The Wayback Machine - https://web.archive.org/web/20040430154231/http://www.razonypalabra.org.mx:80/anteriores/…

RAZÓN Y PALABRA
Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Tópicos de Comunicación

Febrero - Abril
2000

Estado, sociedad y medios de comunicación*

Carr. Lago de Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52) 58 64 56 13
Fax. (52) 58 64 56 13

Por René Avilés Fabila
Número 17

En cualquier definición de Estado (usemos por ahora la del marxista italiano Ernesto Mascitelli), "es la institución jurídico-política surgida para el control de los antagonismos de clase, que se presenta como instrumento de poder de la clase dominante de la que es expresión". (1) Ello significa que el Estado es una institución represiva, que posee medios para suprimir, imponer o dirigir a la sociedad en su conjunto. Por ello, en la visión de muchos utópicos, marxistas, anarquistas y socialistas el Estado debe ser suprimido. En la sociedad capitalista, hoy plenamente triunfadora, merced al derrumbe del llamado socialismo real o realmente existente, el Estado tiende cada vez más a afirmarse como una entidad destacada y superpuesta a la sociedad. Resulta, como consecuencia, un organismo distante y extraño a la sociedad. Por tal razón, en el socialismo de Marx, el Estado debería desaparecer y en su sitio quedar una maquinaria administrativa. No obstante, por modificaciones de los sucesores de Marx (Lenin, Trotsky y Luxemburgo, entre ellos), no sólo no tendió a desaparecer, sino que se consolidó de una forma asombrosa dando origen a un monstruoso Leviatán, a algo repugnante que mereció la metáfora de Georges Orwell llamada *1984*.

De cualquier forma, si las relaciones entre Estado y sociedad son complejas, más lo son aquellas que regulan al Estado y a la sociedad con los medios de comunicación. En nuestro caso, el de México, la prensa nace en 1821 deformada, sujeta la poder, al Estado. De allí que los medios (en esa época sólo escritos) miren sólo hacia un lado, el Estado, y no hacia la sociedad. Es decir, no cumple, al menos hasta hoy, su papel de justo centro entre Estado y sociedad para explicarle a uno y a otra los procesos sociales, los mecanismos políticos y económicos y los efectos dentro de la población. Una suerte de arbitro que explica a cada extremo lo que ocurre. Veo, pues, al periodista, al comunicador, como una especie de intelectual que juega un papel destacado para analizar críticamente los resultados de la gestión estatal y las necesidades y respuestas de la población.

Hay una pregunta qué hacer: ¿los periódicos mexicanos tienen grandes tirajes o apenas son leídos? De la que inmediatamente se deriva otra: ¿por qué razón los mexicanos desconfían de la prensa nacional? En principio, el periodismo mexicano sigue padeciendo un alto desprestigio y en consecuencia le falta credibilidad. Ello mantiene alejado al lector. En segundo lugar, es obvio, hoy en día, que la mayor parte de la información de un mexicano proviene de los medios electrónicos, principalmente de la televisión, pero es evidente que la TV carece de posibilidades, al menos en México, para realmente mantenernos informados. Está claro, la noticia la proporcionan casi instantáneamente, pero es un producto que viene solitario, que no es acompañado por una explicación, por los obligados comentarios que la precisen y orienten. Todo proceso informativo contiene fuertes elementos políticos, tal como lo indicaba Manuel Buendía cuando decía que "El periodismo es esencialmente información. Por tanto, el periodismo es un instrumento de la comunicación social, y, en consecuencia, el periodismo es parte de la política. Todo periodismo pertenece a la política. Es la política en acción. Es

siempre el periodismo *un acto político.* Todo, incluso la nota roja que expresa, que da a conocer, que avisa o advierte sobre síntomas de degeneración social como puede ser la violencia, el crimen, la impunidad. Y son también hechos políticos hasta esas páginas llamadas de 'sociales', porque en ellas se expresan las desigualdades y los procesos de corrupción o desequilibrio, que eventualmente tienen traducciones en conflictos, que llegan a sacudir profundamente la precaria estabilidad." (2) En tal sentido, hasta hoy los medios electrónicos no son capaces de superar a los medios escritos. En estos últimos encontramos la noticia y los comentarios pertinentes, el mejor análisis posible, de este modo el lector se encuentra con una amplia gama de posibilidades que lo oriente o que lo confundan, según la ideología de cada diario, los intereses por los que trabaja abiertamente o no. Un ejemplo, el jueves 19 de agosto de 1999, Ernesto Zedillo visitó Tabasco. La televisión informó de ello, tanto los canales privados como el 11. En ninguno de ellos se dijo que grupos numerosos coreaban lemas de campaña de Roberto Madrazo. Al revés, insistieron, con algún morbo, en que aquello era una suerte de regaño por tareas que, según el presidente de la República, quedaron inconclusas en esa región. Los diarios, a cambio, dieron la información completa. En lógica consecuencia, y como afirma, Abelardo Villegas en una ponencia, el periodismo escrito sí hace opinión pública al informar con más veracidad y espíritu crítico de los sucesos que ocurren en territorio nacional. (3)

