagen del científico formada por los estudiantes era probable que tuviera su origen, en gran parte, en las enseñanzas que el estudiante recibe en su escuela, y c) que —de acuerdo al tipo y nivel de escuela— la imagen presentara matices diversos.

En efecto, instruir en el nivel medio de la enseñanza es transmitir y difundir pautas de comportamiento científico que: a) o pueden ser comunes a todos los miembros de la sociedad o, b) presentar diferencias de acuerdo a la estratificación existente en esa sociedad. Si bien en México prevalece una política educativa común a todas las escuelas, que se traduce en programas uniformes por materias, y que teóricamente pretende impedir la diferenciación educativa, en la práctica los diferentes tipos de escuela —oficial y particular— amplían o estrechan, profundizan o superficializan el contenido de los programas, matizando la enseñanza y propiciando la estratificación de conocimientos.

Concretamos también varias hipótesis particulares derivándolas de esta tercera general acerca del papel de la escuela; la primera de ellas, la referimos al tipo de escuela, la segunda, al nivel de escolaridad. Expresamente, las formulamos como sigue: 1o.) El tipo de escuela influye en el conocimiento que del científico tiene el estudiante. Se presupone que el sistema privado de enseñanza media es más eficiente que el público u oficial, y por consecuencia posibilita una mejor conformación de la imagen del científico (a) menos deformada, b) con mayor número de atributos y c) más claramente precisada debido a una información mayor y mejor acerca de lo que es un científico. La afirmación de la que partimos en

esta hipótesis particular la tomamos de un reciente estudio acerca de las escuelas particulares en el Distrito Federal mexicano.²

La imagen del científico va dejando de ser confusa y adquiere mayor precisión a medida que el estudiante asciende en el nivel de escolaridad. Los adolescentes que han concluido el ciclo medio inferior (secundaria) y cursan el superior (preparatoria) poseen un acervo de conocimientos, que aunados a otros factores sociales, (como la influencia de los medios de comunicación y el nivel socioeconómico familiar) contribuyen a que la imagen por ellos proporcionada difiera de la elaborada por los estudiantes que apenas cursan el ciclo inferior, quienes además de que aún tienen pocos conocimientos científicos y técnicos es probable que pertenezcan en alta proporción —si aceptamos la tesis de Aranguren³— a estratos económicos menos favorecidos que los alumnos del ciclo medio superior.

En efecto, según el autor citado, la división de la enseñanza en los tres niveles tradicionales procede de la necesidad que siente la sociedad burguesa de proporcionarle a cada clase social su correspondiente grado de enseñanza; así, la enseñanza primaria estaría destinada principalmente a la clase inferior; la media se destinaría a la clase media, y la superior quedaría reservada a la clase del mismo nombre. Se entiende que a medida que se asciende en el nivel de escolaridad, se puede lograr mayor movilidad vertical, de ahí la apetencia mayor que no corresponde siempre a la mayor demanda *real* de los estudios superiores.

El joven estudiante que ha logrado llegar al ciclo medio superior —antecedente inmediato de la enseñanza superior— pertenece en México, a un estrato económico medio o superior con ingresos mensuales familiares mayores que los correspondientes a quienes cursan el ciclo medio inferior.⁴ La proporción de alumnos que pertenecen a un estrato proletario y han alcanzado el nivel escolar de referencia es baja (menos del 10% en la investigación realizada).

De ahí que debemos aceptar que, en México, la escuela en su carácter de institución social forma parte de la sociedad global y refleja el sistema que en ella opera a) dando cabida a la diferenciación social y b) haciendo el juego al sistema tradicionalista (que consciente o inconscientemente dificulta el ascenso social a través de la educación). En las etapas superiores de la enseñanza, consideradas casi como reservadas en exclusiva a grupos de la alta burguesía, el sistema educativo limita el acceso a los candidatos provenientes de estratos menos favorecidos económicamente, por la interposición de las barreras económicas naturalmente: pero, también, a través del lenguaje mismo en que se difunde el conocimiento. Según estudios de Bourdieu y Passaron⁵ este lenguaje es similar al de la clase superior y desde luego, está muy alejado del que utilizan los miembros de la clase inferior. Eso concede una ventaja, poco perceptible pero que, por lo mismo, es más difícil de combatir, la cual beneficia o no desfavorece a los estudiantes proce-

dentes del estrato alto y perjudica o no favorece a quienes han tenido que recorrer un difícil camino al superar toda clase de barreras (para alcanzar, desde su nivel proletario o medio, el acceso al nivel de una enseñanza superior).

Las principales variables que introdujimos en este estudio para distinguir su influencia fueron: el sexo, el nivel de estudios, el tipo de escuela y el lugar de residencia, que puedan ejercer algún influjo en la conformación de la imagen del científico. Así, nos propusimos en el desarrollo de esta investigación examinar cada variable para determinar si la imagen del científico prevaleciente entre los adolescentes estudiantes mexicanos o era unificada o uniforme o no lo era; si era posible hablar de una sola imagen o bien si había imágenes diferenciadas de acuerdo a la posible influencia de algunas de las variables dependientes.

Para precisar la imagen del científico se trabajó con dos instrumentos diferentes; uno de ellos, dedicado a la obtención de materiales predominantemente cualitativos; el otro, destinado a caracterizar al científico mediante selección de atributos en un cuestionario que contiene, además de la ocupación del científico, otras cinco más (que son: abogado, artista, médico, ingeniero y empleado).

Este trabajo estará dedicado primordialmente a la imagen que del científico se ha obtenido mediante su caracterización a base de atributos, proporcionada mediante la técnica del "diferenciador semántico"; pero, en él se hará referencia ocasional a resultados provenientes del cuestionario cualitativo. Eso permitirá reforzar o explicar la imagen de los atributos. El presente trabajo constituye una de las tres partes en que, por razones prácticas, hubo necesidad de dividir el estudio total.

La decisión de hacer esta división también obedeció a los resultados; éstos una vez elaborados, indicaron la existencia de temas que, por la índole misma de su contenido, permiten su presentación aislada, sin riesgo de falta de uniformidad. Los trabajos restantes han quedado enmarcados en áreas relacionadas estrechamente con la presente, y su temática central queda ubicada en el ámbito de la economía y la psicología.

A esta parte del estudio le corresponde la caracterización del científico con base en atributos. Al igual que los demás trabajos, el presente se ha llevado a cabo entre adolescentes estudiantes de secundaria general y de preparatoria general, y ha cubierto cinco ciudades representativas de otras tantas situaciones socio-económicas del país: Tijuana, Mérida, Colima, San Cristóbal de las Casas y el Distrito Federal.

Se seleccionó precisamente a los adolescentes por ser la adolescencia la etapa evolutiva de la vida que abarca a las personas próximas a iniciar una carrera científica, y que además por la índole de los estudios que ya cursaron o que están cursando han tenido ya algún tipo de contacto con las disciplinas científicas. Por esos mismos motivos seleccionamos estudiantes de nivel medio en sus modalidades del tercer curso

del ciclo inferior —secundaria general— y primero del ciclo superior —preparatoria general—.

En la selección de los estudiantes se procedió mediante un muestreo que realizamos exclusivamente con base en una estratificación simple (que consideró un por ciento confiable del total de alumnos inscritos en cada uno de los grados escolares) seleccionados previamente —tercero de secundaria y primero de preparatoria—.

En todos los casos, y en forma sistemática, en cada grupo escolar se aplicaron los cuestionarios; el cuantitativo a una mitad del grupo y el cualitativo a la otra mitad. La selección de quiénes debían contestar uno y quiénes el otro se hizo al azar.

Como ya se dijo, se trató de un instrumento de aplicación colectiva que no requirió de empleo de técnica especializada, sino simplemente de la general, aplicable a cualquier tipo de prueba colectiva.

La metodología particular correspondiente en esta fase de captación de la imagen del científico amerita comentar lo relativo a la técnica de elaboración del cuestionario denominado por nosotros “cerrado” o “cuantitativo”, para diferenciarlo del otro instrumento empleado cuyas preguntas permiten respuestas “abiertas” o “cualitativas”.

El cuestionario que sirve de base a esta presentación, requirió el empleo de una técnica que hasta ahora se ha usado poco en México dentro del campo de la investigación sicosocial y que es conocida como “técnica del diferenciador semántico”.

La técnica del diferenciador semántico surgió de una serie de estudios relativos a los fenómenos cenestésicos (realizados por Darwoski y Odbert, en 1934) acerca del color y de la música relacionados con metáforas verbales. Como resultado de los trabajos continuos acerca de esos temas, se llegó a establecer que la imagen básica provocada en los fenómenos cenestésicos está íntimamente ligada con una metáfora verbal, y que ambas representan relaciones semánticas. Los autores de estos estudios “resumieron su labor con el postulado que asienta que el proceso de la formación de una metáfora en el lenguaje, al igual que en la cenestesia color-música, puede ser descrita como una alineación de dos o más dimensiones experimentales a las que se les puede definir verbalmente mediante pares de adjetivos opuestos o polares con posibles selecciones a lo largo de los *continua*”.⁶

Más tarde, Stanger y Osgood (1946) adaptaron este método para la medición de estereotipos sociales; aplicaron nuevamente la noción del *continuum* entre dos términos bipolares y utilizaron escalas con siete posibilidades selectivas. A partir de entonces, por aproximaciones sucesivas se ha venido desarrollando la técnica hasta llegar a su estado actual; éste se funda en la integración de grupos altamente correlacionados, que establezcan la evaluación social. El término básico de esta técnica —el diferenciador semántico—, significa “la distribución sucesiva de un con-

cepto en un punto dado del espacio semántico multidimensional, mediante la selección a lo largo de una escala de alternativas semánticas. La diferencia de significado entre dos conceptos es pues, meramente, una función de la diferencia en sus respectivos lugares en el mismo espacio; esto es, una función de la distancia multidimensional entre dos puntos".⁷

Para la formación de la escala semántica diferencial, se ponen en relación dos connotaciones principales: el concepto que va ser juzgado o caracterizado, y los elementos que van a integrar la escala. Desde luego, estos términos tienen que variar de acuerdo a las necesidades de cada trabajo; pero fundamentalmente, se empleará para el "concepto" un nombre propio o un sustantivo, (en este caso, las denominaciones de algunas ocupaciones entre ellas, la del científico). Para formar las escalas, se eligen ciertos adjetivos de los que pueda hacerse una presentación bipolar, y que resulten relevantes para el concepto que se pretende evaluar.

La selección de los elementos de la escala requiere toda una etapa previa, la cual, en este trabajo, se inició al realizar una serie de entrevistas entre adolescentes estudiantes representativos de diferentes sectores socio-económicos. A partir de las entrevistas, se fueron seleccionando los atributos que mencionaron los mismos adolescentes y se completó la lista de atributos con adjetivos tomados de guías universitarias para selección de carreras en las que se determinaron cuáles son los requisitos mínimos necesarios para poder dedicarse a ciertos estudios científicos. En esa forma se integró una escala compuesta de 31 atributos a los cuales se les puede agrupar en tres categorías: 1o.) la de los atributos somáticos, 2o.) la de los atributos psicológicos y 3o.) la de los atributos sociales. Con base en todos ellos, se puede trazar la imagen de cada una de varias ocupaciones: las seleccionadas para el estudio integral fueron las de médico, científico, artista, empleado, ingeniero y abogado.

El cuestionario que sirvió de base para la obtención de la imagen con base en los atributos, siguió la técnica del diferenciador semántico. Los resultados de la encuesta, obtenidos del tratamiento estadístico de los datos pusieron de manifiesto que el mayor porcentaje de las selecciones quedó ubicado en las casillas extremas de la escala bipolar, destinadas a pedir una "muy estrecha relación" del atributo con el concepto juzgado. Lo anterior no significa que las valoraciones semánticas de "estrechamente relacionado" o "ligeramente relacionado" no hayan sido empleadas, sino que las pocas frecuencias observadas para esas posibilidades hicieron necesario que a tres valoraciones correspondientes a cada polo de la escala se las considerara en forma conjunta, con ello, se redujo la escala de siete a tres graduaciones: atributos con valor semántico positivo, atributos neutros y atributos con valor semántico negativo.

No debemos dejar de señalar que la imagen del científico no está basada exclusivamente en esta técnica, sino que se derivó del trabajo

con dos instrumentos complementarios, y que los resultados definitivos procederán de la combinación de ambos procedimientos. La imagen que aquí presentaremos indica cuáles son los atributos que los estudiantes le han conferido al *científico*, frente a los propios de las otras ocupaciones seleccionadas (médico, abogado, ingeniero, empleado y artista). No expondremos detalladamente los procedimientos estadísticos seguidos para determinar la influencia de las principales variables consideradas a lo largo del estudio y diremos simplemente que después de haber sido analizados detallada y rigurosamente se llegó a las siguientes conclusiones:

- 1o. La imagen que las mujeres y los hombres proporcionaron son similares. Por eso, en lo siguiente se eliminó la distinción entre los sexos y se procedió a trabajar con las frecuencias sumadas de cada uno de estos grupos.
- 2o. Las diferencias correspondientes a las imágenes de los estudiantes de escuelas oficiales y de escuelas particulares tanto en el nivel de secundaria como en el de preparatoria no fueron estadísticamente significativas. Por esa misma razón se eliminaron también estas dos variables (tipo de escuela y nivel de escuela).

Las conclusiones anteriores fueron válidas para cada una de las ciudades en que se levantó el cuestionario por lo cual se puede hablar de una tercera conclusión:

- 3o. En cada ciudad se llegó a la integración de una sola imagen que correspondió a la totalidad de los estudiantes encuestados.

Una vez que se determinó cuáles variables carecían de influencia se procedió a comparar las ciudades entre sí; así se obtuvieron las agrupaciones de ciudades que figuran al término de la conclusión.

- 4o. En las cinco ciudades en que se aplicó el cuestionario
 - A) los atributos seleccionados para el científico fueron fundamentalmente los mismos; pero,
 - B) el orden en que se señalaron y los porcentos que les correspondieron no fueron idénticos; o sea que puede hablarse de una imagen uniforme, basada en los resultados de las elaboraciones, pero, hay que señalar que, en un análisis más riguroso destacan como localidades afines entre sí: el Distrito Federal y Tijuana por un lado, y Mérida y Colima por el otro; quedando San Cristóbal de las Casas como ciudad no integrable a ninguno de los otros dos grupos.

Para los fines del presente trabajo, consideraremos a las cinco ciudades como un todo, ya que en esta forma: a) resulta más nítida la imagen

obtenida y b) se facilita su comparación con las imágenes de las otras ocupaciones.

RESULTADOS:

Los caracteres que configuran la imagen del científico seleccionados por los estudiantes de enseñanza media en esas cinco ciudades del país, ordenados en forma progresiva descendente son: posee buena memoria; es organizado, activo, creador, con cultura general, constante; posee destreza manual; es analítico, atento, paciente, perceptivo, tranquilo, adaptable en sus hábitos, optimista, sociable, cuidadoso en su arreglo personal, comunicativo... La ordenación por rangos de los caracteres se hizo al considerar como significativos los que ocuparon un por ciento superior al 50.

El primer atributo —posee buena memoria— fue seleccionado por el 97.14% del total de 3,602 estudiantes que consideraron este renglón de la escala semántica; el último mencionado “comunicativo” sólo lo fue el 59.49% de un total de 3,594 alumnos.

Los caracteres no atribuibles al científico son aquellos que fueron “tachados” por el estudiante en la casilla semántica denominada “neutral”, y cuyos valores —en por ciento— fueron superiores al 50%. Los adjetivos no relacionados con el científico son: blanco, grueso, alto, religioso, rico, cariñoso, egoísta.

