

Entre la espada y la pared: violencia y publicidad oficial como obstáculos para la modernización del periodismo mexicano

Between the sword and the wall: violence and government advertising as obstacles for the modernization of Mexican journalism

Rubén Arnoldo González Macías

Historicamente, la práctica periodística en México ha vivido limitada por actores externos que ejercen distintas formas de presión para coartar el derecho a la información y la libertad de expresión de los medios. En el marco de la llamada “Guerra contra el narcotráfico”, los reporteros se han vuelto víctimas de agresiones constantes, lo que torna a este país en uno de los lugares más peligrosos para la prensa. Además de la violencia, el periodismo se ve acorralado por presiones económicas, siendo la publicidad oficial la principal fuente de ingreso para las empresas de comunicación. En ese sentido, el riesgo latente de un ataque y/o de pérdidas monetarias ha obstaculizado la modernización del periodismo mexicano.

Palabras clave: periodismo mexicano, modernización, violencia, publicidad oficial.

Historically, journalistic practice in Mexico has been constrained by external actors that exert pressure in different ways, which aims to limit media's access to information and freedom of expression. In the midst of the so-called *War on Drugs*, reporters have become frequent victims of attacks. As a result, this country has turned into one of the most dangerous places in the world for the press. In addition, journalism is also limited by economic pressures, one of them is the government advertising, which is the main source of revenues for news outlets. Therefore, the permanent risk of an attack and/or economic loss hinder the modernization of Mexican journalism.

Key words: mexican journalism, modernization, violence, government advertising.

Fecha de recepción: 04/10/2017

Fecha del dictamen: 26/01/2018

Fecha de aprobación: 05/02/2018

INTRODUCCIÓN

El periodismo en México se ejerce entre la espada y la pared: por un lado, las agresiones en contra de los periodistas se han incrementado significativamente y, por el otro, la publicidad oficial se ha convertido en la principal fuente de ingresos para la mayoría de los medios de comunicación. Mediante estos mecanismos, el crimen organizado y las autoridades gubernamentales buscan silenciar o alinear a la prensa. En ese sentido, el objetivo de este artículo es ofrecer una reflexión sobre las implicaciones de dichos mecanismos de presión para obstaculizar una práctica periodística más moderna en nuestro país.

En términos muy generales, y para finalidades de este documento, se puede considerar a la modernización como un proceso de cambio social, asociado con nociones como las de crecimiento económico basado en la industrialización, democratización del sistema político, organización burocrática de las instituciones, movilidad social a partir de la educación, y la existencia de una prensa liberal, entre otros aspectos. Más allá del cambio *per se*, esta idea también puede ser considerada como una transformación orientada hacia metas específicas, y liderada por élites políticas y económicas (Portes, 1973; Eisenstadt, 2000).

Por lo que respecta al periodismo, desde fines del siglo pasado e inicios de éste, diferentes autores han coincidido en que los sistemas mediáticos en todo el mundo se estaban alineando con los estándares del modelo liberal (por ejemplo, Mancini y Swanson, 1996; Hallin y Mancini, 2004a y 2004b). Esto significa que la modernización de la prensa implica una convergencia de valores y prácticas tales como la comercialización, independencia política, apego a los datos, y separación entre información y opinión, entre otros. La razón de lo anterior es que –en mayor o menor medida– los sistemas políticos también se están moviendo en una dirección similar, caracterizada por el declive de la identidad partidista, incremento del comercio internacional, y mediatización de la política, por mencionar sólo algunos aspectos.

Asimismo, se ha considerado que dentro del ejercicio periodístico moderno son los propios periodistas quienes determinan el contenido de las noticias. Sin embargo, la literatura académica constantemente señala lo contrario: son las fuentes y no los reporteros quienes definen los temas de la agenda mediática (Sigal, 1986; Manning, 2001; Covert y Wasburn, 2007). Esto es el resultado de su capacidad para explotar sus recursos simbólicos e informativos (Manning, 2001). Sin embargo, otras formas de control de la agenda, tales como el uso de la violencia o recursos económicos, no han sido tan sistemáticamente analizadas. De ahí la relevancia de este artículo, que ofrece una mirada exploratoria a este fenómeno.

Con la finalidad de desarrollar dicho argumento, el contenido de este documento se organiza de la siguiente forma: primeramente se explica el rol de las fuentes de información en el proceso de producción de noticias. En segundo lugar se presenta un panorama general sobre la violencia contra los periodistas en México. Posteriormente se aborda el tema de la publicidad oficial. En seguida se discute el impacto de estos dos últimos factores en la práctica periodística cotidiana. Finalmente, el texto cierra con unas breves conclusiones.