En México los periódicos apenas llegan a tener grandes tirajes. El director de *El Universal*, Juan Francisco Ealy Ortiz, ha declarado que edita 165 mil ejemplares diarios y que en consecuencia es el de mayor circulación en México; no habla de las posibles devoluciones. Pero supongamos que se trata de un hecho y que en efecto esa es la cifra exacta. Quiere decir que los otros diarios venden menos ejemplares, muchos menos. ¿Qué ocurre? Para analizar este problema tenemos dos posibilidades: a, que los mexicanos no leen, lo que es una lamentable realidad, apenas medio libro por año; b, que los diarios sean incapaces de atraer grandes cantidades de lectores. Si el gran tiro, el mayor de todos, es el antes citado, qué esperamos de los demás en un país de casi cien millones de habitantes, sesenta de ellos con credencial para votar, a los que suponemos capaces de leer y escribir.

Recuerdo que en los días en que fundamos el *Unomásuno*, alrededor de 1974, su director, Manuel Becerra Acosta, ante el temor de algún compañero de que la empresa no tuviera éxito, declaró que en México había siempre lectores y que era necesario buscarlos, conquistarlos. La verdad es que ese diario pronto los tuvo y fue destacado hasta que un cúmulo de problemas internos lo llevaron a disminuir considerablemente el tiro. Veamos otro caso: el éxito de *Reforma*, primera empresa periodística que desde provincia conquista la capital del país y que debe tener un elevado tiraje. Que los directores y propietarios de diarios y semanarios, no encuentran el camino del triunfo, es otra cosa distinta, que algunos diarios decaigan, como es el caso de *Excélsior*, por no comprender la evolución social o porque sus compromisos políticos lo anclaron en el pasado, es otra cosa. Pero habrá que aceptar que algunos medios actualmente recurren al amarillismo, a la nota roja y en general a materiales de enorme ligereza, para conquistar lectores. Hay, entonces, un grave problema: el deterioro de los medios, la frivolización de la información. Con frecuencia (también debido a la inseguridad) la nota roja aparece en primera plana o la fotografía de Raúl Salinas abrazando a su secretaria y amante corona la primera plana de un importante periódico. El mayor espacio, antes que el dedicado a los grandes problemas nacionales, las empresas periodísticas suelen dárselo a los deportes, a sociales (que en algunos diarios ha crecido enormidades) y a espectáculos. La cultura merece menos respeto, no produce tantas ganancias o más bien ninguna, a lo sumo algo de prestigio, según los lectores a los que esté dirigido el medio. No todos tienen, por ejemplo, un suplemento

cultural y todos apenas dedican unas cuantas páginas a la información de tipo cultural.