Otra serie de cinco atributos: fuerte, divertido, de buen gusto en casa y ropa, conservador, modesto, obtuvieron frecuencias muy similares tanto en la graduación neutra como en la “muy estrechamente relacionada” con el concepto juzgado (en este caso “el científico”). Estos adjetivos fueron eliminados igualmente y, por tanto, no han contribuido a integrar la imagen del científico, ya que deben ser consideradas como palabras ambiguas en su interpretación semántica, sin un significado claramente diferenciador en relación al concepto que pretenden calificar.

Los caracteres que integran los demás tipos de ocupación se mencionan de acuerdo a la importancia secundaria que les corresponde como factores contrastantes frente al científico.

Se tomaron como punto de partida los caracteres del científico ordenados de mayor a menor, tal y como han sido mencionados párrafos más arriba, y se procedió al cálculo de correlación por rangos entre cada una de las otras ocupaciones y la del científico, para determinar la similitud entre la imagen del científico y la imagen de las otras cinco ocupaciones.

Estos datos revelan que la imagen del científico tiene para el estudiante de enseñanza media mucho en común con la del médico y la del ingeniero, en tanto que la similitud resulta mucho menor entre la imagen del científico y la del abogado, el empleado y el artista.

Los estudiantes de enseñanza media de México, consideraron que el

científico y el médico son profesionales que, en común, tienen buena memoria, son organizados, activos, poseen cultura general, son constantes, analíticos y perceptivos. La similitud de características entre el científico y el médico hace pensar en una identidad de papeles; sin embargo, al comparar más detenidamente las imágenes correspondientes se han encontrado algunas diferencias bastante contrastadas entre las personas que pertenecen a estas profesiones.

De acuerdo con la imagen que de ellos forjan estos adolescentes, el científico es más creador y tiene mejor memoria que el médico, en tanto que éste ha sido calificado como más cuidadoso en su arreglo personal, más sociable, más optimista, más atento, más adaptable en sus hábitos, más tranquilo, más paciente y más comunicativo que el científico.

En general, los adolescentes consideraron que el médico posee atributos que lo capacitan mejor para su desenvolvimiento en el área de la actividad y las relaciones interhumanas, en tanto que el científico posee las cualidades propias de quienes se enfrentan al manejo de los problemas intelectuales.

El científico y el ingeniero también poseerían —para la visión intelectual de los adolescentes entrevistados— mucho en común; los dos han sido juzgados por ellos como individuos con buena memoria, constantes, con cultura general, perceptivos y tranquilos. El científico sería más analítico, más paciente y más activo que el ingeniero, en tanto que éste resultaría tener mayor destreza manual, ser más atento, más adaptable en sus hábitos, más optimista, más sociable, más comunicativo y más cuidadoso en su presentación de lo que sería el científico para esta visión de ambos. Nuevamente se observan rasgos de mayor y mejor trato humano en la imagen del ingeniero que en la del científico, en tanto que la aptitud intelectual seguiría siendo la propia (o mejor dicho, la más característica) del científico.

La otra actividad de tipo profesional quedó representada por el abogado. Ésta tendría menor similitud con la del científico. Si bien las dos profesiones fueron consideradas como propias de personas con buena memoria, organizadas, con cultura general, constantes, pacientes, perceptivas y tranquilas, se les consideró diferentes fundamental y contrastadamente en aquellos caracteres que posibilitan el acercamiento y comprensión de la vida social: al abogado se le atribuyó una imagen más acorde con este tipo de actividades, y al científico se le siguió colocando en el plano de los caracteres intelectuales.

Las ocupaciones con menor grado de relación con la del científico —para la apreciación de los entrevistados— fueron las del empleado y el artista. Confirma lo anterior el hecho de que sólo hubo un atributo común con el empleado y ninguno con el artista. Los caracteres diferenciales del empleado serían dos: 1) tener buen gusto en lo concerniente a su ropa y casa y 2) ser divertido. Al artista se le caracterizó frente al

científico por considerarle dotado de sensibilidad artística y buen gusto, y por ser divertido, cariñoso y confiado.

En la comparación entre las imágenes de estas seis ocupaciones diferentes llaman la atención varios hechos sobresalientes:

- 1o. Los estudiantes eliminaron los caracteres negativos (o defectos) cuando caracterizaron a los distintos tipos de profesiones y ocupaciones. Este hecho revela una actitud muy favorable frente a los mismos profesionales, si se considera que es propio de los adolescentes en particular el ser rebeldes y agresivos frente a quienes consideran que son sus "tiranos".
- 2o. En la inmensa mayoría de los casos, los estudiantes eliminaron los caracteres somáticos —los morfológicos y los fisiológicos— y prefirieron los psicológicos y los sociales. Este juicio colectivo pone en evidencia una valoración justa de los tipos ocupacionales que fueron sometidos a la consideración de los encuestados, pues en ellos es evidente que predomina la actividad intelectual sobre la física. La situación contraria —como es conocido— se encuentra en el trabajo puramente físico, para el que los caracteres somáticos y los fisiológicos son los más importantes.
- 3o. En forma resumida, los caracteres comunes a las imágenes de las tres profesiones juzgadas —médico, ingeniero y abogado—, han sido: la buena memoria, el poseer cultura general, el ser constantes y perceptivos. Este hecho se explica fácilmente sabiendo que, en una gran proporción, los maestros de enseñanza media, en sus dos niveles, son profesionales universitarios. En consecuencia se pone de manifiesto la influencia que ejerce la escuela, como medio de difusión, mediante el trato diario y personal del alumno con ese tipo de profesionales. Además, en el caso del médico, se aúna el trato que el estudiante ha tenido y tiene con este profesional en su vida diaria.
- 4o. De la ocupación del empleado, los estudiantes formaron una imagen en la cual destacan como caracteres propios el tener buen gusto y el ser divertido, y ocupan lugar importante el ser atento y ser sociable. Nuevamente, se descubre el influjo de la relación personal con el tipo ocupacional, porque, además de que en la actividad diaria de los estudiantes interviene el contacto con empleados, muchos de ellos, (más exactamente el 59%) son hijos de empleados.
- 5o. Por lo que se refiere al artista éste fue caracterizado unánimemente por medio del atributo de tener sensibilidad artística, que es desde luego, cualidad esencial en este tipo profesional. La relación que tienen los estudiantes adolescentes con los artistas

en forma permanente se realiza de manera indirecta, a través de los medios de información (televisión y radio) y de los de diversión (cine y teatro).

60. La imagen del científico, en base al diferenciador semántico —que se ampliará con la obtenida a través de la otra técnica empleada— surge como la representación de una persona altamente calificada en la actividad propia del intelecto, con cualidades que la facultan para ejercer el dominio sobre las disciplinas científicas, y dedicada al estudio y a la investigación, a expensas de un relativo descuido de las actividades del área social y personal.

Esta imagen del científico debe interpretarse como válida para el ámbito nacional, si bien no dejan de existir diferencias dignas de consideración entre la imagen que de él se forman los estudiantes de las ciudades con mayor desarrollo cultural, el Distrito Federal y Tijuana y la imperante en las otras localidades, en las cuales la expansión de ese tipo no ha alcanzado los mismos niveles.

Para concluir la interpretación de la imagen del científico, debemos abordar el aspecto de la formación e integración de la imagen misma. Desde el punto de vista psicológico, la imagen, —como su nombre lo indica— es el resultado del proceso denominado “imaginación”, que no es otra cosa que una sucesión de representaciones mentales que no resultan necesariamente experiencias vitales del pasado como ocurre con el recuerdo. El proceso de aparición de la imagen no es simple, y debe buscársele a lo largo de diferentes procesos mentales que van desde la formación de los esquemas sensorio-motores hasta la adquisición de las representaciones conceptuales. El camino más adecuado —a nuestro modo de ver— para comprender este difícil proceso, radica en descubrir su aparición precisamente en la etapa infantil, ya que es en ella en la que se dan las bases de todo proceso ulterior. No es pretensión de este trabajo profundizar en este campo, por lo cual formularemos la definición de lo que hemos concebido como “imagen”, partiendo del estudio de lo que acontece en la mente infantil que por lo demás no está demasiado alejada de la del adolescente.

Es en este sentido de ideas en el que podemos decir que la imagen es el resultado del proceso de abstraer y de imitar, a partir de la observación de los fenómenos reales. Sin embargo, no debe considerársela como una simple imitación interior producida por los esquemas sensorio-motores; no es una prolongación del proceso perceptivo, sino que implica una actividad perceptiva total en la cual intervienen no sólo los factores internos, sino también los externos. Así, puede decirse que la imagen atraviesa por diferentes procesos sicosociales hasta consolidarse definitivamente como una representación conceptual y una valiosa ayuda del pensamiento.

Una vez que el niño ha logrado integrar su proceso de acomodación imitativa, ha alcanzado el punto de unión de lo sensorio-motor y de lo representativo. A partir de este momento, empezarán a adquirir mucho mayor importancia los factores sociales que lo llevarán día con día a una conceptualización mucho más elaborada por la influencia de la actividad social que le rodea. Nuestros estudiantes adolescentes, ante una encuesta como la que ha motivado este trabajo tuvieron que reflexionar, necesariamente; debieron efectuar una operación de juicio o de crítica que llevaba tras de sí la consolidación de varios procesos psicológicos, para seleccionar los caracteres que en su opinión debería tener el individuo que ellos consideran un científico. En el proceso selectivo es donde intervienen los factores sociales; el adolescente estudiante o debió recurrir a su propia experiencia en el trato con personas a quienes él ha considerado como científicos o tuvo que buscar apoyo en la información que los medios de comunicación le han proporcionado. Es así como la imagen del científico, en la parte que corresponde a su integración social, ha sido configurada muy especialmente a través de los medios de difusión e información y probablemente en parte mínima por la experiencia vital del encuestado.

Esto lo afirmamos con base en los resultados de la misma investigación, en la cual una de las preguntas estuvo destinada a conocer mediante qué medios obtuvieron los adolescentes estudiantes las ideas acerca del científico. Las posibilidades de respuesta involucraron los diferentes "medios de comunicación" entendido este término en el sentido que le da Pasquali. * Si seguimos la tesis de este autor y la interpretación que de ella dan las investigadoras Regina Jiménez de Ottalengo y Georgina Paulín de Siade, para los fines de este trabajo, hemos considerado que existen tres tipos de medios de comunicación: los de difusión, los informativos y los de comunicación. Cada uno de ellos tiene características diferenciadoras, particularmente en México. De acuerdo a las respuestas de los propios estudiantes, han sido los llamados medios de difusión los que principalmente han intervenido en la formación de la imagen del científico, tanto en el Distrito Federal como en las otras ciudades en que se aplicó la encuesta.

Se ha considerado como "medios de difusión" los que posibilitan la relación de tipo cognoscitivo; en ella, el receptor en realidad está indicando el objeto, lo conocido, en tanto que el transmisor es empleado para

* "La expresión 'medios de comunicación' se refiere a aquellos canales artificiales de transmisión que el hombre ha inventado para enviar a un receptor (en forma cualitativa y más eficaz) mensajes significantes de cualquier naturaleza y expresados en cualquier simbología". Debe existir la relación transmisor-receptor para que se pueda hablar de "medios de comunicación" los cuales posibilitan que se establezca un vínculo, generalmente expresados por el diálogo. "El proceso de comunicación requiere de dos polos que inter-actúen en tal forma, que se establezca entre ellos un vínculo comunicativo".

señalar al sujeto congoscente. Si bien no se da en toda su amplitud la relación de comunicación, el sujeto cognoscente sí actúa, al dirigirse, a través de sus formas de conocimiento, las cuales funcionan a manera de enfoque, y viene a ser una manera de transmitir algo al otro término de la relación. El resultado de esta relación de conocimiento —tanto la científica como la literaria— puede ser transmitido por cualesquiera de los medios a disposición del hombre (desde luego los mismos que para la comunicación o información); sin embargo, para distinguirlos, se les llama “medios de difusión”. En el estudio de los adolescentes, los medios de difusión a través de los cuales han adquirido sus ideas sobre la ciencia y acerca del científico son los siguientes: libros, escuela y conferencias. Estos tipos de “medios” fueron mencionados por el 52% del total de estudiantes.

El segundo grupo, (el de los “medios informativos”) intervino en la formación de la imagen en el 31% de los casos. Son aquéllos que, pudiendo considerarse como de comunicación, en México han quedado en el nivel de medios de información, puesto que no cumplen con su cometido final, o sea establecer una relación *bilateral* entre el receptor y el transmisor. La relación queda truncada, atrofiada, debido fundamentalmente al hecho de que México en sus aspectos económico y cultural, permanece aún en un estadio de dependencia. Sin que pretendamos analizar el complejo problema de la dependencia, tan sólo diremos que, del estudio de Ottalengo y Siade se desprende que en México se localizan diversos factores —producto del subdesarrollo y de la dependencia— que están limitando y frenando el uso correcto, la orientación debida de los medios de comunicación. Fundamentalmente, se puede decir que en México “los grupos económicos rectores imponen desde dentro las normas de la información mostrando pautas de subordinación a los grandes centrales de información de las metrópolis, concretamente los Estados Unidos de América”.⁸

En el mismo trabajo se analizaron diferentes medios de información y se estableció el predominio de esos centros rectores, a través tanto de la programación de la televisión como de la radio. En México toda la información se emite desde las grandes ciudades, (principalmente la capital) y por el extremo de sus destinatarios, el subdesarrollo económico del país influye en la información obtenible ya que, para poder consumir los medios de información, se requiere capacidad de compra. El análisis efectuado comprueba que sólo el radio no se ve afectado por el índice de desarrollo socioeconómico. Otro factor limitativo es el político. “Cada etapa política maneja los medios de información con diferentes facetas”, pero siempre subordinándolos a sus intereses particulares y a los de los grupos hegemónicos. No hay duda de que los factores socio-culturales también limitan el desarrollo de estos medios: el consumo de dichos medios se restringe mucho, debido al alto grado de monolingüismo y analfabetismo que imperan en todo el país. Otro de los rasgos considerado

por las autoras es el histórico: “como antecedente de la ruptura del vínculo comunicacional en los países latinoamericanos” según afirman, y particularmente en México. Los tres siglos de dominación española, seguidos por un lapso de luchas intestinas y de intento de consolidación nacionalista que desembocó en un colonialismo cultural francés, para caer más adelante en la irremisible dependencia cultural y económica del país vecino, abrió y contribuyó a ahondar “la imposibilidad de un ejercicio libre al derecho de opinar, lo cual ha constituido una de las causas que han propiciado la atrofia comunicacional que sufrimos hoy día”.⁹

Los medios de información mencionados por los adolescentes de nuestra encuesta fueron: cine, radio, televisión y periódicos.

El tercer tipo de relación, la que es propiamente de carácter “comunicativo” intervino en el 17% de los casos. Es en ella en la única en la que —según el propio Pasquali— los términos de “transmisor” y “receptor”, así como la bilateralidad total de su relación cobran pleno sentido y se establece el diálogo. Con base en este carácter distintivo —el diálogo— fueron considerados en la encuesta los siguientes medios: pláticas con familiares, con compañeros, explicaciones de maestros, mesas redondas e intercambio de opiniones.