LAS FUENTES DE INFORMACIÓN PERIODÍSTICA

A pesar de que existe una vasta literatura sobre el hecho de que la noticia es una realidad construida, todavía es un tema sensible para los periodistas, quienes, más que como parte del proceso de producción de contenidos mediáticos, tienden a considerarse a sí mismos como observadores y transmisores objetivos de la realidad. Sin embargo, el mero hecho de salir a reportear es tan sólo una etapa del complejo proceso de producción de noticias (Tuchman, 1978; Becker y Vlad, 2009; Schudson, 2005).

En ese sentido, el objetivo último del periodismo es fomentar el entendimiento del entorno político, económico, social y cultural. Para lograrlo, este tipo de contenidos mediáticos son el resultado de una serie de filtros que transforman los datos en mensajes (Allan, 2004). Estos filtros integran el proceso de planeación, reporteo, edición y presentación de información. Sin embargo, en lugar de un recuento de primera mano, en no pocas veces lo que el medio difunde es una realidad *creada*. La razón es porque los periodistas dependen de fuentes específicas de información, las cuales ofrecen una visión parcial de la realidad, porque tienden a destacar únicamente sus propios puntos de vista (Iggers, 1999; Seib, 2004; Critcher, 2005; Berkowitz, 2009).

Debido al amplio catálogo de fuentes que un reportero tiene a su disposición, y al limitado acceso al espacio mediático que —en la práctica— la mayoría de éstas tienen, hay una lucha constante para atraer la atención de la prensa. En otras palabras, las diversas fuentes están obligadas a competir por obtener una mayor visibilidad en un mercado de contenidos cada vez más saturado (Priest, 2005; Berkowitz, 2009; Arno, 2009).

Para lograr dicho objetivo, cada una de ellas depende de su *poder de fuente*, el cual se erige a partir del cúmulo de recursos con los que cuenta para participar activamente en el proceso de administración de la agenda (Barlow *et al.*, 1995; Berkowitz, 2009). Tales recursos pueden ser el acceso a información útil y lista para difundirse, experiencia en el área, autoridad moral o legal, y dinero, por citar sólo algunos. Por esta razón, las fuentes mejor preparadas logran determinar no sólo la información que los medios

cubren, sino también el encuadre; lo que significa lograr imponer qué temas se abordan y cómo lo hacen. De tal suerte, una fuente exitosa es aquella cuya verdad es legitimada en los medios (Seib, 2004; Arno, 2009).

Si la noticia representa una realidad construida, entonces sus cimientos son la relación reportero-fuente. No obstante, esta interacción es negociada constante y cuidadosamente, porque cada actor pretende lograr sus metas individuales: el primero necesita información y el segundo visibilidad (Berkowitz, 2009). Con la finalidad de cumplir con su cuota diaria de notas, los periodistas deben cultivar buenas relaciones con las fuentes más importantes, mismas que le proveerán los insumos informativos que requieren (Arno, 2009).

Sin embargo, una excesiva dependencia en las fuentes institucionales, en detrimento de una adecuada investigación periodística, orilla a los medios a convertirse en portavoces de dichas fuentes. Más aún, tal vez la información recibida cubra las necesidades del periodista, pero no estará exenta del sesgo que el informante le quiera imprimir. Esa es precisamente la razón por la que, mientras las fuentes tienden a ser proactivas, los reporteros tienden a ser reactivos (Berkowitz, 2009; Mellado *et al.*, 2016). Por lo tanto, “después de todo, la noticia no es lo que piensan los periodistas, sino lo que sus fuentes dicen” (Sigal, 1986:26). Esto último resume el argumento central de este artículo: la prensa mexicana se encuentra capturada por dos fuentes de información que ejercen presión mediante la violencia y/o recursos económicos. En ese sentido, las siguientes secciones tienen como finalidad explicar esta situación.

AGRESIONES HACIA LA PRENSA

De acuerdo con múltiples reportes, tanto académicos como periodísticos, México es uno de los países más peligrosos para ejercer el periodismo y, por ende, la libertad de prensa es muy limitada para los estándares internacionales (Estévez, 2010; Schneider, 2011; Relly y González, 2014; Holland y Ríos, 2015; IFJ, 2016). Asimismo, existe un acuerdo más o menos generalizado de que el origen de esta situación –o al menos su recrudecimiento– se ubica a finales de 2006, cuando el entonces presidente Felipe Calderón Hinojosa declaró la Guerra contra el narcotráfico. A partir de entonces, las noticias sobre reporteros agredidos se han vuelto cotidianas, especialmente aquellos que con su trabajo han desafiado a capos y/o autoridades. Los ataques en contra de los periodistas van desde amenazas verbales, robo de equipo, golpizas, secuestro y tortura, hasta llegar a los asesinatos.