De entre los diarios que la ciudad capital cuenta, podemos destacar los tabloides, la gente comienza a preferirlos por razones de comodidad, pero en general, lo que ahora buscan los lectores, derivado de una nueva situación nacional, es la crítica. Los diarios que no la dan, que no aceptan las reglas recién llegadas, poco a poco son abandonados. Allí están los tirajes de algunos de ellos, *Novedades*, *El Heraldo*, *Excélsior* y el *Unomásuno*, por ejemplo. Incapaces de asumir actitudes críticas porque a lo largo de su existencia han adquirido compromisos con el poder, con el sistema, fingen no explicarse qué sucede. Sólo una cosa: el lector no tolera más que un diario esté visiblemente supeditado al Estado, en particular a la presidencia de la República. Hay que entender que buscan pluralidad y una conducta crítica. Y esto nos llevaría al problema principal: ¿por qué los periódicos y revistas serios carecen de grandes núcleos de lectores? La respuesta es simple: desde sus orígenes, la supeditación al Estado de las publicaciones periódicas es visible, por una razón u otra. Entonces resulta que el posible lector, al conocerla, se resiste a establecer diálogo con un medio controlado. A su vez, los medios se han acostumbrado a dialogar con el poder, con el Estado, no con la sociedad, como debiera ser. De allí el rechazo o al menos la suspicacia, la duda de la honestidad de los intereses del medio. En efecto, cada diario, cada canal televisivo, cada estación radiofónica, tiene compromisos en mayor o menor medida o relaciones de amistad. El lector lo sabe a ciencia cierta o lo intuye. De pronto se le puede presentar un diario que anuncie su pluralidad, pero ¿dónde está? Ese periódico lo que hace es probarnos su capacidad para contratar a diversos intelectuales y periodistas, académicos y escritores reconocidos, de diversas tendencias ideológicas. Pero un buen analista de medios sabe que así no se busca la ideología del diario, ésta se sabe por las características de la información, de sus reporteros y hasta de sus columnistas, no por los trabajos críticos o no de los articulistas de fondo.

Llegamos de esta manera a lo medular: los periódicos y en general los medios de comunicación se dirigen al poder. Un intelectual de la talla de Carlos Fuentes (o de Paz en su momento) escribe dirigiéndose a un público especial, a sus pares, no a la sociedad en su conjunto. Recuerdo que hace unos tres años, en la UAM-X, un alumno mío felicitó a Froylán López Narváez porque *Proceso* era una revista para el pueblo. Froylán no sólo hizo una mueca de malestar, aclaró que la revista de Julio Scherer estaba dirigida no al grueso pueblo sino a los líderes de opinión. En el caso de una revista esto es posible y deseable, no así en el caso de otros medios. Un diario, por ejemplo, tiene o busca un amplísimo público lector y para ello requiere tener una idea precisa del mercado. Ver de qué manera puede vender su ideología o ponerla al servicio de una causa o de una personalidad. Esto es posible verlo con las acusaciones que reciben los diarios: unos son señalados como gobiernistas, lo que en nuestro medio resulta lógico, otros, y ello ya no es tan natural, de pertenecer al grupo todopoderoso y enigmático que se conoce como salinismo. Como sea, hasta hoy los diarios siguen empeñados en no establecer un diálogo con la sociedad, se siente obligado por el peso de una pésima tradición, a conversar en voz alta con el poder y ello nos llevaría a extremos peligrosos: el diarista, el comunicador serio, tiene la obligación de apoyar su trabajo con una ideología, pero debe, además, tener claro que su papel es el de un intermediario entre la sociedad y el Estado. A una y a otro debe explicarle errores y aciertos. El problema es que se ha colocado junto al Estado, con él conversa porque sabe que los reconocimientos, los premios, los obsequios y hasta la información fluye por ese lado. Y va más lejos cuando decide, que es tanto su poder, tan intensa su relación con el poder y los poderosos, que bien puede ser uno de ellos y se lanza, como en el caso de Miguel Ángel Granados Chapa a hacer política, a buscar no modestamente una curul, sino una gubernatura. Esto, al menos a mí, me parece

absolutamente reprobable. El periodista es un intelectual cuyo compromiso está principalmente en servir a los lectores, a la sociedad. No a los partidos políticos y menos sentirse tan indispensable que sólo desde el poder puede ayudar a la nación.

De entre todos los medios --a pesar del sombrío panorama, particularmente si nos comparamos con Estados Unidos o con Francia y España--, los escritos conservan la vanguardia y la mejor manera de conocer los distintos problemas de la realidad nacional e internacional, cuyos tirajes deberían ser más o menos altos debido a la reducción del analfabetismo y la fuerte migración hacia las ciudades. Si no lo son, la culpa está no en los lectores potenciales sino en la falta de inteligencia de los editores. Que como en España o Francia, un medio se ponga del lado de una ideología o de un partido político no es algo grave, lo realmente grave es que se enemiste con la moral social o que utilice la moral individual, la que pertenece al ámbito de lo personal, para su beneficio. Hay ante todo una ética periodística y esa se cumple con informar apegado a la verdad. Lo otro, la famosa objetividad, es algo muy discutible. Una información precisa puede tener y tiene, la visión del comunicador, su ideología, la forma en que ve el mundo. Un suceso relacionado con el Papa puede tener, de este modo, dos o tres modos de ser entregado al lector, al escucha o al espectador.