Sabemos que la imagen del científico no puede integrarse exclusivamente mediante la influencia de un sólo tipo de “medios de comunicación”, y que frecuentemente se combinan éstos, ya que coexisten en el grupo social de pertenencia. Es por ello por lo que buscamos las combinaciones posibles y obtuvimos resultados muy significativos por lo que en sí implican. En términos generales, y resumidos, se llega a la conclusión de que: la imagen del científico se configura por la combinación de los tres medios antes nombrados, entre los estudiantes de las escuelas particulares del Distrito Federal y los estudiantes de San Críóbal y de Colima; que los estudiantes de las escuelas oficiales del Distrito Federal han integrado la imagen del científico por influencia preferente de los medios de difusión exclusivamente, en tanto que para los estudiantes de Tijuana y Mérida ha sido la combinación de los medios de difusión e información la que ha formado la imagen. Debemos hacer resaltar que la escuela como tal medio de difusión por excelencia, ha ejercido una influencia definitiva en la obtención de la imagen del científico, en tanto que la comunicación misma que implica la aparición del diálogo y el intercambio de conocimiento ocupa lugar importante entre los estudiantes pertenecientes a un estrato socio-económico elevado o bien entre los habitantes de ciudades pequeñas en las cuales aún se cultiva y fomenta el valor cultural del diálogo familiar y amistoso, símbolo de una fuerte cohesión social.

La imagen conjunta del científico (o sea la obtenida por medio de diferentes atributos) más la reflejada a través de los ensayos de los adolescentes como respuesta a la pregunta “cuando pienso en un cientí-

fico, se me viene a la mente lo siguiente”: sigue con bastante exactitud los elementos integrales del “*ethos científico*” entendido en el sentido que ha sido expresado por Merton o sea como “el complejo de valores y normas efectivamente templados, que se consideran obligatorios para el hombre de ciencia”¹⁰ y que se expresan a través de elementos tales como el universalismo, el comunismo y el desinterés. Cada uno de ellos, en su connotación más detallada, lleva los atributos y descripciones de lo que los estudiantes entrevistados han considerado como propios de un científico.

En este sentido, es válida una última conclusión:

La imagen del científico tal y como fue formulada por los adolescentes estudiantes no debe ser considerada como un estereotipo, ya que corresponde a un reflejo de la realidad y no a una simplificación deformada basada en un conocimiento fragmentario y continuado del concepto recibido. Una de las características de los estereotipos, es que su formación requiere de un cierto tiempo de la vida del individuo, para llegar a formarse (no se puede hablar de estereotipos en los niños y consideramos que tampoco en la etapa evolutiva que es la adolescencia). En las primeras etapas de la vida se encuentran los procesos perceptivos que llevan a la integración de estereotipos en plena fase de iniciación y probablemente de desarrollo, pero todavía no de consolidación.

A manera de conclusión podemos decir que el determinar la imagen del científico y particularmente la que existe entre los estudiantes de enseñanza media —posibles candidatos a la carrera científica— es importante por varias razones:

1) Revela la idea del estudiante respecto a la forma de vida y características del científico y, en cierta forma está describiendo lo que su vida sería si se decidiera por esta actividad y podría servir como índice de orientación escolar en combinación con otros ya técnicamente probados.

2) Precisa la influencia de concepciones extrañas, o bien la persistencia de imágenes internacionales estables difundidas gracias a la expansión de los medios de comunicación. Esto, además de que fortalece la idea de la penetración cultural, prueba la existencia de uno de los valores culturales de la ciencia: el universalismo. Entendemos por valores culturales en este contexto las preferencias morales fuertemente arraigadas en una sociedad determinada y que, por lo general, son similares para las llamadas “culturas occidentales”. La persistencia y el acrecentamiento de estos valores constituye uno de los caracteres que permiten fortalecer a la ciencia misma.

No es de extrañar que la existencia del valor denominado “universalismo” proporcione una imagen homogénea del científico en las sociedades sujetas a patrones culturales similares, y cuyo desarrollo científico ha

0.1 ALGUNAS PRECISIONES

Más concretamente, este trabajo trata de mostrar cuáles son las fuentes de información de los periódicos diarios en México. El propósito científico del estudio es aportar materiales concretos para comprobar hipótesis sobre: a) la *dependencia cultural externa* (situación que sufren invariablemente los países económicamente débiles) y b) el *dominio cultural* que internamente ejercen las clases dominantes en el país.

En general, intenta: 1o.) examinar la importancia que desempeñan los medios de información en la vida de los países económicamente débiles y 2o.) argumentar sobre la forma en que los mismos pueden ayudarlos a fortalecerse económicamente.

0.2 ALGUNAS DIFICULTADES

El estudio de las fuentes de información admite marcos politicológicos y sociológicos amplios, y otro que, sin ser estrecho, no lo es tanto como esos: el de los estudios de la comunicación social.

Para que se entiendan las dificultades a las que hemos de enfrentarnos y en cuanto a las que se nos plantean desde el ámbito más dilatado, que como son obvias para los especialistas en ciencia Política y en Sociología participantes en esta reunión, hemos decidido hacer referencia sólo a las que vislumbramos o enfrentamos ya en nuestro campo más especializado de la comunicación social.

El tema de la comunicación social, en el cual está inmerso, presenta una problemática complicada, pues no sólo abarca aspectos subjetivos (como los de la comprensión del mensaje), sino que también debe examinar las actitudes frente al emisor, el medio y el contenido de éste y cubre áreas tan difícilmente aprehendibles como la de las pautas culturales —sobre todo las encubiertas— que rigen en una sociedad dada.

Frente a esas dificultades hemos optado por abarcar poco a poco, y con cautela, esa realidad, y que en ese proceso esta comunicación sea sólo un romper a andar (que espera beneficiarse de las sugerencias de los colegas)* ya que ofrece una serie de indagaciones iniciales sobre el tema y expresa sugerencias y referencias sobre el mismo.

0.3 ALGUNAS POSIBILIDADES

En esta tarea que nos hemos impuesto para irnos adentrando en el proceso de la comunicación colectiva, creemos que es de utilidad conocer cuál es la forma en que la información se monopoliza: a) en las grandes

* En realidad la redacción final de la misma se ha beneficiado enormemente de las observaciones que, durante la reunión le hicieron Jean Casimir, Julio Labastida, Enrique Contreras, Edelberto Torres y Roger Bartra a quienes la autora agradece ésta y cualquiera otra colaboración que le brinden en el futuro. Lo mismo que las orientaciones recibidas en cada momento por el profesor Uribe Villegas.

centrales de las agencias noticiosas internacionales y b) en el ámbito nacional, en los centros de poder económico y político, ya que esto junto con las interrelaciones y la retroalimentación existente entre unos y otros centros internos y externos contribuyen a configurar y a preservar la estructura dependiente.

0.4 TÉCNICAS UTILIZADAS

0.41 *Sus tres aspectos básicos*

Para describir esquemáticamente esta situación: 1o. pasamos revista a los medios informativos periodísticos más importantes en México; 2o. presentamos las leyes que los rigen y 3o. revelamos cuáles son sus fuentes de información.

Para realizar todo esto, hemos procedido de la siguiente manera:

Primero: Consultamos algunos títulos tanto filosóficos como sociológicos y psicolingüísticos sobre cultura y comunicación, así como libros sobre información periodística en particular, para demostrar el ámbito de investigación, si bien no para *definirlo* en cuanto en esta etapa esa definición podía resultar prematura y dañar en vez de beneficiar otras posibilidades. Por ello, *no lo consideramos empeño teórico sino simplemente punto de apoyo* para el modesto arranque descriptivo.

Segundo: Realizamos entrevistas con encargados de la elaboración de periódicos, con periodistas, reporteros, corresponsales, directores de periódicos, tanto de empresas comerciales como de dependencias gubernamentales para diferenciar —dándole contenido— el continuo indiferenciado de ese ámbito.

Tercero: En vista de la imposibilidad material de hacerlo con todos, elegimos un diario mexicano, de circulación nacional: En esta tarea, se nos ofrecían varios caminos: a) tomar un diario representativo en sentido estadístico social, b) tomar otro que sin serlo estadístico socialmente representara un contraste sociopolíticamente significativo que, ya fuera desde el lado positivo o ya desde el negativo, permitiera, en su momento, arrojar luz sobre los otros contrastes, c, d, otras opciones que aquí no nos interesan. Optamos por b) y mediante un sondeo de opiniones entre personas especializadas, determinamos que "Excélsior" representaba el contraste más marcado y significativo respecto de la prensa mexicana.

De ese diario que nos sirve para el estudio piloto, seleccionamos al azar una semana. Con ese material pretendemos ir haciendo cortes transversales para acercarnos a nuestro objetivo final: describir la realidad social en que se enmarca el proceso comunicacional colectivo en el país.

Nuestra opción implica, según esto, que el segundo de los grandes pasos de nuestro estudio consistirá precisamente en mostrar en qué tanto coincide "Excélsior", cómo sus diferencias son más aparentes que reales,

cómo aun siendo reales no alcanzan el grado de agudeza que podría esperarse de ellas, en función del condicionamiento estructural producido por la dependencia general del país (posible, lejana aportación teórica).

1) DESCRIPCIÓN: los resultados de la pesquisa *

1.1 *Aspectos generales de la prensa en México*

1.11 *El régimen legal de la prensa en México* ¹

En el Congreso de 1917 se aprobó el artículo 6, que constituye el antecedente del actual de la libertad de imprenta, el cual expresaba que "La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público".

En la actualidad, es el artículo 7 Constitucional el que se refiere a la libertad de imprenta. Éste expresa que...

"Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna Ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza de los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito. Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que, so pretexto de las denuncias por delitos de prensa, sean encarcelados los expendedores, 'papeleros', operarios y demás empleados del establecimiento de donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquéllos".

El artículo 20 Constitucional hace referencia, en su fracción IV, a los delitos cometidos por los individuos que resulten responsables, dice:

"En todo juicio del orden criminal tendrá el acusado las siguientes garantías: ...Fracción IV. Será juzgado en audiencia pública o por juez o jurado de ciudadanos que sepan leer o escribir, vecinos del lugar y partido en que se cometiere el delito, siempre que éste pueda ser castigado con una pena mayor de un año de prisión. En todo caso, serán juzgados por un jurado los delitos cometidos por medio de la prensa contra el orden público o la seguridad interior o exterior de la nación".

Las limitaciones constitucionales de la libertad de prensa son: 1) Ataques a la vida privada; esto hace referencia a: a) la vida privada y

* Colaboraron en la pesquisa Edna Ibarrodo y Emma Molina.

el honor, b) la difamación oral y escrita, c) el libelo informativo. 2) Ataques a la moral pública; lo cual hace referencia a: a) la moral interior y la moral pública. 3) Ataques a la paz pública, que se refieren a: a) los delitos de opinión o de propaganda y b) los delitos de amenazas, y 4) Ataques al orden público.

1.12 LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL DE LA PRENSA EN MÉXICO

La prensa en México es una prensa comercial. Las grandes empresas periodísticas son todas, excepto dos, *empresas privadas*. Las otras dos son periódicos del gobierno.

Los partidos políticos tienen periódicos, pero la influencia de éstos no es comparable a la de los otros, dado que 1) los de los partidos no son periódicos diarios y 2) su circulación no es amplia.

Las empresas periodísticas privadas se sostienen de sus anunciantes y suscriptores (y, sin que podamos probarlo por ahora, de canonjías estatales y privadas).

En el mundo comercial competitivo las empresas pretenden lograr mayor número de anunciantes y a su vez utilizan la propaganda como un elemento necesario para obtenerlos. Uno de los canales de propaganda utilizado por casi todos los periódicos diarios del país es el Directorio de Medios que les permite una llamada de atención a sus anunciantes reales y potenciales. El directorio es un libro que aparece cada tres meses. La empresa Medios Publicitarios Mexicanos, S.A. es la editora, su circulación está limitada a los profesionistas en la industria publicitaria. En el directorio se especifica el nombre del periódico, la fecha de su fundación, su personal directivo, su ubicación, sus representantes, las tarifas, su formato y medidas y su tiraje.

Las empresas periodísticas del interior del país están representadas en la capital y, a su vez, los periódicos capitalinos tienen sucursales en las principales ciudades de provincia.

Prácticamente, son nueve los representantes de periódicos que controlan los aspectos comerciales de los periódicos de provincia:

- a) la "Asociación de editores de los Estados"
- b) "Baillet y Asociados, S. A."
- c) "Editorial de los Estados, S. A."
- d) "Enríquez Simone, Perea y Cía., S. A."
- e) "El Herald, Cía. Editorial, S. A."
- f) "Lemus, Representaciones Periodísticas, S. A."
- g) "Organización Periodística García Valseca".
- h) "Prensa Nacional Asociada, S. A."
- i) "Prensa Unida de México, S. A."

1.13 LAS FUENTES DE INFORMACIÓN DE LA PRENSA EN MÉXICO

Por "fuentes de información" de los periódicos, entendemos el origen de los textos publicados. Estas fuentes van desde los más inmediatos, simples y no profesionales: 1o. el protagonista, 2o. el testigo ocular (reportero o no), hasta los menos mediatos, más elaborados y profesionales, los que citan informes u opiniones de testigos, los que transcriben lo que alguien dijo, o elaboran boletines de prensa emitidos por otros.

Las dos primeras son *fuentes primarias*, las otras, *fuentes secundarias*.

El ideal de todo periódico pudiera ser, nos dice Dovifat,² que pudiera procurarse sus noticias con gente propia, ver los sucesos con ojos propios y describirlas así, desde un principio. Es probable que éste sea el ideal porque la fuente de primera mano nos permite juzgar mejor de la posible veracidad de la noticia. Sin embargo, este ideal es imposible de lograr dado que ni se puede estar en todos lados ni tener un personal que sea testigo presencial de todo cuanto acontezca en el mundo. Por eso un periódico se allega información no sólo de las fuentes primarias sino también, de las fuentes secundarias. Para autentificar estas noticias y hacerlas responsables el periódico debe indicar claramente cuáles son las fuentes de donde proceden los textos que publica; el que no lo hace, por ese sólo hecho se vuelve sospechoso.

1.131 CLASIFICACIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

Como la diferenciación de niveles (primario y secundario) presenta serias dificultades para su análisis optamos por utilizar la diferenciación funcional de: 1) Institucionales, 2) Individuales y 3) Compuestas, y subdividimos cada grupo como lo muestra el esquema No. 1.

1. *Las fuentes institucionales* son aquellas organizaciones creadas ex-profeso para realizar las funciones de información periodística. Se pueden subdividir, a su vez, en: 1.1) Institucionales privadas y 1.2) Institucionales gubernativas.

Las fuentes institucionales privadas tienen como función básica el difundir las noticias mediante una remuneración de parte de sus consumidores (en este caso, las empresas periodísticas). Las institucionales gubernativas son aquellas dependencias del gobierno cuyo ejercicio primordial es emitir y distribuir las noticias del ámbito de acción de gobierno que les corresponde. Ejemplo: La Oficina de Prensa de la Presidencia, de las Secretarías de Estado y las Empresas Descentralizadas.

Entre las fuentes institucionales privadas están las agencias de noticias y las empresas periodísticas, las que venden extractos a otras y entre las gubernativas tanto las oficinas de prensa de las dependencias del

gobierno como las agencias de noticias estatales. Ejemplo: la agencia francesa *France Press*, o la rusa *TASS*.

Las fuentes institucionales (tanto si son privadas como si son gubernativas) pueden agruparse en nacionales y extranjeras dependiendo de su ubicación.

2. *Las fuentes individuales* son aquellas en que una o varias personas físicas indetificables proporcionan el texto de la noticia. Estas fuentes se pueden subdividir a su vez en: 2.1) profesionales y 2.2) no profesionales. Las profesionales son aquellas en las que los individuos que emiten las informaciones reciben una remuneración por hacerlo y tienen una preparación formal, o a veces no tienen preparación formal pero hacen de eso su principal forma de vivir, y las no profesionales son aquellas en las que los individuos que proporcionan la información no reciben por hacerlo remuneración alguna, o si la reciben no lo hacen de manera constante.