Si bien las cifras sobre los atentados en contra de los medios de comunicación no son del todo consistentes entre la diversidad de organizaciones que monitorean el fenómeno en México, todas señalan un número muy elevado para cualquier nación medianamente civilizada. Destaca, por ejemplo, el reporte de la Federación Internacional de Periodistas (IFJ, 2016), en el cual se señala que de 1990 al 2015 han sido asesinados 120 reporteros; con lo que se coloca a México como el tercer país más peligroso del mundo para la prensa. Por su parte, el Comité para la Protección de Periodistas (CPJ, 2017) informa que han matado a 95 miembros de la prensa de 1992 al 2017. Sin embargo, sólo en 41 casos el crimen está considerado una represalia directa por su trabajo informativo; mientras que en 50 de éstos aún no está claro el motivo del ataque. En los cuatro casos restantes, si bien eran trabajadores de algún medio, su rol no estaba directamente vinculado con la actividad periodística, más bien eran choferes o personal administrativo. Finalmente, Artículo 19 (2017) señala que durante el periodo 2000-2016, cien reporteros han sido asesinados en territorio nacional, como una posible consecuencia de su trabajo.

Más allá de las estadísticas, existen dos coincidencias en los informes antes mencionados: primeramente, resalta que alrededor de dos terceras partes de las víctimas cubrían temas relacionados con el crimen organizado y/o corrupción de autoridades. En segundo lugar, destaca la impunidad con la que dichos crímenes son perpetrados; puesto que –por lo menos– el 90% de éstos no se resuelve, y muchos ni siquiera son investigados por las autoridades competentes (Waisbord, 2002; Estévez, 2010; Relly y González, 2014; Holland y Ríos, 2015; Márquez, 2015; IFJ, 2016; CPJ, 2017; Artículo 19, 2017).

Es importante señalar que, si bien las cifras de atentados contra reporteros son altas, eso no significa que la violencia sea una práctica generalizada en todo el país. Es decir, existen zonas de riesgo claramente definidas en las que los periodistas corren mayores peligros al realizar su trabajo; entre las que destacan los estados de Veracruz, Tamaulipas, y Oaxaca, por mencionar algunos. Cabe destacar que por ser la capital del país y, por ende, sede de los poderes federales, la Ciudad de México había sido hasta el 2015 un lugar seguro para la práctica periodística (Estévez, 2010; Rodelo, 2009; Relly y González, 2014; Holland y Ríos, 2015; Del Palacio, 2015; Artículo 19, 2017). Esto cambió en agosto de ese año cuando el fotoperiodista veracruzano Rubén Espinosa fue torturado y asesinado a tiros junto con otras cuatro personas.

Independientemente del número de víctimas o de las regiones donde se concentran los ataques, lo cierto es que la violencia hacia los periodistas tiene efectos evidentes; los cuales pueden clasificarse en tres niveles: individual, institucional, y social. El primero de éstos está directamente relacionado con los periodistas y esto tiene que ver –por un

lado— con el cambio de sus rutinas, tanto personales (cambio de número telefónico, domicilio e incluso de lugar de residencia), como laborales (autocensura o no cubrir ciertos temas), y —por otro— con el impacto psicológico (como estrés postraumático, depresión o ansiedad) en las víctimas y sus familias (Schneider, 2011; Relly y González, 2014; Flores *et al.*, 2014; Holland y Ríos, 2015; Hughes y Márquez, 2017).

En cuanto al nivel institucional, la afectación es evidente en el medio de comunicación al ser (auto) censurado y, por ende, no ejercer libremente el periodismo de investigación (Estévez, 2010; Schneider, 2011; Relly y González, 2014). Relacionado con lo anterior, el impacto social estriba en que cada ataque contra un informador implica también un atentado en contra de la libertad de expresión, y del derecho que la sociedad tiene de estar informada (Holland y Ríos, 2015). Como resultado de ello, se fomenta la corrupción a todos los niveles y se debilita tanto el Estado como sus instituciones (Rodelo, 2009; Artículo 19, 2017).

CONVENIOS DE PUBLICIDAD OFICIAL

El uso de la publicidad oficial como un medio de ejercer presión en las redacciones no es reciente. Por el contrario, el gobierno lo ha usado desde hace mucho tiempo. Como resultado de ello, y a diferentes niveles, las empresas mediáticas han estado históricamente sujetas a la instrumentalización, mas no siempre de manera involuntaria. Aún antes de la evolución del concepto de publicidad oficial como es actualmente, el Estado mexicano ha patrocinado diversos medios que se muestran amistosos y ha castigado a las voces de oposición. Independientemente de su ideología —liberal o conservadora— presidentes y gobernadores han hecho uso de las arcas públicas para influir en las líneas editoriales de periódicos, estaciones de radio y canales de televisión (Orozco, 2010; De León, 2011; González, 2013; Márquez, 2014).