Ahora bien, sobre los diarios mexicanos recae el vergonzoso señalamiento de su perversa relación con el Estado, una relación que ha sometido a los diarios desde la aparición de la prensa del México independiente y que apenas hoy comienza a desaparecer. A partir del arranque, el Estado mexicano subordinó a la prensa y sólo en unos cuantos momentos, muy breves, por cierto, le concedió libertad de expresión. Uno de ellos podría ser los años de la invasión francesa. Si bien, el Imperio la suprimía, el gobierno de Benito Juárez la defendía y resaltaba: era su gran soporte y apoyo. Otro momento son los meses de Francisco I. Madero como presidente de México. Permitió la libertad de expresión y ello le costó ironías, violentos ataques, campañas de desprestigio y por último su caída. Y algo semejante le ocurrió al general Cárdenas, quien al final de su gobierno era criticado y hasta caricaturizado por una prensa inalterablemente conservadora.

Pero lo tremendo del caso es que los propios periodistas son sus mejores críticos. No hace mucho, el 29 de julio de 1999, el columnista de *El Universal*, Ricardo Alemán Alemán decía lo siguiente: "Hace casi 13 años, en junio de 1986, Silva Herzog fue señalado casi de 'traidor a la patria' y la prensa de entonces, al servicio del gobierno --que entonces estaba en manos de los grupos salinistas-- publicó desplegados en los que Silva Herzog era acusado de 'deslealtad' y de 'traición a las instituciones.'"(4) Vale la pena hacer notar la idea persistente de que la prensa está al "servicio del gobierno" y esto es algo que la gente suele repetir. No cree demasiado en los medios informativos o de plano desconfía. Recuerdo una anécdota personal: un día tomé un taxi y al hacerlo olvidé quitarme el gafete del diario *Excélsior*, donde laboraba. El taxista no resistió y me preguntó, después de algunos titubeos, por qué razón los periodistas éramos tan corruptos. Mi primera reacción fue la de indignarme, pero recordé en cascada la larga historia de corrupción y de supeditación al gobierno en turno, yo mismo la exponía en mis clases de la UNAM y la UAM-X. Todo ello significa que el diarismo, que los periodistas y los medios, en México no gozan del mejor de los prestigios; con frecuencia se les asocia con la corrupción y la falsificación de las informaciones y el engaño para serle de utilidad al sistema, el que debe permanecer inalterado o al menos cambiar poco a poco, con extrema lentitud, como lo muestra la historia reciente del país. De forma contundente, la gente lectora supone a la prensa, en su casi totalidad, ligada al poder, dependiente del Estado.

Al respecto, el ahora director de *Proceso*, Rafael Rodríguez Castañeda, en un libro interesante y de alguna manera

maniqueo, *Prensa vendida*, advierte en el prólogo: "En los últimos decenios prensa y gobierno en México han vivido enredados en una trama de relaciones equívocas. Resulta poco menos que imposible precisar dónde se originan los vicios que desde los años cuarenta entorpecen, enrarecen y distorsionan la información periodística en el país: ¿en la mano que pide, en la mano que soborna, en la mano que recibe, en la mano que golpea?.

"En la insana relación prensa-gobierno se mezclan los intereses económicos, políticos y aún facciosos –locales, regionales o nacionales--, que utilizan a los medios impresos como instrumentos de influencia o presión. Y también, por supuesto, los intereses muy particulares de periodistas, políticos y funcionarios. De sexenio a sexenio, de presidente a presidente, la situación prevalece: un gobierno que ejerce el autoritarismo prácticamente sin limitaciones; una prensa en su mayoría domesticada; y un público que desconfía por igual de la prensa y del gobierno.

"Desde el funcionario de más bajo nivel hasta el presidente de la República, las instancias gubernamentales han asumido la tarea de cortejar, corromper y aún reprimir en la búsqueda de una prensa sumisa e incondicional. En contraparte, muchos periódicos y periodistas --desde los reporteros de nota roja hasta directores y gerentes-- han hecho suyo el hábito de cortejar y dejarse cortejar, adular, corromperse, chantajear, someterse, ponerse al servicio del gobierno en su conjunto o del funcionario en lo personal, con las excepciones de quienes están dispuestos a enfrentar los riesgos de romper las reglas del juego."(5)

Lo que a continuación viene en el libro de Rafael Rodríguez Castañeda, es la historia del Día de la Libertad de prensa, un día seleccionado (el 7 de junio) para glorificar no a los medios de comunicación sino al presidente en turno, una costumbre vergonzosa que se ha mantenido hasta nuestros días. De Miguel Alemán a Ernesto Zedillo, sin ninguna excepción, los periodistas, dirigidos u orientados por Gobernación, dan las gracias, como si fuera un acto religioso, por que nos conceden libertad de expresión, algo que no se da, se conquista, como hasta hoy ha ocurrido.