Entre las fuentes individuales profesionales podemos citar a los corresponsales, reporteros, colaboradores y entre las no profesionales al público.

Las fuentes individuales también se pueden agrupar en nacionales y extranjeras, según sea su procedencia.

3. El tercer tipo de fuente es la *compuesta*, que conjuga la institucional con la individual; ese es el caso en que un periodista que aparece simultáneamente con la agencia, es autor responsable de una noticia.

1.132 TIPIFICACIÓN DE LAS FUENTES INFORMATIVAS

1.1321 *Institucionales*

1.13211 *Institucionales Privadas*

1.132111 *Agencias Noticiosas*. Empresas que hacen acopio de informaciones y las difunden a través de los medios más rápidos de transmisión a sus suscriptores. Estas pueden ser por el capital que manejan, privadas, estatales o mixtas, y por su ubicación nacionales o extranjeras.

Las agencias nacionales más importantes en México son: Informex y Notimex, ambas constituidas como empresas privadas, pero se dice que están íntimamente ligadas a sectores estatales y políticos.

De las extranjeras, las que son más mencionadas por los periódicos mexicanos son: *La Reuter* (británica, cooperativa) o la *Latin-Reuter* su filial (latinoamericana, cooperativa); la *Associated Press* (A.P. estadounidense, corporación gremial), la *United Press* (U.P. estadounidense, cooperativa); *International News Service* (I.N.S. estadounidense cooperativa); Agencia *France Press* (A.F.P. francesa, empresa estatal); *Telegrafnoye, Agentstvo Sovjetskavo Sauna* (TASS, rusa, empresa estatal); *Agenzia Nazionale Stampa Associata* (ANSA, italiana, cooperativa y EFE, (Agencia española).

Las agencias noticiosas mexicanas.

Informex. Fue fundada en 1958 con la razón social de "Agencia Mexicana de Noticias" por el licenciado Alvaro Gálvez y Fuentes y otros abogados, quienes actualmente forman parte de su Consejo de Administración. En 1963 cambió su denominación a la actual de Informex. Al acto inaugural asistió el entonces presidente de la República; licenciado Adolfo López Mateos.

Su organización, a grandes rasgos es como sigue: un Director General es el encargado de supervisar todas las actividades; un Director Periodístico o Sub-Director, tiene por misión auxiliar al Director General en esas funciones de vigilancia; un Departamento de Contabilidad es el encargado de llevar la organización administrativa de la agencia. Existe una Jefatura de Información, a la que corresponde la dirección de los reporteros y que se encarga de distribuir el trabajo entre ellos. La Jefatura de información tiene cuatro Jefes de Turno que son los encargados de supervisar y aprobar las noticias.

Tiene dos receptores de noticias, uno en cada turno. Son los que reciben las noticias por teléfono de parte de sus reporteros. Los receptores entregan las noticias a los Jefes de Turno para su distribución.

Informex cuenta con un Departamento de Transmisión de Noticias que es el encargado de enviar las noticias tanto a las agencias informativas extranjeras con las que tiene relación: ANSA, A.P., France Press y Tangut (agencia yugoslava) como a los periódicos de provincia y a las radio y teledifusoras nacionales e internacionales. Las formas de comunicación de los reporteros y corresponsales con la Jefatura de información son por teléfono; pero la agencia envía notas por microondas, y cuenta con teletipo.

Notimex. En el año de 1970 se fundó Notimex como empresa privada. Por información de algunos colaboradores se sabe que se formó con un propósito político: servir en la campaña electoral para la Presidencia de la República (que en ese año realizó el Partido Revolucionario Institucional en favor del licenciado Luis Echeverría).

Aunque se constituyó como empresa privada, es manejada por un grupo político, según nos informaron personas que colaboran dentro de la agencia, aunque nunca nos precisaron el grupo político a que hacen mención.

Notimex cuenta con: una Dirección General que se encarga de las relaciones públicas; un Sub-Director que es quien realiza las decisiones y coordina la organización general; una Jefatura de Redacción que dirige a los Jefes de Información encargados de distribuir las zonas de trabajo; una Jefatura de Edición en donde se realiza la redacción de las noticias. De la Jefatura de Edición parte la información; a) para 105 periódicos; b) para los canales de televisión de Tijuana, Monterrey, Veracruz y Mérida así como a los noticieros de los diferentes canales de la televisión.

capitalina, y c) para 70 estaciones radiodifusoras del interior del país y para la XEB capitalina.

Utiliza como canales de información: a) el teléfono para cubrir la información de la ciudad capital y b) el Telex y el radio para el interior del país.

Recibe la información la Jefatura de Redacción o la de Edición para su distribución.

Por el año de 1968 se fundó otra agencia; *Agencia Mexicana de Noticias*, cuyos patrocinadores fueron, según nuestros entrevistados, "políticos con aspiraciones presidenciales". Dejó de existir a raíz de que el grupo político que la apoyaba perdió poder.

Por lo expuesto, vemos que las agencias noticiosas mexicanas sirven a los intereses políticos para lo que fueron creadas, y que su existencia está limitada al tiempo durante el cual subsisten los grupos que las apoyan.

En México no existe una agencia noticiosa privada con las características de las grandes centrales informativas internacionales; pero hay una agencia que ha ido cobrando fuerza y que abarca la zona latinoamericana: *Agencia Latin* asociada a la Agencia Reuter, y que se informó en 1969 con la reunión de algunos importantes periódicos latinoamericanos: "El Mercurio" de Chile, "El Estado" de São Paulo, "O Globo" de Río de Janeiro, "El Expreso" de Lima, "El Comercio" de Lima, "El Comercio" de Quito, "La Verdad" de Caracas, "El Nacional" de Caracas, "El Tiempo" de Bogotá y "Excélsior" de México. La casa central se encuentra en Buenos Aires. Su objetivo, expresado por algunos de sus fundadores era fundar una agencia en la que las noticias latinoamericanas fueran "manejadas" por latinoamérica.

Hay sucursales de esta agencia en cada una de las ciudades latinoamericanas en que tiene periódicos asociados, y también las hay en Nueva York y Londres.

Las noticias se concentran en Buenos Aires y se distribuyen a través de la agencia Reuter en Londres.

La agencia cuenta en México con cuatro corresponsales mexicanos radicados en Guadalajara, Mérida, Monterrey y Acapulco.

El mundo de las noticias es tan amplio que una sola empresa ya no puede concentrar toda la información; por eso existen medios entrelazados para entregar las noticias. Además, las agencias noticiosas de los países pobres no pueden competir con las grandes cooperativas noticiosas tales como la AP y la UPI cuyos presupuestos anuales están alrededor de los 55 y 47 millones de dólares respectivamente,³ mientras que, por ejemplo, las de México tienen como presupuestos anuales entre 45 y 50 millones de pesos. A eso hay que agregar que por lo que respecta a las agencias mexicanas de noticias, éstas no presentan características tangibles ni de empresas privadas ni de empresas estatales (como la France Press o

la TASS rusa) y que ésto las hace más vulnerables dentro de la competencia de las grandes centrales noticiosas.

1.132112 *Empresa Periodística*. Los periódicos de todo el mundo tienen un intercambio de artículos entre sí; cuando la noticia de uno de ellos la publica otro le da crédito, en el periódico nacional, a la empresa periodística que proporcionó el artículo.

1.13212 FUENTES INSTITUCIONALES GUBERNATIVAS

Todas las dependencias gubernativas tienen oficinas que se encargan de la difusión de la información correspondiente a cada una. La difusión se lleva a cabo mediante un documento conocido como "boletín de prensa".

A esos boletines informativos tiene acceso —previa identificación— cualquier representante de cualquier periódico o revista nacional o internacional o de cualquier agencia noticiosa nacional o internacional.

Las oficinas de prensa intercambian informaciones y es la Secretaría de la Presidencia la que se encarga de censurar, concentrar y coordinar toda la información que estas oficinas dan.

En la Dirección de Prensa, Radio y Difusión de la Secretaría de la Presidencia se distribuye la información a las agencias nacionales de noticias y tiene instalada la AP teletipo para dar y recibir información.

1.1322 FUENTES INDIVIDUALES

1.13221 *Fuentes individuales profesionales*

1.132211 *Corresponsales* son los informantes permanentes que residen en lugar diferente a la sede del periódico o la agencia noticiosa y que tienen comunicación directa con la empresa periodística que los contrata.

1.132212 *Reporteros* son los informantes que envían sus relatos al periódico al cual pertenecen.

1.132213 *Colaboradores* son los individuos que están agregados regularmente a la redacción del periódico y que se diferencian de los reporteros en que no están al acecho de noticias o hechos para narrarlos o describirlos sino para comentarlos.

1.13222 *Fuentes individuales no profesionales* son las personas, asociaciones o agrupaciones que no caen dentro de las categorías antes mencionadas (a las que consideramos en conjunto como *público*) y que ocasional, periódica o continuamente transmiten a los periódicos informaciones que éstos publican.

1.14 LA PRENSA EN MÉXICO, EN SUS CONCRECIONES FÍSICAS.

Existen en el país 201 periódicos: De éstos, 32 están registrados en el Distrito Federal (ver cuadro II) y el resto, en los Estados.

CUADRO I

TIRAJE DIARIO DE PERIÓDICOS¹ Y NUMERO DE PERSONAS DE 10 AÑOS Y MAS² POR RANGOS, SEGUN EL NUMERO DE PERSONA POR EJEMPLAR POR ENTIDAD FEDERATIVA

1 9 7 0

Rango	Entidad	Tiraje de Periódicos	Personas de 10 años y más	Personas por Ejemplar
7	Aguascalientes	42 305	222 454	5.3
9	Baja California Norte	88 777	582 199	6.6
15	Baja California Sur	7 750	85 034	11.0
12	Campeche	18 000	170 838	9.5
2	Coahuila	177 743	247 917	1.4
11	Colima	19 000	160 392	8.4
25	Chiapas	40 200	1 035 871	25.8
6	Chihuahua	208 921	1 077 857	5.2
1	Distrito Federal	4 524 449	4 858 810	1.1
22	Durango	27 400	610 939	22.3
3	Guanajuato	174 318	391 002	2.2
18	Guerrero	80 620	1 047 768	13.0
29	Hidalgo	20 491	794 586	38.8
14	Jalisco	218 387	2 201 970	10.1
27	México	70 427	2 474 047	35.1
16	Michoacán	362 740	4 640 084	12.8
30	Morelos	9 250	414 049	44.7
20	Nayarit	20 050	359 397	17.9
4	Nuevo León	391 000	1 150 643	2.7
28	Oaxaca	28 500	1 465 599	38.1
16	Puebla	132 332	1 695 049	12.8
21	Querétaro	16 143	316 472	19.6
13	Quintana Roo	5 900	56 819	9.6
17	San Luis Potosí	65 790	849 745	12.9
10	Sinaloa	112 038	836 269	7.5
8	Sonora	133 600	743 893	5.6
26	Tabasco	16 500	493 547	29.9
5	Tamaulipas	298 150	983 536	3.3
24	Tlaxcala	12 095	279 136	23.1
19	Veracruz	179 300	2 566 723	14.3
5	Yucatán	160 346	531 085	3.3
23	Zacatecas	26 568	603 379	22.7
TOTAL		7 699 090	32 434 176	4.2%

FUENTE: ¹ Medios Publicitarios, S. A.² Dirección General de Estadística.

CUADRO II

NUMERO DE PERIODICOS Y REVISTAS REGISTRADOS EN
ENTIDADES FEDERATIVAS

<i>Entidad</i>	<i>Total</i>	<i>%</i>
<i>E. U. Mexicanos</i>	1 996	100.0
Aguascalientes	7	0.4
Baja California Norte	25	1.2
Baja California Sur	6	0.3
Campeche	1	0.1
Coahuila	26	1.3
Colima	7	0.3
Chiapas	17	0.9
Chihuahua	26	1.3
Distrito Federal	1 271	63.6
Durango	4	0.2
Guanajuato	21	1.0
Guerrero	13	0.6
Hidalgo	12	0.6
Jalisco	66	3.3
México	88	4.4
Michoacán	41	2.1
Morelos	17	0.9
Nayarit	17	0.9
Nuevo León	66	3.3
Oaxaca	13	0.7
Puebla	33	1.6
Querétaro	8	0.4
Quintana Roo	1	0.1
San Luis Potosí	20	1.0
Sinaloa	28	1.4
Sonora	32	1.6
Tabasco	9	0.4
Tamaulipas	39	1.9
Tlaxcala	2	0.1
Veracruz	51	2.6
Yucatán	12	0.6
Zacatecas	17	0.9

FUENTE: Datos Básicos: Sría. de Industria y Comercio,
Dirección General de Estadística.

El tiraje diario aproximado de periódicos en el país, en 1970, era de 7.699,090 ejemplares; es decir que de acuerdo con la población mexicana de esta fecha (32 434,176) correspondían 4.2 personas de 10 años o más por ejemplar. Al Distrito Federal le correspondía el menor número de personas (1.1) por ejemplar, le siguen el Estado de Coahuila con 1.4, el de Guanajuato con 2.2 y el de Nuevo León con 2.7. Los Estados de Hidalgo y Morelos eran en 1970 los que tenían mayor número de personas: 38,8, el primero, 44.7 el segundo (véase el cuadro 1).

Los periódicos más importantes en el país, por entidad federativa* (ver cuadro 3), son:

Aguascalientes: "El Sol del Centro" y "El Heraldó".

Baja California Norte: "La Voz de la Frontera", "Baja California", "El Heraldó de Baja California", (II Época) "El Mexicano".

Baja California Sur: "Subcaliforniano" "Últimas Noticias".

Campeche: "Avance", "Avance del Carmen".

Coahuila: "El Eco", "El Día", "La Tarde", "El Tiempo", "El Diario de Nueva Rosita", "El Diario de Piedras Negras", "La Voz del Norte", "Zócalo", "El Heraldó de Saltillo", "El Independiente", "El Sol del Norte", "La Opinión", "La Opinión de la Tarde", "El Regional", "Respetable Público", "El Siglo de Torreón".

Colima: "El Diario de Colima", "El Imparial", "Panorama", "Nuevo Manzanillo".

Chiapas: "Avante", "Diario del Sur", "El Sol de Soconusco", "Es", "La Extra", "El Heraldó", "El Sol de Chiapas", "La Tribuna".

Chihuahua: "El Diario", "Correo", "El Continental", "La Crónica", "El Fronterizo", "El Mexicano", "El Heraldó de Madero", "Renovación", "El Heraldó", "El Heraldó de la Tarde", "Norte", "El Correo de Parral", "El Monitor".

Distrito Federal: "La Afición", "Avance", "Crucero", "Daily Bulletin", "Deporte Gráfico", "El Día", "Diario de la Tarde", "Esto", "Excélsior", "El Fígaro", "El Heraldó de México", "Lunes de Excélsior", "Monitor Comercial", "The News", "Novedades", "Ovaciones", "La Prensa", "El Redondel", "El Sol de México" (Matutino y Vespertino), "El Universal", "Universal Gráfico", "Últimas Noticias de Excélsior".

Durango: "Diario de Durango", "Heraldó de Durango", "El Sol de Durango", "La Época".

* FUENTE: *Directorio de Medios* (Agosto-Noviembre de 1972).

Guanajuato: "El Sol del Bajío", "Estado de Guanajuato", "Guanajuato", "El Heraldo de Irapuato", "El Heraldo", "Noticias Vespertinas", "El Sol de León", "El Sol de Salamanca", "Tribuna".