Antes de continuar con la discusión de la publicidad oficial como una herramienta de coerción, es fundamental definir dicho concepto. En términos normativos, la finalidad de los anuncios gubernamentales debe ser el establecimiento de canales de comunicación entre el Estado y la ciudadanía, informando a esta última sobre el desempeño del primero. Esto quiere decir que la gente tiene el derecho de saber y las autoridades la obligación de informar acerca de sus actividades, tales como la realización de programas sociales, el uso de los recursos públicos e iniciativas de ley, por citar sólo algunos ejemplos (Ruelas y Dupuy, 2013). De tal suerte, los servidores públicos deben facilitar la transparencia de su gestión mediante este tipo de anuncios pagados.

Por lo tanto, el fundamento de los contratos de publicidad oficial es garantizar que el gobierno –en sus tres niveles e independientemente de los tiempos políticos– tenga una presencia mediática constante basada tanto en una cobertura noticiosa favorable y/o espacios preferenciales para sus anuncios. Mediante una inversión anual o mensual, la empresa de comunicación ofrece un determinado espacio (páginas en publicaciones o tiempo aire en medios electrónicos) para que el gobierno difunda sus boletines de prensa y anuncios. La cantidad de dinero que cada medio recibe del presupuesto oficial depende de su alcance e impacto, o sea que las tajadas más grandes se las llevan las organizaciones más importantes (González, 2013).

El arribo de estos acuerdos formales entre el poder político y el poder mediático supuso un parteaguas en la manera en que la comunicación política opera en nuestro país, llevándola a un nivel renovado y aparentemente más profesional. Empero, esta nueva relación no ha estado exenta de un permanente halo de sospecha. Y es que esta novedosa forma de interacción no se ha quedado sólo a un nivel meramente comercial, puesto que también ha tenido evidentes implicaciones en las noticias que el público recibe cotidianamente por parte de los medios. En otras palabras, desde el inicio, estos contratos han sido explotados como una forma de ejercer presión a la prensa y, como resultado de ello, han tenido un claro impacto en la manera en la que los periodistas cubren a los actores políticos y sus actividades. Desde un principio, las oficinas de comunicación han buscado influenciar las redacciones al tratar de imponerles la agenda. Para lo cual se invierten grandes sumas de dinero en darle visibilidad al gobierno mediante anuncios, notas pagadas y *chayotes* (Waisbord, 2002; Rodelo, 2009; Orozco, 2010; De León, 2011; González, 2013; Márquez, 2014).

Los nuevos contratos de publicidad oficial hicieron más sofisticada la interacción entre las organizaciones mediáticas y las élites gubernamentales y partidistas, porque el compromiso para brindarse apoyo mutuo está ahora erigido sobre una lógica mercantil. Por esta misma razón, junto con las concesiones de radio y televisión otorgadas directamente por el presidente en turno, los subsidios del gobierno (como los anuncios y hasta la materia prima) se convirtieron en la columna vertebral de la relación Estado-prensa (Esteinou, 2008; Rodelo, 2009; Orozco, 2010; De León, 2011; González, 2013; Márquez, 2014).

Al invertir selectivamente en empresas de noticias que difícilmente podrían sobrevivir de otra manera, mismas que se vuelven dóciles tras la inyección de recursos públicos, el gobierno mexicano –independientemente del partido del que emane– ha estructurado el mercado nacional de medios de comunicación (Ruelas y Dupuy, 2013). No obstante, el ser rescatado por el Estado no es gratuito, ya que necesariamente implica un alineamiento editorial hacia el discurso oficial. En otras palabras, el

intercambio de publicidad por una cobertura favorable se ha convertido en la regla de la interacción entre la clase política y la prensa. Dicha relación, cabe acotar, es una cuestión de poder y control mediada por un acuerdo comercial (Rodelo, 2009; Orozco, 2010; De León, 2011; González, 2013).

Además de las limitantes económicas, la prensa escrita tiene que sobrevivir en un ambiente hostil, ya que no hay publicaciones con circulación masiva en México y sus lectores son contados, básicamente miembros de las élites económicas, políticas y académicas. Por esta razón, no existe ninguna publicación en nuestro país que pueda sobrevivir únicamente de la venta de ejemplares, todas dependen de la venta de publicidad, especialmente del gobierno en sus tres niveles. A pesar de ser prácticamente desconocidas por los lectores, algunas de ellas tienen como único fin hacer dinero a costa del Estado. Hasta los autodenominados proyectos *independientes* tienen serias dificultades para subsistir sin una tajada del presupuesto oficial, misma que en no pocas ocasiones representa el pago de nómina de sus trabajadores (Trejo, 1992).