Hoy en día es imposible negar que existe la libertad de expresión, al menos que es posible ejercerla no sin ciertos riesgos y dificultades. Sin embargo conviene hacer notar que en los medios electrónicos la situación cambia: allí la situación es más compleja, sin que exista una oficina de censura (nunca hemos tenido necesidad de ella), la televisión es hermética, ella sola mantiene viva la tácita censura que el sistema presidencial mexicano impuso: no se puede criticar a la religión católica, al presidente y su familia ni al Ejército. Y así ocurre, puntualmente, debido a la magnitud de su presencia en el país, en cambio, la prensa, por sus naturales limitaciones, tiene una mayor amplitud que revistas como *Proceso, Siempre!* y *La Crisis* utilizan sin pedir autorización expresa. Sin embargo, por una razón o por otra, la censura pende sobre los periodistas. *Excélsior* existe la censura a causa de su adicción al gobierno y en La Jornada existe por otras razones, tal como lo han probado una serie de renuncias como la distante de Luis González de Alba y las más recientes de Héctor Aguilar Camín y Pablo Gómez, censuras hechas para "proteger a sus colaboradores más destacados o bien al partido de las preferencias de sus directivos, el PRD. Entonces, ¿dónde está exactamente el derecho a la información? Son los periodistas, ligados a la sociedad, al servicio de ella, los que tienen que conseguirla. Ningún editor o dueño de diario o revista la concederá sin luchar.

El problema sigue siendo que la carrera del político y del funcionario se desarrollan en función de los medios. Tener buena prensa es la obsesión de cada uno de ellos y la de sus colaboradores en materia de comunicación social. El Estado maneja o manipula la información. De tal modo que el problema

persiste y seguirá persistiendo en la medida en que no se establezcan nuevas reglas que regulen la relación Estado, sociedad y medios de comunicación. Una nueva relación de respeto, donde nadie presione a nadie y cada quien pueda expresar sus posturas con claridad y respeto. Esto es necesario porque la función de la prensa, y en general de los medios de comunicación, es la de servir de inteligente intermediario entre el poder y la sociedad. De lo contrario, la mala relación sobrevivirá y los resultados serán lamentables.

Renato Leduc, en su trabajo "La corrupción en la prensa", insistió en un punto: "El gobierno ejerce incontrastable y decisiva presión sobre los periódicos (habrá que incluir al resto de los medios) por medio de las llamadas oficinas de prensa o de relaciones públicas instaladas en todas las dependencias: desde la presidencia de la República hasta la jefatura de Policía. Los sistemas de presión son refinados y suaves, pero mucho más eficaces que la violencia, que sólo se emplea en casos extremos... (6) Aunque la cita proviene de un trabajo antiguo, 1969, resulta aun vigente. La misión de una oficina hoy de comunicación social es la de preservar y exaltar la imagen de quien es titular. Es cierto, en muchas las cosas están sufriendo modificaciones, pero en la gran mayoría se sigue ejerciendo presión sobre los medios, sólo que ahora lo hacen de modo casi secreto, vergonzante.

La llegada de Cárdenas al poder en el DF, y posiblemente en otros sitios, pareciera que ha transformado la situación al respecto. Incluso se ha llegado a pensar que el PRD necesita capaces funcionarios de prensa, excelentes directores de comunicación social, sobre todo para contrarrestar lo que ellos consideran campañas en su contra. Y tienen razón, pero no de la forma tradicional, sino promoviendo resultados y tareas. Dándole a los medios el respeto que merecen, y no tratando de subordinarlos o de agredirlos. Tampoco se valen las excusas. Para el PRD en el poder en el DF, cualquier crítica es parte de una campaña en su contra. Estamos de acuerdo que sus directores de prensa o de comunicación social no presionen a los medios ni traten de corromperlos al estilo antiguo, lo que resulta absurdo es no realizar un trabajo para promover, esa es su tarea, el trabajo de los funcionarios. Los resultados son desastrosos, en lugar de eficaces comunicadores, los perredistas, como priístas y panistas, terminan poniéndose en manos de expertos en mercadotecnia, de agencias de publicidad. De tal forma, la política ha sido sustituida por la más deplorable publicidad de agencias que lo mismo promueven ropa íntima de mujeres que candidatos presidenciales. Lo peor es que los resultados apetecidos no siempre llegan como lo prueba la campaña de Roberto Madrazo contra el aparato priísta.