Guerrero: "Avance", "Avante", "El Gráfico", "Novedades de Acapulco", "Revolución", "El Sol de Guerrero", "Últimas Noticias del Sol de Guerrero", "Trópico", "La Verdad", "Actualidades", "La Voz de Iguala", "Diario de Guerrero", "El Sol de Chilpancingo".

Hidalgo: "El Heraldo", "Nuevo Gráfico", "El Sol de Hidalgo", "La Región".

Jalisco: "La Voz del Sur", "Zapotlán", "El Diario", "Fiesta Brava", "El Informador", "El Occidental", "La Prensa de Jalisco", "El Sol de Guadalajara", "The Observer", "Provincia".

Michoacán: "Epoca", "Tiempo Apatzingán", "Argos", "Vida de la Piedad", "La Voz de la Costa", "Elite", "Noticias", "La Verdad", "La Voz de Michoacán", "Ciudad", "El Cruzado", "Diario de Michoacán", "El Noticiero", "La Opinión", "Reportajes", "Vanidad", "Hechos", "El Diario de Zamora", "Guía", "Heraldo de Michoacán", "Heraldo de Zamora", "La Palabra", "Voz de Zamora", "La Verdad".

Morelos: "Polígrafo", "Avance de Morelos", "Correo del Sur", "Presente".

Nayarit: "Ecos de Nayarit", "El Nayar", "El Sol de Tepic", "El Tiempo de Nayarit".

Nuevo León: "Más Noticias", "El Norte", "El Porvenir", "El Sol", "El Tiempo", "Tribuna de Monterrey".

Oaxaca: "Carteles del Sur", "El Imparcial", "Oaxaca Gráfico".

Puebla: "El Heraldo", "Novedades de Puebla", "El Sol de Puebla", "La Voz de Puebla", "La Escoba", "Oriente".

Querétaro: "Diario de Querétaro", "El Día de Querétaro", "Tribuna".

Quintana Roo: "Avance Caribe".

San Luis Potosí: "El Diario de Valles", "El Heraldo", "El Sol Deportivo", "El Sol de San Luis".

Sinaloa: "El Diario de Culiacán", "El Sol de Culiacán", "El Sol de Sinaloa", "La Voz de Sinaloa", "El Regional", "El Correo de la Tarde", "El Demócrata", "Noticias de El Sol", "Diario de los Mochis", "El Sol del Pacífico", "El Debate".

Sonora: "El Sol", "Norte", "Diario del Yaqui", "Tribuna del Yaqui", "El Diario", "La Gaceta", "El Heraldo", "El Imparcial", "El Regional", "El Sonorense", "El Informador del Mayo", "Acción".

Tabasco: "Diario de Tabasco", "Presente", "Rumbo Nuevo".

Tamaulipas: "Ecos del Mante", "Matutino", "El Monitor", "El Diario de Ciudad Victoria", "El Heraldito de Ciudad Victoria", "El Bravo", "El Mañana", "La Opinión", "El Ciudadano", "El Diario de Nuevo Laredo", "El Noreste", "Noticias", "Prensa de Reynosa", "La Hoja", "El Mundo", "El Sol de Tampico", "Diario de Valle Hermoso".

Tlaxcala: "El Sol de Tlaxcala".

Veracruz: "El Diario del Sur", "Impulso", "Diario de Sotavento", "El Mundo", "Diario de Xalapa", "Mundo de Xalapa", "El Tema de Hoy", "La Opinión", "El Mundo de Orizaba", "El Regional", "El Tiempo", "El Diario de los Tuxtlas", "La Tribuna", "Diario de Veracruz", "El Dictámen", "La Nación", "La Noticia", "La Tarde".

Yucatán: "Avance de Mérida", "Diario del Sureste", "Diario de Yucatán".

Zacatecas: "La Voz de Fresnillo", "El Heraldito", "El Sol de Zacatecas", "Voz del Pueblo".

1.15 IRRADIACIÓN SOCIAL DE LA PRENSA EN MÉXICO

Como puede observarse, (Cuadro III), de la descripción de los principales periódicos por entidades federativas, el área social que cubren los periódicos locales es restringida. La edición se realiza en los centros urbanos y su número de ejemplares es escaso. Su circulación se reduce al ámbito geográfico del lugar donde se edita y lugares aledaños excepto algunos periódicos metropolitanos. Donde mayor tiraje hay es en el Distrito Federal, donde por cada habitante de 10 años y más hay un periódico (Ver Cuadro I); el segundo lugar lo ocupa el Estado de Coahuila, con 1.4 personas de 10 años y más por periódico. En esta entidad, el mayor tiraje se concentra en la ciudad de Torreón (remítase al Cuadro I y III). El Estado de Guanajuato ocupa el tercer rango con 2.2 personas de 10 y más años por periódico. El mayor tiraje se concentra en la ciudad de León.

El Estado de Nuevo León ocupa el cuarto rango, con 2.7 personas de 10 años, y más por periódico. El tiraje se concentra en la ciudad de Monterrey.

El rango décimoquinto lo ocupa el territorio de Baja California con 11 personas de 10 años y más por periódico. La edición se realiza en La Paz.

El rango décimosexto, lo ocupan Michoacán y Puebla con 12.8 personas de 10 años y más por periódico. En el primero, el tiraje mayor se efectúa en Morelia, en el segundo, el tiraje mayor se concentra en la ciudad de Puebla.

CUADRO III

PERIODICOS DEL PAIS, POR ENTIDAD FEDERATIVA, LUGAR DE EDICION
AÑO DE FUNDACION, MOMENTO DE APARICION Y NUMERO DE EJEMPLARES

ZONA: PACIFICO NORTE

<i>Entidad y Lugar de Edición</i>	<i>Periódico</i>	<i>Año de Momento</i>		<i>Nº de Ejemplares Diario</i>	<i>Perio- Domin. dad</i>
		<i>Funda- ción</i>	<i>de apa- rición</i>		
Baja California Norte					
Mexicali	La Voz de la Frontera	Mat.	20 764	19 370 D
	El Mexicano	1959	Mat.	16 000 D
Tijuana	Baja California	1947	Vesp.	15 000 D
"	El Mexicano	1959	Mat.	16 000 D
"	El Heraldo de Baja Calif. (II época)	1941	Vesp.	8 000 D
Ensenada	El Mexicano	1959	Mat.	8 000 D
Baja California Sur					
La Paz	Subcaliforniano	Mat.	5 000 D
	Ultimas Noticias	1950	Mat.	3 000 D
Nayarit					
Acaponeta	Ecos de Nayarit	1917	Juev. y Dom.	2 300 B
Tepic	El Nayar	1942	Vesp.	5 000 D
"	El Sol de Tepic	1951	Mat.	6 500 D
"	El Tiempo de Nayarit	1955	Mat.	6 000	6 000 D
Sinaloa					
Culiacán	El Diario de Culiacán	1949	Mat.	18 000	18 000 D
"	El Sol de Culiacán	1965	Vesp.	15 000 D
"	El Sol de Sinaloa	1956	Mat.	16 240 D
"	La Voz de Sinaloa	1944	Vesp.	3 000	Sábado 4 000 D
Guasave	El Regional	1939	Mat.	2 500 D
Mazatlán	El Correo de la Tarde	1885	Vesp.	5 000 D
"	El Demócrata	1919	Mat.	5 000 D
"	Noticias de El Sol	1954	Vesp.	15 000 D
"	El Sol del Pacífico	1947	Mat.	16 797 D
Los Mochis	Diario de Los Mochis	1964	12 000 D
"	El Debate	1941	Mat.	15 501 D
Sonora					
Agua Prieta	El Sol	1953	Mar.	6 071 S
Cananea	Norte	Mar. y Juev.	2 500 B
Ciudad Obregón	Diario del Yaqui	1942	Mat.	18 000 D
"	Tribuna del Yaqui	Mat.	18 000 D
Guaymas	El Diario	1934	Vesp.	3 000 D
"	La Gaceta	1915	Mat.	3 000 D
Hermosillo	El Heraldo	Vesp.	10 500 D
"	El Imparcial	1937	Mat.	30 000 D
"	El Regional	1953	Vesp.	9 000 D
"	El Sonorense	1963	Mat.	25 000 D
Navojoa	El Informador	1957	Mat.	10 575 D
Nogales	Acción	1937	Mat.	5 000 D

<i>Entidad y Lugar de Edición</i>	<i>Periódico</i>	<i>Año de Funda- ción</i>	<i>Momento de apa- rición</i>	<i>Nº de Ejemplares Diario</i>	<i>Perio- Domin. dad</i>
Coahuila					
Ciudad Acuña	El Eco	1959	Mat.	4 500 D
Monclova	El Día	1954	Mat.	15 000 D
	La Tarde	Vesp.	10 000 D
	El Tiempo	1964	Mat.	15 000 D
	El Diario de Nva. Rosita	Mat.	5 000 D
Nueva Rosita	El Diario de P. Negras	Mat.	9 000 D
	La Voz del Norte	1949	Mat.	6 500 D
	Zócalo	1965	Mat.	14 000 D
Saltillo, Coah.	El Heraldo de Saltillo	1963	7 000 D
	El Independiente	Mat.	10 000 D
	El Sol del Norte	1955	Mat.	18 893 D
Torreón	La Opinión	1917	Mat.	32 200	36 500 D
	La Opinión de la Tarde	1955	Vesp. D
	El Regional	1966	Dom.	8 000 S
	Respetable Público	1962	Dom.	8 000 S
	El Siglo de Torreón	1922	Mat.	34 000 D
Chihuahua					
Ciudad Juárez	Correo	1959	Mat.	18 000 D
	El Continental	1926	Noct.	8 000 D
	La Crónica	1961 D
	El Fronterizo	1943	Mat.	33 596 D
	El Mexicano	1947	Vesp.	23 023 D
Ciudad Madero	El Heraldo de Madero D
Ciudad Ojinaga	Renovación	Dom.	2 000 S
Chihuahua, Chih.	El Heraldo	1927	Mat.	45 500 D
	El Heraldo de la Tarde	1955	Vesp.	18 302 D
	Norte	1954	Mat.	24 000 D
Hidalgo del Parral	El Correo del Parral	1922	Vesp.	7 000 D
	El Monitor	1960	Mat.	6 500 D
Durango					
Durango, Dgo.	Diario de Durango	1959	Vesp.	8 150 D
	Heraldo de Durango	1969	Mat.	5 800 S
	El Sol de Durango	1947	Mat.	14 750 D
Gómez Palacio	La Epoca	1954	Mat. D
Nuevo León					
Monterrey	Más Noticias	1965	Mat.	50 000 D
	El Norte	1938	Mat.	82 000	87 000 D
	El Porvenir	1919	Mat.	48 000	51 000 D
	El Sol	1922	Vesp.	46 000 D
	El Tiempo	Vesp.	17 000 D
	Tribuna de Monterrey	1968	Mat.	65 000 D
San Luis Potosí					
Ciudad Valles	Diario de Valles	1968	Mat.	4 000 D
San Luis Potosí	El Heraldo	1942	Mat.	39 864	43 850 D
	El Sol Deportivo	1969	Dom.	10 000 S
	El Sol de San Luis	1952	Mat.	28 637 D

<i>Entidad y Lugar de Edición</i>	<i>Periódico</i>	<i>Año de Funda- ción</i>	<i>Momento de apa- rición</i>	<i>Nº de Ejemplares Diario</i>	<i>Perio- dicidad Domin.</i>
Tamaulipas					
Ciudad Mante	Eco del Mante	1939	Vesp.	3 000 D
"	Matutino	1964	Mat.	5 000 D
"	El Monitor	1971	3 000 S
Ciudad Victoria	El Diario de la Ciudad de Victoria	1955	Mat.	5 000 D
"	El Heraldo de Victoria	1945	Mat.	4 500 D
Matamoros	El Bravo	1951	Mat.	12 000 D
"	La Mañana	1971	Mat.	10 000 D
"	La Opinión	1971	30 000 D
Nuevo Laredo	El Ciudadano de Nuevo Laredo	1967	Mat.	20 000 D
"	El Diario de Nuevo Laredo	1948	Mat.	20 000	25 000 D
"	La Mañana	1932	Mat.	11 200 D
Reynosa	La Mañana	1932	Mat.	45 655 D
"	Noticias	1958	Mat.	7 500 D
"	Prensa de Reynosa	1963	15 000 D
Tampico	La Hoja	1971	Mat.	20 000 Q
"	El Mundo	1918	Mat.	64-350	66 012 D
"	El Sol de Tampico	1950	Mat.	75 000 D
"	El Sol de la Tarde	1955	Vesp.	25 000 D
Valle Hermoso	Diario de Valle Hermoso	Mat.	5 000 D
Zacatecas					
Fresnillo	La Voz de Fresnillo	1952	Vesp.	2 000	2 500 D
Zacatecas	El Heraldo	1954	Mat.	12 374	13 611 D
"	El Sol de Zacatecas	1954	Mat.	6 000 D
"	Voz del Pueblo	1948	Vesp.	6 000 T
Aguascalientes					
Aguascalientes	El Heraldo	1954	Mat.	22 102	24 312 D
"	El Sol del Centro	1945	Mat.	19 946 D
Distrito Federal					
"	La Afición	1930	93 200 D
"	Avance	1967	28 000 D
"	Crucero	1970	Vesp.	25 000 D
"	Daily Bulletin	1936	7 500 D
"	Deporte Gráfico	1969	Mat.	50 000 S
"	El Día	1962	Mat.	60 000 D
"	Diario de México	1950	Mat.	80 000 D
"	Diario de la Tarde (Novedades)	1957	Vesp.	78 874 D
"	Esto	1941	Mat.	601 350 D
"	Excélsior	1917	Mat.	147 571	152 319 D
"	El Fígaro	1952	Dom.	85 000 S
"	El Heraldo de México	1965	Mat.	186 878 D
"	Lunes de Excélsior	1964	Lun.	30 000 S
"	Monitor Comercial	1918	Mat.	6 000 D
"	The News	1950	Mat.	22 115 D
"	Novedades	1936	Mat.	131 570	125 975 D

UN PERIÓDICO MEXICANO, SU SITUACIÓN SOCIAL, FUENTES DE INFORMACIÓN 785

<i>Entidad y Lugar de Edición</i>	<i>Periódico</i>	<i>Año de Fundación</i>	<i>Momento de aparición</i>	<i>Nº de Ejemplares Diario</i>	<i>Periódico Domin. dad</i>
"	Ovaciones (1a. Ed.)	1947	Mat.	200 587 D
"	Ovaciones (2a. Ed.)	Vesp.	171 670 D
"	La Prensa	1928	Mat.	185 361 D
"	El Redondel	1928	45 000 S
"	El Sol de México	1965	Mat.	157 000 D
"	El Sol de México	1965	Vesp.	145 000 D
"	El Universal	1916	Mat.	139 242	151 242 D
"	El Universal Gráfico	1922	Vesp.	80 620 D
"	Ultimas Noticias de Excélsior (1a. Ed.)	1936	Vesp.	54 695 D
"	Ultimas Noticias de Excélsior (2a. Ed.)	1939	Vesp.	46 485 D
Guanajuato					
Celaya	El Sol del Bajío	1949	Mat.	12 591 D
Irapuato	Guanajuato	1932	4 000 D
"	El Heraldo de Irapuato	1966	Mat.	27 546	30 300 D
"	El Sol de Irapuato	1955	Mat.	25 000 D
León, Gto.	El Heraldo	1957	Mat.	41 580	45 738 D
"	Noticias Vespertinas	1961	13 000 D
"	El Sol de León	1946	Mat.	44 130 D
Salamanca	El Sol de Salamanca	1958	Mat.	8 350 D
"	Tribuna	5 000 D
Hidalgo					
Pachuca, Hgo.	Nuevo Gráfico	1958	Dom.	5 800 S
"	El Sol de Hidalgo	1949	Mat.	14 691 D
Tula de Allende	La Región	1951	Juev. y Dom.	7 000 B
Jalisco					
Cd. Guzmán	La Voz del Sur	1965	Juev.	4 000 S
"	Zapotlán	1951	Miér. y Dom.	2 000 ID
Guadalajara, Jal.	El Diario	Mat.	70 000 D
"	Fiesta Brava	1950	Dom. S
"	El Informador	1917	Mat. D
"	El Occidental	1942	Mat.	84 500 D
"	El Sol de Guadalajara	1948	Vesp.	60 000 D
Lagos de Moreno	Provincia	1954	Juev. y Dom.	5 000 B
México					
Cd. Satélite, Edo. de México	La Opinión	1968	20 000 TM
Tlalnepantla	Avance	1970
"	El Noticiero	Miér. y Sáb. B
Toluca, Méx.	El Heraldo de Toluca	1954	Mat.	5 000 D
"	Rumbo de Toluca	1968	Mat.	20 000	7 600 D
"	El Sol de Toluca	1947	Mat.	20 000 D
"	Extra de El Sol	1957	Vesp.	8 000 D
Michoacán					
Apatzingán, Mich.	Epoca	1962	Dom.	3 500 S
"	Tiempo de Apatzingán	Mat.	5 000 D
La Piedad, Mich.	Argos	1920	2 000 S

Miér., Vier.