IMPACTO DE LA VIOLENCIA Y PUBLICIDAD OFICIAL

Tras haber definido los conceptos clave en las páginas anteriores, la finalidad de este apartado es discutir las implicaciones para la prensa mexicana tanto de la violencia ejercida en su contra, como de los convenios de publicidad oficial. Como se mencionó previamente, más que los propios periodistas, en la práctica son las fuentes de información los definidores primarios de las noticias (Sigal, 1986; Manning, 2001; Covert y Wasburn, 2007). En ese sentido, el impacto de las fuentes en el contenido noticioso es evidente en el caso de la prensa mexicana, cuyo contenido es determinado constantemente por intereses ajenos a los estrictamente periodísticos.

Por lo que respecta al crimen organizado como una fuente de información, cabe señalar que su presencia mediática se disparó en diciembre de 2006, cuando –justo al inicio de su administración– el entonces presidente de la República Felipe Calderón Hinojosa declaró la Guerra contra el narcotráfico. A partir de ese momento, las noticias sobre los narcotraficantes y sus actividades ilícitas se posicionaron rápidamente en la agenda informativa; debido a que esta información se publicaba cada vez con mayor frecuencia, dichas notas aparecían en las primeras planas de los diarios o en los primeros segmentos de los noticiarios, y la cobertura tenía un marcado tono espectacular (Gómez y Rodelo, 2012; Rodelo, 2014; Juárez, 2015; Meyer, 2015). Asimismo, bajo la lógica de que las *malas noticias* son siempre *buenas noticias*, este tipo de contenidos resultó ser altamente rentable en el corto plazo (Schack, 2011).

A pesar de lo anterior, la cobertura de la Guerra contra el narcotráfico ha experimentado transformaciones a través del tiempo. Durante los primeros años, los periodistas fueron tomados por sorpresa y, dado que casi nadie tenía experiencia en conflictos armados, los reportes adoptaron ciertos rasgos del periodismo deportivo y de nota roja. Por ende, el resultado fue el constante énfasis en el conteo diario de cuerpos y la expectativa sobre quién iba *ganando* la batalla (Hernández y Rodelo, 2010; Reyna, 2014 y 2015). Esta situación resultó ser problemática para el gobierno federal, porque su mensaje no estaba llegando al público. Por esta razón, las autoridades señalaron a los medios y los acusaron de ayudar a *los malos*, en lugar de contribuir al análisis de los logros de las fuerzas armadas. Como resultado, la segunda etapa de la cobertura estuvo marcada por un control más estricto de la información por parte del gobierno. Así, en no pocas ocasiones la versión oficial se convirtió en la única versión para la prensa (Hernández y Rodelo, 2010; Reyna, 2014 y 2015).

Ambas etapas pusieron de manifiesto una de las debilidades históricas del periodismo mexicano: la falta de investigación periodística. Es decir, la ausencia de una adecuada contextualización y una clara dependencia en el boletín oficial, entre otros aspectos, fomentaron un pobre entendimiento del fenómeno; generado por una ausencia de criterios profesionales para cubrir dicha información. Más aún, con el objetivo de generar mayores ganancias, la cobertura se centró en los detalles sangrientos, más que en la explicación de los hechos (Hernández y Rodelo, 2010; Schack, 2011; Gómez y Rodelo, 2012; Reyna, 2014 y 2015; Lozano, 2016).

En ese sentido, considerar al crimen organizado como una fuente de información permite ofrecer una explicación de esta situación. Y es que los cárteles rápidamente entendieron el proceso de la administración de agenda, que consiste en tener el control de la información, los encuadres y los tiempos de exposición de buena parte de las notas sobre la Guerra contra el narcotráfico. Su estrategia les trajo resultados favorables, no sólo en términos de cobertura, sino que también lograron que hasta los medios adoptaran su léxico a la hora de narrar los hechos. Lo anterior se logró mediante una fórmula más bien simple: plata o plomo. En otras palabras, su poder de fuente se erigió a partir de sus recursos económicos, pero cuando éstos no eran lo suficientemente persuasivos, los narcotraficantes utilizaban estrategias menos amables. Por lo tanto, el resultado de esta relación reportero-fuente era silencio o alineamiento. Dicho de otra forma, los miembros del crimen organizado esperaban que la prensa sólo difundiera la información que ellos aprobaran (Hernández y Rodelo, 2010; Gómez y Rodelo, 2012; Rely y González, 2014; Holland y Ríos, 2015; Lozano, 2016).

Más allá de la lógica de plata o plomo, algunos grupos criminales hasta contaban con estrategias rústicas de posicionamiento. Por ejemplo, filtraban información a ciertos

periodistas, enviaban fotografías y/o videos, monitoreaban constantemente la cobertura que recibían y analizaban cómo eran presentados por cada medio, y —en algunos casos— hasta contaban con sus propios *jefes de prensa* para interactuar con los reporteros del área (Hernández y Rodelo, 2010; Gómez y Rodelo, 2012; Tuckman, 2015). Además, las bandas más violentas también usaban sus propios crímenes como mensajes, puesto que ciertos asesinatos también tenían un valor simbólico. En otras palabras, mediante la tortura y decapitaciones de determinadas víctimas, cuyos cuerpos eran exhibidos públicamente, los narcotraficantes enviaban mensajes tanto a sus rivales como a las autoridades. Es decir, organizaban sus propios eventos mediáticos, cuya finalidad era recibir cobertura periodística (Gómez y Rodelo, 2012; Relly y González, 2014; Shirk y Wallman, 2015; Tuckman, 2015).