Respecto al tema de la corrupción de los medios, el periodista Alan Riding hace un terrible retrato en el libro *Vecinos distantes*: "Estando todos los actores clave del país incluidos en la corrupción, los medios de comunicación son parte de la regla. Aunque puede aplicar presión de manera directa, de hecho, el gobierno prefiere ejercer su control por medio de dinero. La mayoría de los editores de periódicos son colaboradores dispuestos, más interesados en obtener publicidad y favores del gobierno que en criticar su actuación. La multitud de periódicos de propiedad particular de la ciudad de México y los cientos más del interior obtienen del 60 al 80 por ciento de sus ingresos de la publicidad del gobierno o de entregas oficiales publicadas a guisa de contenido editorial. Algunos periódicos --como *El Heraldo* y *Novedades*-- son propiedad de grupos empresariales de familias que emplean sus publicaciones para respaldar sus actividades en otros campos de la economía. Asimismo, la enorme empresa de televisión, televisa, protege sus intereses comerciales apoyando al gobierno. La relación es sutil y flexible. Los periódicos --aunque no los medios transmitidos-- pueden reflejar un pluralismo político y hablar de las fallas de la administración, siempre y cuando respalden al sistema como tal."(7) Y poco más adelante, luego de establecer un escenario general que era muy frecuente en el pasado inmediato, entra en alguna precisión:

"Con López Portillo, docenas de editorialistas y articulistas recibieron autos y choferes de manos del jefe de la policía de la ciudad de México. Muchos escritores independientes, tanto políticos como intelectuales, tienen también colaboraciones semanales en los periódicos del país, menos por los honorarios lastimosamente pequeños que por establecer una posición que les permita negociar."(8)

¿Qué nos resta? Rehacer la relación Estado, sociedad y medios de comunicación. Entender cabalmente el derecho a la información y la absoluta libertad de expresión. El Estado debe llegar a la sociedad a través de los medios, pero sin utilizarlos ni corromperlos. Tampoco los medios deben propiciar el soborno, la dádiva. Se requiere una nueva moral social, una que deje de lado cualquier tipo de contubernio con el poder. Finalmente, los medios deben dirigirse hacia la sociedad y contribuir a que esté bien informada para que la opinión pública, la voz de la nación organizada y civilizada, moderna y actuante, oriente el rumbo. De lo contrario, seguiremos en manos de unos cuantos. La tarea no es fácil. Las empresas de medios de comunicación han hecho más complejas sus redes, lo que significa que no sólo con el poder tradicional tienen vínculos poderosos, también los han establecido con empresas y corporaciones particulares. Hasta hoy el único compromiso que no existe es con la sociedad, aquella en cuyo nombre todos, absolutamente todos hablan.

(1) Mascitelli, Ernesto: *Diccionario de términos marxistas*. Ed. Grijalbo, México, 1985. Pp. 140-141.

(2) Buendía, Manuel: *Ejercicio periodístico*. Ed. Océano. México, 1985. Pp. 17-18.

(3) Villegas, Abelardo. "Ética y periodismo", ponencia leída en el Diplomado Periodismo y procuración de justicia, realizado por la PGR, la UAM-X y la Fraternidad de Reporteros, agosto de 1999.

(4) Alemán Alemán, Ricardo. *El Universal*, primera sección, jueves 29 de julio de 1999.

(5) Rodríguez Castañeda, Rafael: *Prensa vendida*. México, DF. Editorial Grijalbo, 1993. Introducción.

(6) Varios autores, *La corrupción*, México, 1969, Editorial Nuestro Tiempo. Capítulo 3, de Renato Leduc.

(7) Riding, Alan: *Vecinos distantes. Un retrato de los mexicanos*. Jioanquín Mortiz/Planeta, México, 1984. P. 153

(8) Op. Cit. P. 155.

René Avilés Fabila

*** Fragmento de la investigación La prensa en México, un largo monólogo.**

.