Entidad y Lugar de Edición	Periódico	Año de Momento		Nº de Ejemplares Diario	Perio-	
		Funda- ción	de apa- rición		domin.	dad
"	Vida de La Piedad	y Dom.	3 500	ID
Morelia	Elite	1964	Dom.	4 000	S
"	Noticias	1962	Mat.	8 000	D
"	La Verdad	Juev.	4 500	S
"	La Voz de Michoacán	1948	Mat.	26 175	D
Uruapan	Ciudad	1967	Sáb.	5 000	S
"			Miér., Vier.			
"	El Cruzado	1961	y Dom.	5 000	ID
"	Diario de Michoacán	Mat.	D
"	El Noticiero	5 000	D
"	La Opinión	Mat.	5 000	D
"	Reportajes	Dom.	3 500	S
"	Vanidad	1960	Mat.	5 000	S
Zacapu	Hechos	1965	2 119	S
Zamora	El Diario de Zamora	1966	Mat.	500	D
"	Guía	17 340	S
"	Heraldo de Michoacán	Mar. y Juev.	5 000	B
"	El Heraldo de Zamora	1952	Mat.	5 000	D
"	La Palabra	1956	Miér. y Dom.	10 000	B
"	Voz de Zamora	1938	8 000	D
Zitácuaro	La Verdad	4 000	D
Morelos			Mar., Dom.			
Cuatla	Polígrafo	1949	y Vier.	1 500	2 000	ID
Cuernavaca	Avance de Morelos	1966	3 000	D
"	El Correo del Sur	1961	Dom.	4 000	S
"	Presente	1959	Mat.	3 000	S
Puebla						
Puebla	El Heraldo de México en Puebla	1966	Mat.	31 150	D
"	Novedades de Puebla	1966	Mat.	15 260	D
"	El Sol de Puebla	1944	Mat.	43 182	D
"	La Voz de Puebla	1953	Vesp.	D
Tehuacán	La Escoba	Mat.	8 000	D
Teziutlán	Oriente	1929	Juev. y Dom.	6 000	B
Querétaro						
Querétaro	Diario de Querétaro	1963	Mat.	12 000	D
"	El Día de Querétaro	1943	Juev.	5 000	S
"	Tribuna	1944	Mat.	7 000	S
Tlaxcala						
Tlaxcala	El Sol de Tlaxcala	1955	Mat.	12 095	D
Campeche						
Campeche	Avance	1970	D
Cd. del Carmen	Avance del Carmen	1970	Mat.	D
Quintana, Roo						
Chetumal	Avance, Caribe	5 900
Tabasco						
Villahermosa	Diario de Tabasco	1958	Mat.	D
"	Presente	Mat.	10 000	D
"	Rumbo Nuevo	Mat.	6 500	D

UN PERIÓDICO MEXICANO, SU SITUACIÓN SOCIAL, FUENTES DE INFORMACIÓN 787

<i>Entidad y Lugar de Edición</i>	<i>Periódico</i>	<i>Año de Fundación</i>	<i>Momento de aparición</i>	<i>Nº de Ejemplares Diario</i>	<i>Periódico</i>	<i>domin. dad</i>
Veracruz						
Ocoyucan	Diario del Sur	5 000	D
Carlos A. Carrillo	Impulso	Vesp.	7 000	D
Coatzacoalcos	Cámara	1966	Mat.	10 000	D
"	Diario de Sotavento	1958	Mat.	10 000	D
Córdoba	El Mundo	1960	Mat.	7 000	D
Xalapa	Diario de Xalapa	1943	20 000	D
"	Mundo de Xalapa	1967	Mat.	5 000	D
"	El Tema de Hoy	Mat.	D
Minatitlán	La Opinión	1934	Mat.	10 300	D
Orizaba	El Mundo de Orizaba	1963	Mat.	5 500	D
"	El Regional	1955	Juev. y Dom.	2 000	B
Poza Rica	El Diario	1950	Mat.	8 000	D
"	La Opinión	1953	Mat.	16 000	12 000	D
"	El Regional	Vesp.	5 000	D
"	El Tiempo	1963	Mat.	14 000	D
San Andrés Tuxtla	El Diario de los Tuxtlas	1944	2 000	D
Tuxpan	La Tribuna	1946	Mar., Juev., y Sáb.	4 500	T
Veracruz	Diario de Veracruz	125 000	D
"	El Dictamen	1898	Mat.	38 000	39 000	D
"	La Nación	1963	Mat.	19 000	D
"	La Noticia	1966	8 000	D
Veracruz	La Tarde	1944	Vesp.	26 000	D
Yucatán						
Mérida	Avance de Mérida	1969	D
"	Diario del Sureste	1931	89 000	D
"	Diario de Yucatán	1925	Mat.	45 148	46 519	D
"	Novedades de Yucatán	1965	Mat.	44 691	46 152	D
Colima						
Colima	Diario de Colima	1954	4 000	D
"	El Imparcial	4 000	D
"	Panorama	5 000	D
Manzanillo	Nuevo Manzanillo	1958	3 000	B
Tecomán	Diario de Tecomán	Juev.-Dom.	B
Chiapas						
San Cristóbal las Casas	Avante	5 500	D
Tapachula	Diario del Sur	1947	Mat.	6 500	7 300	D
"	El Sol del Soconusco	1952	Mat.	4 000	4 000	D
Tuxtla Gutiérrez	Es	1948	4 000	D
"	El Sol de Chiapas	1957	5 000	D
"	La Extra (2a. Edición de El Sol de Chiapas)	3 000	D
"	El Heraldo	1949	10 000	D
"	La Tribuna	1958	Mat.	5 000	D

1.23 LAS FUENTES DE INFORMACIÓN EN "EXCÉLSIOR".

Para conocer la extensión que cubrían las noticias según sus fuentes de información, se consideraron los criterios de medición de texto y ubicación, en una semana de muestra elegida al azar.

Se midió el espacio que cubría el texto de cada noticia, por líneas ágatas. Cuando el tamaño de letra cambiaba se hizo la conversión a otra unidad de medida que fue "el punto".*

Únicamente se tomó en cuenta el texto de cada artículo, dejando para un análisis posterior, su título y el espacio ocupado por las fotografías y los pies de fotografías.

Los artículos se clasificaron por su ubicación y por su fuente de información. Para la ubicación se determinó únicamente en qué lugar aparecía la primera parte de la noticia y las clases de lugar se identificaron como: "primera plana", "segunda" y "tercera páginas", "página editorial" y "resto del periódico".

Désglosamos nuestro análisis por ubicación, dado que un periódico tiene como parte de su política la valoración de la noticia; es decir, ellos distribuyen la información disponible entre las diversas páginas del diario de acuerdo con su importancia. Así, en la "primera plana" aparece aquello que se quiere hacer resaltar; la segunda y tercera plana se destinan a las informaciones internacionales que no proporciona en la primera plana; en la página editorial, aquella orientación que quiere darse al público sobre los acontecimientos.

Resultados obtenidos:

Si observamos el Cuadro A, vemos que en "Excélsior" el 54.37% del espacio ocupado por los textos noticiosos, no mencionan la fuente de que proceden.

Entre los que aparecen con fuente responsable: 1o.) 52.0% procede del personal del periódico —corresponsales (en el país y en el extranjero), reporteros y colaboradores— y 2o.) 32.1% del espacio lo cubren las agencias noticiosas; de estas últimas (ver Cuadro A1) y sólo 10.7% lo cubre la agencia Latin; el resto procede de otras agencias.

El 6.6% procede de corresponsales de agencias extranjeras, lo que hace que un 38.7% del espacio esté controlado por éstas.

Del total del espacio con fuente responsable, sólo 5.0% es proporcionado por el público.

El cuadro B se refiere a las fuentes de las que proceden las noticias de la "primera plana" de "Excélsior". En él se observa que, —con respecto al total del periódico—, 1o.) carece de fuente informativa

* Los puntos se agrupan de 6 en 6. Dos unidades de 6 puntos forman un cuadratín. Los puntos no cambian, lo que cambia es la "familia" de tipo, la que se identifica por la "pata" de la letra. Las medidas más comunes van de 6 a 72 puntos.

CUADRO A

ESPACIO DEDICADO A NOTICIAS POR FUENTE DE INFORMACION
TOTAL DEL PERIODICO

<i>F u e n t e</i>	<i>Líneas Agatas</i>	<i>%</i>	<i>Tot. líneas águas sin considerar "sin fuente"</i>	<i>% sin considerar "sin fuente"</i>
Agencias Noticiosas:				
Nacionales				
Extranjeras	44 375	10.59	44 275	23.19
Extranjeras y L. Reuter	10 440	2.50	10 440	5.47
Latin Reuter	6 520	1.56	6 520	3.41
Fuentes Gubernativas:				
Nacionales	5 800	1.39	5 800	3.04
Extranjeras	2 321	.56	2 321	1.22
Corresponsales:				
Extranjeros	7 775	1.86	7 775	4.07
Extranjeros	8 352	2.00	8 352	4.37
Corresponsales de Agencias Extranjeras:				
Reportero	12 665	3.03	12 665	6.63
Público	34 238	8.19	34 238	17.93
Colaboradores	9 540	2.28	9 540	5.00
Sin Fuente	49 037	11.73	49 037	25.68
Sin Fuente	227 072	54.31
T O T A L	418 035	100.00	190 963	100.00

CUADRO A 1

ESPACIO DEDICADO A AGENCIAS NOTICIOSAS
TOTAL DEL PERIODICO

<i>Agencias Noticiosas</i>	<i>Líneas Agatas</i>	<i>%</i>
Nacionales		
Extranjeras	44 275	72.30
Extranjeras y L. Reuter	10 440	17.05
Latin Reuter	6 520	10.65
T O T A L	61 235	100.00

CUADRO B

ESPACIO DEDICADO A LAS NOTICIAS POR FUENTE DE INFORMACION
PRIMERA PLANA

<i>F u e n t e</i>	<i>Líneas águas (Total Semanal)</i>	<i>%</i>	<i>Total líneas águas "sin fuente"</i>	<i>% sin considerar "sin fuente"</i>
Agencias Noticiosas:				
Nacionales				
Extranjeras	2 540	10.09	2 540	12.74
Extranjeras y L. Reuter	5 060	20.00	5 060	25.38
Latin Reuter	745	2.96	745	3.74
Fuentes Gubernamentales:				
Nacionales	170	.68	170	.84
Extranjeras	135	.54	135	.68
Corresponsales:				
País	3 145	12.50	3 145	15.78
Extranjeros	235	.93	235	1.18
Corresponsales de Agencias Extranjeras:				
Reportero	2 630	10.45	2 630	13.19
Público	5 275	20.95	5 275	26.46
Colaboradores
Sin Fuente	5 240	20.81
TOTAL	25 175	100.00	19 935	99.99

CUADRO B 1

ESPACIO DEDICADO A AGENCIAS NOTICIOSAS
PRIMERA PLANA

<i>Agencias Noticiosas</i>	<i>Líneas Águas (Total semanal)</i>	<i>%</i>
Nacionales
Extranjeras	5 060	60.64
Extranjeras y L. Reuter	2 540	30.44
Latin Reuter	745	8.92
TOTAL	8 345	100.00

responsable el 21.0% de las noticias, 2o.) que no hay noticias procedentes del público y 3o.) que menos del 1.0% aparece como de fuentes gubernativas.

De las que cuentan con fuente responsable: 1o.) el 43.5% procede del personal del periódico; 2o.) 42.8% proviene de lo informado por las agencias noticiosas. De éstas (ver Cuadro B1) el 8.9% procede de la agencia "Latin"; el resto de otras agencias.

El Cuadro C, se refiere a las noticias que aparecen en la segunda y tercera plana. En estas planas, todas las noticias proceden de las agencias noticiosas. De éstas sólo el 17.5% proceden de la agencia "Latin", de la cual "Excélsior" forma parte.

Se observa que, en esta parte, toda la información presenta su fuente de procedencia.

El Cuadro D se refiere a los artículos de la página editorial. De éstos, sólo el 1.2% carece de fuente; todo el resto es proporcionado por los colaboradores de "Excélsior".

Si distinguimos entre "colaboradores" y "editorialistas", podremos ver que los artículos de los segundos son los que ocupan menos espacio (21.1% frente a 78.9%).

El Cuadro E ilustra sobre el espacio que, en el resto del periódico, se les dedica a las noticias, de acuerdo con la fuente de información de éstas. En él observamos: que el 47.5% del espacio se dedica a noticias de las que no se menciona la fuente. De las noticias cuya fuente se menciona: el 56.0% es proporcionado por el personal del periódico; el 23.9% de agencias noticiosas, el 8.0% del público; el 6.5% de fuentes gubernativas, el 5.6% de corresponsales de agencias extranjeras.

De la información que procede de las agencias noticiosas, el 11.2% proviene de la agencia "Latin".

1.24 "EXCÉLSIOR" EN SU CONCRECIÓN FÍSICA.

"Excélsior" es un periódico matutino con planas de 8 columnas por 280 líneas. El ancho de las columnas es de 25.5 líneas ágatas.

Está dividido por Secciones: A, B, C, D. El domingo aparece un suplemento: Diorama y un magazine en blanco y negro y color.

1.25 LA IRRADIACIÓN SOCIAL DE "EXCÉLSIOR".

El periódico, editado en el Distrito Federal, tiene un promedio total de circulación neta pagada y certificada* de 147,571 ejemplares entre semana y de 152,319 los domingos.

De la media de 149,945 ejemplares diarios; el 71.8% se distribuye en la ciudad; y el 27.3% en el interior del país, el 0.2% al extranjero, y el resto a "varios"; archivo por ejemplo.

* FUENTE: Medios Publicitarios, S. A.