En estas circunstancias, los medios enfrentan un dilema continuo: con base en la elección menos peligrosa, se ven obligados a decidir si publicar o no cierta información. Cualquier camino que elijan representa ser comprados o agredidos. Sin embargo, cabe señalar que el crimen organizado no es el único actor que recurre a la violencia contra los periodistas. Por el contrario, autoridades gubernamentales a nivel local y estatal también la utilizan. Por ejemplo, el estado de Veracruz es una de las zonas con mayor número de agresiones a la prensa, muchas de las cuales están directamente vinculadas con funcionarios públicos (Del Palacio, 2015; IFJ, 2016). Empero, el gobierno cuenta con otras estrategias de control menos sanguinarias e igual de efectivas, tales como los contratos de publicidad oficial; cuya finalidad última también es el silencio o el alineamiento de los medios (Rodelo, 2009; Orozco, 2010; De León, 2011; González, 2013; Márquez, 2014; Espino, 2016).

La publicidad oficial es un tema controversial para la relación entre los medios y el poder político en México, puesto que ambos son codependientes y se necesitan el uno al otro para la consecución de sus metas. Así, mientras exista un convenio de este tipo, buena parte de la prensa mexicana tenderá a reaccionar con docilidad ante el gobierno. Hasta muchos de los autodenominados proyectos *independientes* se tornan beligerantes ante la cancelación de uno de estos contratos. Por tanto, la publicidad oficial se ha convertido en moneda de cambio para negociar una cobertura favorable. No obstante, esta nueva forma de soborno es negociada directamente entre los dueños de los medios y las autoridades gubernamentales; sin la intervención de forma individual del reportero (Rodelo, 2009; De León, 2011; González, 2013; Márquez, 2014; Espino, 2016).

Negociar una cobertura favorable a cambio de ganancias económicas ha hecho que las empresas mediáticas renuncien a su rol social, que es informar a la ciudadanía de una forma veraz y sin ningún sesgo político. En estas circunstancias, la noción de modernidad periodística desaparece ante la llegada de intereses comerciales. Dado

que, en mayor o menor medida, los medios mexicanos dependen del presupuesto gubernamental, sus redacciones trabajan con la lógica de no golpear a sus anunciantes y, por ende, afectar los acuerdos comerciales (Juárez y Echeverría, 2013; González, 2013 y 2016). Aceptar este tipo de intromisiones impacta en la libertad con la que los reporteros realizan su trabajo, el cual se espera que sea indagar en los datos, declaraciones y documentos que obtienen de sus fuentes, sin importar quién pueda ser afectado al revelar la verdad (Lawson, 2002; González, 2013 y 2016).

El uso de la publicidad oficial como una forma de coerción hacia los periodistas puede también ser considerado como un reflejo de la estructura clientelar que aún determina las relaciones de poder en México. Por ende, estos convenios podrían tomarse como una nueva forma de *chayote* pero, contrario a la versión anterior recibida directamente por los reporteros, ésta es negociada a un nivel institucional. Sin embargo, su propósito permanece intacto: influenciar el proceso de producción de noticias (González, 2013; Márquez, 2014).

En ese sentido, las diferencias en cuanto a cobertura y encuadre se pueden explicar a partir de las variaciones en inversión publicitaria, es decir, entre mayor sea la compra de espacios, mejor será la imagen difundida. Más aún, dado que ningún tipo de medio es inmune a esta práctica, la clave está en su fortaleza económica que le pueda dotar de mayor o menor libertad periodística. Dicho de otro modo, adoptar una posición crítica o amistosa frente al poder político depende no tanto de su buena voluntad, sino más bien de su capacidad para hacer frente a posibles contingencias financieras (Rodelo, 2009; De León, 2011; González, 2013; Márquez, 2014; Espino, 2016).

Por lo tanto, el *poder de fuente* del gobierno mexicano es similar al del crimen organizado, puesto que ambos utilizan su fortaleza económica para controlar el proceso de administración de la agenda. De tal suerte, las autoridades políticas dan por sentado el silencio o alineamiento de los medios contratados para anunciarse. Como resultado del convenio de publicidad oficial, se espera que ciertas noticias resalten o ignoren aspectos específicos, de acuerdo con los intereses del anunciante. De nueva cuenta, la información que la audiencia recibe de la prensa está determinada por el poder de un actor externo, no por el interés público.

CONCLUSIONES

En términos del proceso de administración de la agenda mediática en México, el crimen organizado y el gobierno se han erigido como fuentes de información altamente competitivas, ya que son los principales definidores de las noticias relacionadas con sus respectivas actividades. La explicación de esta situación presenta tres aristas:

primeramente, la mayoría de los medios en el país tienen serias limitaciones económicas y, por si fuera poco, operan en un mercado altamente saturado. Además, muchos de los reporteros reciben sueldos raquíticos y trabajan en condiciones de riesgo. Por lo tanto, debido a que los cárteles y las dependencias de gobierno ofrecen cantidades significativas de dinero –tanto a los periodistas como a las empresas para las que laboran–, los contenidos informativos responden a los intereses de quienes pagan, y no necesariamente de quienes reciben las noticias (Rodelo, 2009; Orozco, 2010; De León, 2011, González, 2013 y 2016; Márquez, 2014; Espino, 2016).

En segundo lugar, como resultado de sus limitaciones históricas, el periodismo en México es presa fácil de las fuentes dominantes, en este caso el crimen organizado y el gobierno. La razón es que, más que la mera imposición, buena parte de la prensa es también víctima de su propia falta de profesionalización; lo cual es evidente en la escasa investigación periodística y su marcada dependencia en los boletines oficiales (Hernández y Rodelo, 2010; Rodelo, 2014; Reyna, 2015; Lozano, 2016; González, 2016). Finalmente, la violencia hacia los periodistas se ha convertido en un aspecto a considerar al momento de cubrir ciertos temas, especialmente los relacionados con la Guerra contra el narcotráfico y/o la corrupción en el gobierno. De tal suerte que el riesgo latente de sufrir un ataque tiene un claro impacto en la decisión de publicar o no una noticia (Gómez y Rodelo, 2012; Rely y González, 2014; Holland y Ríos, 2015).

Debido a lo anterior, resulta claro que “para los medios de comunicación, el camino para hacer dinero y ser escuchados no es la objetividad, sino el reforzamiento de la identidad de una de las partes en conflicto” (Arno, 2009:177). Esto también es una de las características de los sistemas mediáticos autoritarios y premodernos, en los cuales las fuentes dominantes utilizan diferentes medidas para censurar los contenidos informativos y, por ende, legitimarse (Vladislavjević, 2015). En estas circunstancias, los argumentos presentados anteriormente apuntan a que los anhelos de modernización del periodismo mexicano se ven truncados tanto por las bandas criminales como por la clase política. Y es que, mediante ataques y/o sobornos, a los reporteros se les impide ejercer profesionalmente su labor; puesto que, literalmente, se encuentran entre la espada y la pared.

BIBLIOGRAFÍA

- Allan, Stuart (2004). *News culture*. Reino Unido: Open University Press.
- Arno, Andrew (2009). *Alarming reports: Communicating conflict in the daily news*, vol. 1. Estados Unidos: Berghahn Books.

- Artículo 19 (2017). *México: sin prensa no hay democracia* [<https://www.article19.org/resources.php/resource/38352/es/mexico:-sin-prensa-no-hay-democracia>], fecha de consulta: agosto de 2017.
- Barlow, Melissa *et al.* (1995). "Economic conditions and ideologies of crime in the media: a content analysis of crime news", *Crime & Delinquency*, 41(1), pp. 3-19.
- Becker, Lee y Tudor Vlad (2009). "News organizations and routines", en Karin Wahl-Jorgensen y Thomas Hanitzch (eds.), *The handbook of journalism studies*. Estados Unidos: Routledge, pp. 59-72.
- Berkowitz, Daniel (2009). "Reporters and their sources", en Karin Wahl-Jorgensen y Thomas Hanitzch (eds.), *The handbook of journalism studies*. Estados Unidos: Routledge, pp. 103-115.
- Chibnall, Steve (1980). "Chronicles of the gallows: the social history of crime reporting", en Harry Christian, *The sociology of journalism and the press*. Reino Unido: University of Keele, pp. 179-217.
- Committee to Protect Journalists (CPJ) (2017). *37 Journalists Killed in Mexico since 1992/Motive Confirmed* [<https://www.cpj.org/killed/americas/mexico/>], fecha de consulta: agosto de 2017.
- Covert, Tawnya y Philo Wasburn (2007). "Information sources and the coverage of social issues in partisan publications: A content analysis of 25 years of the Progressive and the National Review", *Mass Communication and Society*, 10(1), pp. 67-94.
- Critcher, Chas (2005). "Mighty dread. Journalism and moral panics", en Stuart Allan (ed.), *Journalism: critical issues*. Reino Unido: Open University Press, pp. 177-187.
- De León, Salvador (2011). "Comunicación pública, transición política y periodismo en México: el caso de Aguascalientes", *Comunicación y Sociedad*, núm. 15, pp. 43-69.
- Del Palacio, Celia (2015). "Periodismo impreso, poderes y violencia en Veracruz 2010-2014. Estrategias de control de la información", *Comunicación y Sociedad*, núm. 24, pp. 19-46.
- Eisenstadt, Shmuel Noah (2000). "Multiple modernities", *Daedalus*, 129(1), pp. 1-29.
- Espino, Germán (2016). "Periodistas precarios en el interior de la República Mexicana: atrapados entre las fuerzas del mercado y las presiones de los gobiernos estatales", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 228, pp. 1-30.
- Esteinou, Javier (2008). "La ley Televisa y la formación de la IV República mediática en México", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 50(202), pp. 53-70.
- Estévez, Dolia (2010). *Protecting press freedom in an environment of violence and impunity*. Estados Unidos: Wilson Center for International Scholars/Trans-Border Institute/University of San Diego.
- Flores, Rogelio *et al.* (2014). "El impacto psicológico de la guerra contra el narcotráfico en periodistas mexicanos", *Revista Colombiana de Psicología*, 23(1), pp. 177-193.
- Gómez, Gabriela y Frida Rodelo (2012). "El protagonismo de la violencia en los medios de comunicación", en Guadalupe Rodríguez (coord.), *La realidad social y las violencias. Zona metropolitana de Guadalajara*. México: Incide/CIESAS/Conavim/ITESO, pp. 319-351.
- González, Celeste y Jeannine Relly (2016). "The practice and study of journalism in zones of violence in Latin America: Mexico as a case study", *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 5(1), pp. 51-69.