CUADRO C

ESPACIO DEDICADO A NOTICIAS POR FUENTE DE INFORMACION

SEGUNDA Y TERCERA PLANAS

<i>F u e n t e</i>	<i>Líneas Agatas (Total semanal)</i>	<i>%</i>
Agencias Noticiosas:		
Nacionales
Extranjeras	5 400	33.70
Extranjeras y L. Reuter	6 695	41.79
Latin Reuter	2 570	16.04
Fuentes Gubernamentales:		
Nacionales
Extranjeras
Corresponsales:		
País
Extranjeros
Corresponsales de Agencias Extranjeras:	1 355	8.46
Reportero
Público
Colaboradores
Sin Fuente
TOTAL	16 020	200.00

CUADRO C 1

ESPACIO DEDICADO A AGENCIAS NOTICIOSAS

SEGUNDA Y TERCERA PLANAS

<i>F u e n t e</i> <i>Agencias Noticiosas</i>	<i>Líneas Agatas (Total semanal)</i>	<i>%</i>
Nacionales
Extranjeras	5 400	36.82
Extranjeras y L. Reuter	6 695	45.65
Latin Reuter	2 570	17.52
TOTAL	14 665	99.99

CUADRO D

ESPACIO DEDICADO A NOTICIAS POR FUENTE INFORMATIVA

PAGINA EDITORIAL

<i>F u e n t e</i>	<i>Líneas Agatas (Total Semanal)</i>	<i>%</i>	<i>Total líneas agatas menos "sin fuente"</i>	<i>% sin considerar "sin fuente"</i>
<i>Agencias Noticiosas:</i>				
Nacionales
Extranjeras
Latin Reuter
<i>Fuentes Gubernamentales:</i>				
Nacionales
Extranjeras
<i>Corresponsales:</i>				
País
Extranjeros
<i>Corresponsales de Agencias Extranjeras:</i>				
Reportero
Público
Colaboradores	19 785	77.92	19 785	78.87
Editorialistas	5 300	20.87	5 300	21.13
Sin Fuente	305	1.20
TOTAL	25 390	100.00	25 085	100.00

CUADRO E

ESPACIO DEDICADO A NOTICIAS POR FUENTE DE INFORMACION

RESTO DEL PERIODICO

<i>F u e n t e</i>	<i>Líneas Agatas (Total Semanal)</i>	<i>%</i>	<i>Total líneas águas menos "sin fuente"</i>	<i>% sin considerar "sin fuente"</i>
Agencias Noticiosas:				
Nacionales
Extranjeras	25 375	11.15	25 375	21.23
Latin Reuter	3 205	1.40	3 205	2.68
Fuentes Gubernamentales:				
Nacionales	5 630	2.46	5 630	4.72
Extranjeras	2 186	.96	2 186	1.83
Corresponsales:				
País	4 630	2.04	4 630	3.87
Extranjeros	3 941	1.73	3 941	3.30
Corresponsales de Agencias Extranjeras:				
Reportero	6 730	2.96	6 730	5.63
Público	28 963	12.72	28 963	24.24
Colaboradores	9 540	4.19	7.98
Sin Fuente	29 300	12.88	24.52
Sin Fuente	107 991	47.47
TOTAL	227 491	100.00	119 500	100.00

CUADRO E.1

ESPACIO DEDICADO A AGENCIAS NOTICIOSAS

RESTO DEL PERIODICO

<i>Agencias Noticiosas</i>	<i>Líneas Agatas (Total semanal)</i>	<i>%</i>
Nacionales
Extranjeras	25 375	88.79
Latin Reuter	3 205	11.21
TOTAL	28 580	100.00

CUADRO F

NOTICIAS DE AGENCIAS PUBLICADAS POR EXCELSIOR

(SEMANA DE MUESTRA)

<i>Agencias Noticiosas</i>	<i>No.</i>	<i>%</i>
A.P	192	38.8
AFP	76	15.4
Latin	63	12.8
Latin-Reuter	45	9.1
EFE	42	8.5
ANSA	20	4.0
Varias	56	11.3
TOTAL	494	99.9

Entre los periódicos capitalinos, "Excelsior" ocupa el tercer rango de circulación en la zona metropolitana (ver gráfica 3) y el segundo rango de circulación en el interior del país (gráfica 2).

Es un periódico, que —según la última encuesta consultada por nosotros**— es leído por gentes de clase media alta: comerciantes, profesionistas, industriales, etcétera, con un nivel económico y cultural elevado.

1.3 CONCLUSIONES PARCIALES

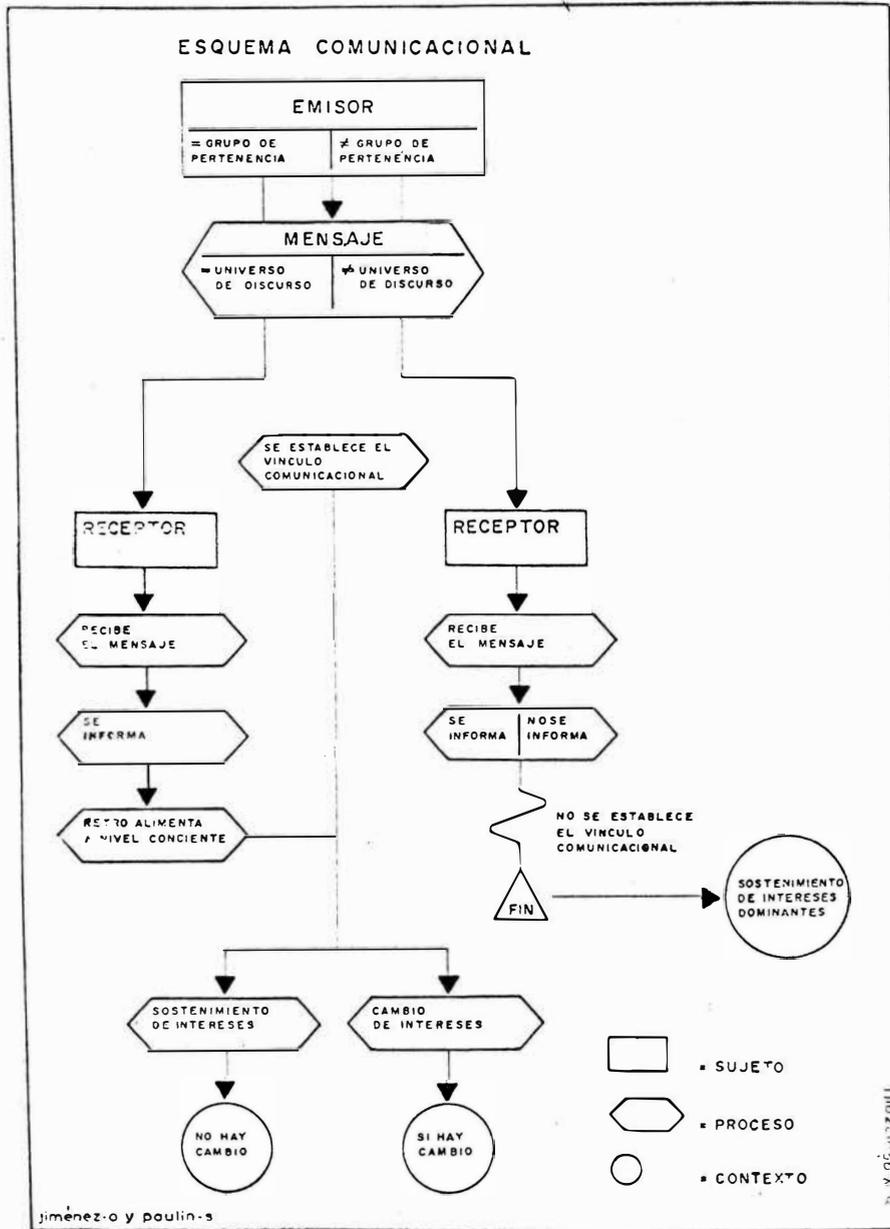
Si nos concretamos al aspecto legal, el periodismo en México es un periodismo libre cuyas únicas limitaciones consisten sólo en la preservación de la vida privada, el honor individual, los valores de la sociedad y la paz pública. Sin embargo, existen otras limitaciones, no expresadas sino encubiertas.

Algunas de esas limitaciones son: no todos tienen acceso a los medios de información, para transmitir noticias y expresar sus ideas; no todas las noticias salen a la luz pública; la presentación de la información hace variar su sentido de acuerdo a los intereses de los detentores del poder económico y político.

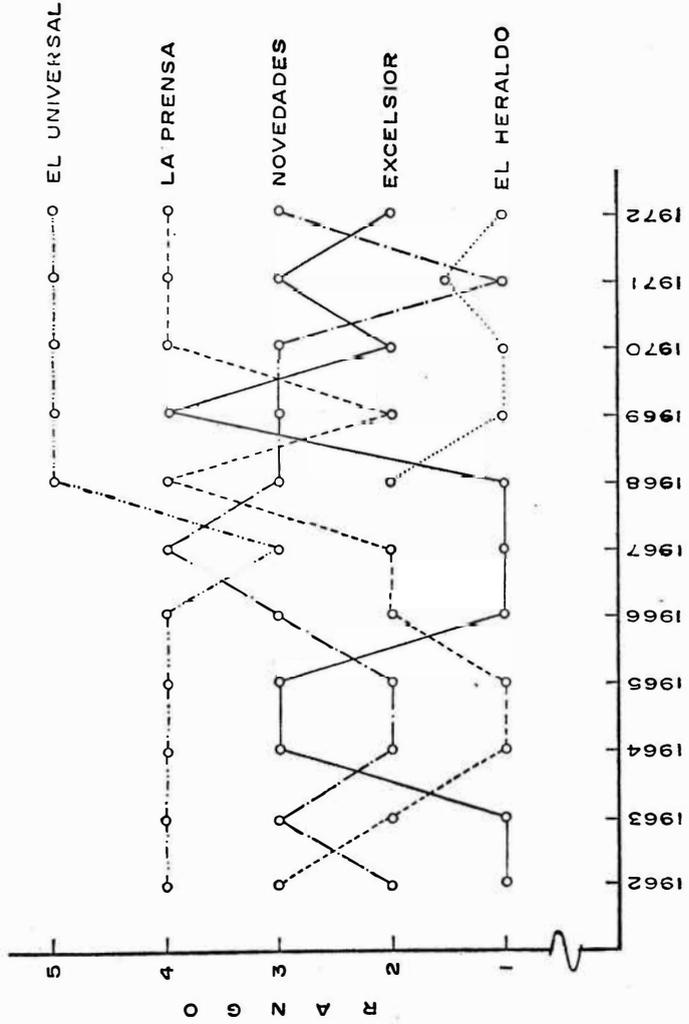
La prensa en México es predominantemente una prensa comercial producto de la actividad de empresas comerciales típicas de la periferia del mundo capitalista, que: crean necesidades, buscan mercados, y dependen de una metrópoli hegemónica.

La prensa en México es dependiente: a) porque buena parte de su información procede de las agencias noticiosas internacionales y b) porque, de éstas, sólo utiliza la de los países occidentales.

** Encuesta realizada por "Informex" empresa que hacía estudios de mercado.



GRAFICA II
CAMBIOS DE RANGO DE LOS DIARIOS CAPITALINOS DE ACUERDO CON SU CIRCULACION MEDIA ANUAL EN EL INTERIOR DE LA REPUBLICA MEXICANA DE 1962 A 1972.

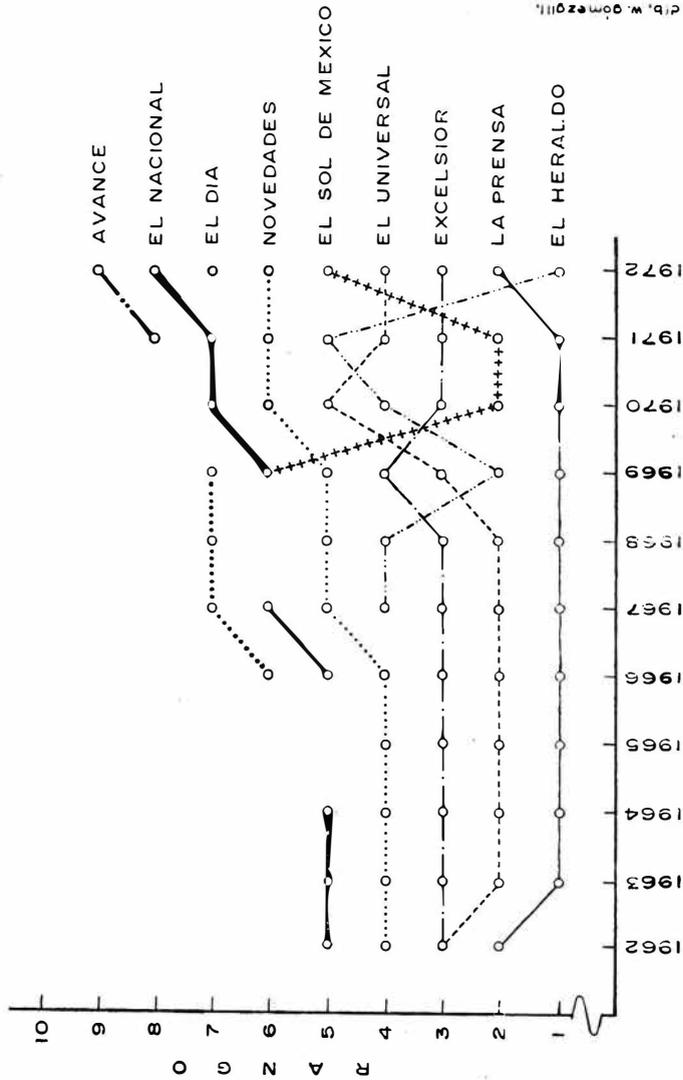


FUENTE: MEDIOS PUBLICITARIOS, S. A.

dir. w. gomez ill.

GRAFICA III

CAMBIOS EN EL RANGO-DE LOS DIARIOS EDITADOS EN LA CAPITAL MEXICANA, DE ACUERDO CON SU CIRCULACION MEDIA ANUAL EN LA ZONA METROPOLITANA DE 1962 A 1972.



FUENTE: MEDIOS PUBLICITARIOS, S. A.

Las agencias noticiosas nacionales tienen una vida efímera; sólo subsisten mientras el grupo político que las sostiene detenta el poder.

De "Excélsior", casi la mitad de la información carece de fuente responsable; de la información suya que menciona la fuente, que responde de ella, la mitad depende de su propio personal, un tercio de las agencias de noticias y el resto de las fuentes gubernativas y el público. Esto se agudiza, sobre todo, en la primera plana que es la de mayor importancia. El periódico limita la participación del público ya que éste cuenta con una baja proporción (2.3%) de espacio para expresarse.

La prensa en México tiene poca irradiación social, numéricamente hablando. Esta se concentra en las zonas urbanas, económica y políticamente más fuertes.

2. EL ENMARCAMIENTO DOCTRINARIO: LA HIPÓTESIS DE LA DEPENDENCIA

En su búsqueda de una ruta del progreso económico y social, Latinoamérica encuentra obstáculos como los de la carencia de conciencia cívica, la falta de responsabilidad ciudadana, el poco espíritu emprendedor de las clases dirigentes, la mala explotación de sus recursos y su poca industrialización, entre otros. Estos son factores que han ocasionado una falta de autonomía nacional y una raquítica democratización política.

En ese tratar de encontrar la prosperidad económica y social a través de sus propias perspectivas, aquellos hombres de ciencia latinoamericanos que se han dedicado a las ciencias sociales, han buscado identificar los factores fundamentales de su atraso a través de diversas teorías. Un producto muy destacado de ese esfuerzo es la "teoría de la dependencia", debida principal o inicialmente a estudiosos como Cardoso y Weffort, y de la que Aníbal Quijano ha hecho una presentación sintética al expresar que: "Las sociedades nacionales latinoamericanas —con la reciente excepción de Cuba— pertenecen, individualmente y en conjunto, al sistema de relaciones de interdependencia formado por los países capitalistas" y que "dentro de él ocupan una situación de dependencia".⁴

En ese sistema de relaciones de dependencia, el proceso de comunicación desempeña un papel auxiliar pero efectivo, dado que los medios de comunicación colectiva se pueden usar y de hecho se usan como instrumentos destinados a mantener y reforzar la hegemonía de la metrópoli y de los grupos de poder internos.⁵

En la perspectiva histórica de Latinoamérica, Quijano explica la dependencia a lo largo de dos dimensiones: 1a. El lugar subordinado de las sociedades latinoamericanas en sus relaciones con los intereses metropolitanos, sus medios concretos de articulación con ellos, sus tendencias de cambio y la expresión concreta de las mismas en cada momento.

2a. La subordinación de las tendencias que adopten la estructura interna de poder de esas sociedades, el carácter concreto de sus intereses dominantes y el modo como se articulan entre sí, respecto de las tenden-

cias que adoptan en cada momento sus relaciones con los intereses metropolitanos.⁶ Lo que él subraya como *peculiar* de la dependencia latinoamericana es que ninguna de las dos dimensiones puede ser entendida sin la otra.

Damos por supuesto que los medios de difusión reflejan el contexto económico y social en que se desarrollan y, por eso partimos: 1o.) de la idea de que los medios mexicanos de información, dependen de instituciones que forman parte, económica y políticamente, de la metrópoli a la que este país (como los otros latinoamericanos) está subordinado, y 2o.) de la consideración que, si bien esa dependencia ha cambiado históricamente no sólo en sus modos concretos de relacionarse con una metrópoli sino también en cuanto ha habido cambio de metrópoli, transhistóricamente no se ha modificado pues su *carácter de "sometido" se ha conservado*.

El grupo de poder interno también ha sufrido cambios, pero éstos no han sido estructurales sino de forma. Ese grupo —por otra parte— ha mantenido constantemente, (aunque con variaciones también formales) un uso de los medios de difusión destinado a sostenerlo, y que refleja sus relaciones con el país central del sistema de dependencia.

En el contexto de las sociedades dependientes, los medios colectivos de comunicación son un reflejo de esa dependencia y sirven tanto a los intereses de los grupos en el poder como a los intereses de los centros hegemónicos. Pero, si se quiere ser más preciso, particularmente cuando se examinan las sociedades indohispánicas de Latinoamérica, y se busca analizar los medios informativos, hay que recordar las formas tradicionales del colonialismo interior y exterior.⁷ Dado que son las ciudades de mayor poderío económico y político las que mantienen e irradian la información a los centros menos desarrollados (principalmente campesinos) a los que sólo llegan algunos medios (como es el caso del radio), cabe sospechar que en lo que se refiere a la información hay un acceso limitado a los centros de poder.

El colonialismo exterior se manifiesta en el control que a través de las centrales de información mantienen las metrópolis sobre la información que se maneja en los medios de comunicación colectiva más importantes por su ámbito de acción.

Lo importante, aquí, es que los elementos estructurales de las sociedades latinoamericanas están subordinados al sistema de relaciones internacionales de la metrópoli, con un intercambio que va de las normas económicas a las ideológicas, y que esa dependencia ideológica limita —de hecho— una mayor participación, una toma de decisiones por parte de la población nativa que, aunque no tiene relaciones directas con el sistema de control, podría en un momento dado —realizar un cambio estructural—, que, para ser efectivo, requeriría romper con el lazo de la dependencia.

En la toma de decisiones se ve subordinado en su aspecto ideológico, porque la metrópoli por un lado, y el aparato de poder de los países

latinoamericanos por otro, mantienen un estrecho control de la información que hace que se retarde el "máximo de conciencia posible".⁸ Pero, si bien este mecanismo puede hacer que ese máximo posible de conciencia se retarde, no puede impedir que, como hay un fuerte sentimiento de frustración social y económica, se provoque una crisis en el sistema.

Si se adopta la perspectiva de la dependencia para colocar en ella el análisis de los medios de información, se puede conocer mejor a los grupos de poder y entender su forma de ejercer control; pero, además, se puede lograr un conocimiento de las actitudes que los hombres y los grupos que forman las sociedades dependientes de Latinoamérica tienen hacia los valores, la comunidad y el universo.

Con esta perspectiva, y siguiendo el esquema de la comunicación colectiva (ver anexo) deberemos analizar: 1) El mensaje y su universo de pertenencia, 2) El mensaje y su universo de discurso y 3) El receptor y el grupo de pertenencia, todos ellos dentro del entorno social en que se desenvuelve y en el devenir histórico en que se desarrolla.

Como lo que hemos empezado a estudiar es un hecho humano, un hecho total, trataremos de hacer la abstracción de la distinción entre lo "material" y "espiritual" (sólo provisionalmente) para procurar después, hacer una síntesis y hallar en ella la realidad total y concreta.

Usaremos la matriz hipotética de la dependencia como un faro que nos permita una visión global de conjunto; pero, tratando de no perder "objetividad".⁹

No pretendemos agotar la cuestión de la comunicación colectiva, pero trataremos de buscar, en nuestro objeto de estudio, lo esencial para su situación correcta en la perspectiva que aquí elegimos (la tesis de la dependencia).

El camino es largo; deberemos pasar de la microsociología (estudio de grupos emisores, receptores) a la macrosociología (sociología de Latinoamérica dependiente) y marchar después a la inversa, pero teniendo siempre por delante la visión del contexto social.

Esta comunicación no es sino un empezar a andar. Esperamos que la crítica, el comentario y las sugerencias de los colegas que se interesan por las cuestiones latinoamericanas (en particular) y por el devenir de las ciencias sociales (en general) nos ayuden a continuar en esta marcha y nos permitan lograr cada vez mayor y mejores resultados en el estudio de la comunicación dentro del marco de dependencia.

3. PARTICULARIZACIÓN DE HIPÓTESIS

Pensamos que la prensa en México desempeña un papel preponderante en la vida cultural de los mexicanos que viven en los centros de hegemonía política y económica. Le asignamos ese papel preponderante porque consideramos que influye de una manera directa en la cultura¹⁰ de los mexicanos.

La prensa, en general, informa, entretiene e influye,¹¹ es decir, trasmite y comparte; trasmite, porque manifiesta sus ideas a través del lenguaje escrito y de las imágenes y comparte porque sus pautas de conocimiento, opinión, actitud y conducta pretende hacerlas comunes a sus lectores. Cabe señalar que, en la práctica algunos periódicos invierten ese orden y la inversión es *sociológicamente significativa*: buscan sus "disparadores" emocionales a partir de una *delgada capa* de información, por lo que convendría explorar estas dos situaciones distintas y conectarlas con los rasgos que reconoce en México la matriz de hipótesis de la dependencia.

Según Linton, el concepto de "cultura" comprende fenómenos que son, por lo menos, de tres órdenes diferentes: 1) *material*, (los productos de la industria); 2) *cinético* (o conducta manifiesta) y 3) *psíquico* (conocimientos, las actitudes y los valores de los que participan los miembros de una sociedad dada).¹² La prensa, influye directamente a estos tres órdenes: en el material, a través de la *publicidad*; en el cinético, a través de la *propaganda*, y en el psíquico a través de ambas: *la publicidad y la propaganda*.¹³

Fagen¹⁴ en un enfoque funcional de la comunicación nos dice que a cada sistema político corresponde determinado proceso de comunicación colectiva. Nosotros consideramos que a determinado nivel de desarrollo económico y político, corresponde diferente desarrollo de los medios de información.

Así la prensa en México se nos presenta, básicamente, como una prensa a) dependiente, b) comercial y c) con focos hegemónicos de concentración informativa. Es dependiente porque buena parte de su información procede de agencias noticiosas internacionales; es comercial porque en el país las grandes empresas periodísticas son todas, excepto dos, empresas privadas y tiene focos de concentración informativa porque las agencias nacionales, así como las empresas editoriales se polarizan en las grandes ciudades.

Es decir, la prensa en México es una prensa comercial con las características de las empresas comerciales del mundo capitalista subdesarrollado; creador de necesidad, buscador de mercados y con una metrópoli hegemónica que hace que exista un periodismo desarrollado en la capital con otro subdesarrollado en la provincia.

Si es verdad que la prensa en México lo.) es dependiente y su libertad está limitada por los intereses estatales y privados, y si, como asentamos al principio, esa misma prensa es 2o.) un vehículo importante de los patrones de conducta, entonces: a) la cultura de los mexicanos consumidores de sus informaciones será una cultura raquílica y dependiente y b) la comunicación colectiva en México como tal, será prácticamente inexistente si no existen en el país otras instituciones que compensen e incluso sean capaces de sobrecompensar estas fallas (cumpliendo sus propias funciones y llenando también las que la prensa debiera llenar).

En efecto, si partimos del hecho de que la comunicación colectiva es un proceso bipolar, donde el emisor y receptor intercambian sus papeles, se entienden gracias a que tienen un común universo de discurso y se enriquecen culturalmente gracias a ese intercambio que hace más cerrada la trama de dicho universo, es obvio que no existe comunicación colectiva en un país donde el vehículo (en este caso la prensa) 1o.) no circula convenientemente, 2o.) no depende de sí mismo, en medida considerable, para su información, y 3o.) no responde, en su totalidad, con responsabilidad, de los textos que publica.

Respecto de lo último, lo que parece grave es no sólo que los textos que publica buena parte proceden de agencias noticiosas éxtranjeras, sino el que, entre estas fuentes extranjeras no estén representados todos los bloques, lo que permitiría dar una visión comparativa. En efecto, en concreto sólo aparecen agencias del "bloque occidental".

El receptor (en este caso el público lector) es *siempre* eso: receptor (en actitud receptiva, además) pues tiene poca oportunidad de expresarse dentro del medio "prensa" y esas pocas oportunidades que tiene las utiliza poco (debiendo de investigarse si no lo hace porque no sabe cómo hacerlo o porque no puede hacerlo; si porque teme a la institución "periódico" o porque no sabe hacerse responsable de sus ideas, o porque teme no saber cómo expresarlas o no sabe auténticamente expresarlas por escrito).

Además, sobre la información que la prensa maneja, se ejerce una manipulación de parte de los grupos en el poder a través de las agencias nacionales y una censura real aunque no legal, que se ejerce sutilmente sobre los mensajes que envía ese vehículo de información, que permiten que los grupos hegemónicos mantengan su dominio sobre los otros que ni saben ni pueden juzgar porque no se les dan y aun se les quitan los elementos que les permitirían hacerlo.

¹ Para mayor información sobre los aspectos legales de la prensa en México, ver: Luis Castaño. *Régimen Legal de la prensa en México*. Ed. Porrúa. 1942.

E. Dovifat. *Periodismo*. p. 62.

John Hogenberg. *Los medios informativos*. p. 25.

⁴ Aníbal Quijano "Dependencia, Cambio Social y Urbanización en Latinoamérica". *América Latina*. p. 91.

⁵ Jiménez—O y Paulín—S. "La Comunicación Colectiva en México y la Dependencia". *Revista Mexicana de Sociología*, Julio-Dic. 1973, p. 599.

⁶ Aníbal Quijano. *Op Cit.* p. 97.

⁷ González Casanova nos explica cómo: "El colonialismo interno corresponde a una estructura de relaciones sociales de dominio y explotación entre grupos culturales heterogéneos, distintos. Si alguna diferencia específica tiene respecto de otras relaciones de dominio y explotación (ciudad-campo, clases sociales) es la heterogeneidad cultural". Históricamente ésta ha sido producida por la conquista de unos pueblos por otros, y esto "permite hablar no sólo de diferencias culturales (que existen entre las poblaciones urbana y rural y en las clases sociales) sino de diferencias de civilización" en "Sociedad Plural, Colonialismo Interno y Desarrollo"

- América Latina*. Centro Latinoamericano de Pesquisas en S. Sociais. Año 6, No. 3, p. 25; por su parte Aguirre Beltrán, en *El Proceso de Aculturación en México*, expresa que: "Las relaciones posicionales entre el núcleo y los satélites quedaron establecidas desde la lejana época colonial y así llegaron [hasta nuestros días] en equilibrio inestable, hasta que la Revolución trastrocó la vieja estructura al favor de profundas alteraciones en las formas de tenencia de la tierra, en los patrones de dominación política y, en general, en todas las instituciones que sostenían la antigua integración". p. 17.
- 8 Lucien Goldmann (en *Las ciencias humanas y la filosofía*) Expresa: "El hombre se define por sus posibilidades, por su tendencia a la comunidad con los otros hombres y al equilibrio con la naturaleza. La comunidad auténtica y la verdad universal expresan estas posibilidades *para un muy largo período histórico*; la 'clase para sí' (opuesta a la clase en sí), el máximo de conciencia posible, expresa posibilidades en el plano del pensamiento y de la acción en una estructura social dada (p. 100).
- 9 Goldmann también hace ver que, en las ciencias humanas la objetividad no es un problema individual de inteligencia, penetración, honradez intelectual sino, también, de estar conscientes de las influencias sociales que sufre el investigador, a fin de evitar al máximo la acción deformadora de éstas y por otro lado la necesidad de realizar estudios con una perspectiva materialista dialéctica. *Op. Cit.*, pp. 29-31.
- 10 Consideramos con Linton que el término "cultura" hace referencia a la vida, a la manera de vivir, de los hombres de una sociedad. (Ralph Linton: *Cultura y Personalidad*, p. 43).
- 11 Siegfried Mandel (compilador): *Periodismo Moderno*. p. 18.
- 12 Ralph Linton: *Op. cit.* p. 51.
- 13 Aquí hacemos referencia al término "propaganda" que según Robert K. Merton es: "Todos y cada uno de los conjuntos de símbolos que influyen en la opinión, las creencias o la acción, sobre cuestiones que la comunidad considera controvertibles. (*Teoría y Estructura Sociales*, p. 504). La "publicidad" hace referencia a los símbolos o su conjunto que influyen en la opinión, creencia o acción acerca del consumo.
- 14 Richard Fagen: *Política y Comunicación*.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre Beltrán, Gonzalo: *"El Proceso de Aculturación en México"*. México. Ed. Comunidad U.I.A. 1970, 20b p.
- Cardoso, F.H.—F. Weffort: "Introducción": *América Latina*. Santiago de Chile, 1970.
- Castaño, Luis: *Régimen Legal de la Prensa en México*. México. Ed. Porrúa. 1962, 420 pp.
- Dovifat, E.: *Periodismo* México. UTHEA., 1959, I. vol. 156 pp.
- Fagen, Richard: *Política y Comunicación*. Buenos Aires. Ed. Paidós, 1969, 179 pp.
- González Casanova, Pablo: "Sociedad Plural, Colonialismo Interno y Desarrollo" *América Latina*. Río de Janeiro.—Centro Latinoamericano de Investigaciones en C. Sociales 1963. Año 6. No. 3.
- Hohenberg, John: *Los Medios Informativos*. México, Ed. Letras. 1960, 341 pp.
- Linton, Ralph: *Cultura y Personalidad*. México, F.C.E. 6a. Ed. 1967. 180 pp.
- Mandel Siegfried (compilador): *Periodismo Moderno*. México, Ed. Letras, 1965, 776 pp.
- Marx, C. y F. Engels: *La Ideología Alemana*. La Habana, Ed. Revolucionaria. 1966, 684 pp.
- Merton, Robert K.: *Teoría y estructura sociales*. México, F.C.E. 1964, 640 pp.
- Quijano, Aníbal: "Dependencia, Cambio Social y Urbanización en Latinoamérica". *América Latina*. Santiago de Chile, 1970.