- González, Rubén Arnoldo (2013). "Economically-Driven partisanship: Official advertising and political coverage in Mexico: The case of Morelia", *Journalism and Mass Communication*, 3(1), pp. 14-33.
- (2016). "Investigative journalism in Mexico: between ideals and realities. The case of Morelia", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22(1), pp. 343-359.
- Hallin, Daniel y Paolo Mancini (2004a). *Comparing media systems. Three models of media and politics*. Estados Unidos: Cambridge University Press.
- (2004b). "Americanization, globalization, and secularization. Understanding the convergence of media systems and political communication", en Franky Esser y Barbara Pfetsch (eds.), *Comparing political communication. Theories, cases, and challenges*. Estados Unidos: Cambridge University Press, pp. 25-44.
- Hernández, María Elena y Frida Rodelo (2010). "Dilemas del periodismo mexicano en la cobertura de 'la guerra contra el narcotráfico': ¿periodismo de guerra o de nota roja?", en Zeyda Rodríguez (coord.), *Entretejidos comunicacionales. Aproximaciones a objetos y campos de la comunicación*. México: Universidad de Guadalajara, pp. 193-228.
- Holland, Bradley y Viridiana Ríos (2015). "Informally governing information: how criminal rivalry leads to violence against press in Mexico", *Journal of Conflict Resolution*, pp. 1-25.
- Hughes, Sallie y Mireya Márquez (2017). "Examining the practices that Mexican journalists employ to reduce risk in a context of violence", *International Journal of Communication*, núm. 11, pp. 499-521.
- Iggers, Jeremy (1999). *Good news, bad news*. Estados Unidos: Westview Press.
- International Federation of Journalists (IFJ) (2016). *Journalists and media staff killed 1990-2015: 25 years of contribution towards safer journalism*. Bélgica: IFJ.
- Juárez, Julio (2015). "Organized crime and news treatment in Mexico: a longitudinal analysis of three news television programs", *Journal of Latin American Communication Research*, 5(1), pp. 38-63.
- y Martín Echeverría (2013). *Cuando el spot llega a lo local. Publicidad política en los estados de la República*. México: UNAM.
- Lawson, Chappell (2002). *Building the fourth estate. Democratization and the rise of a free press in Mexico*. Estados Unidos: University of California Press.
- Lozano, José Carlos (2016). "El acuerdo para la cobertura informativa de la violencia en México: un intento fallido de autorregulación", *Comunicación y Sociedad*, núm. 26, pp. 13-42.
- Mancini, Paolo y David Swanson (1996). "Politics, media, and modern democracy: Introduction", en Mancini, Paolo y David Swanson (eds.), *Politics, media, and modern democracy: an international study of innovations in electoral campaigning and their consequences*. Estados Unidos: Praeger Publishers, pp. 1-26.
- Manning, Paul (2001). *News and news sources: A critical introduction*. Reino Unido: Sage.
- Márquez, Mireya (2014). "Professionalism and journalism ethics in post-authoritarian Mexico: perceptions of news for cash, gifts, and perks", en Wendy Wyatt (ed.), *The ethics of journalism: individual, institutional and cultural influences*. Reino Unido: I.B. Tauris/Reuters Institute for the Study of Journalism/University of Oxford, pp. 55-63.

- (2015), “El impacto de la violencia criminal en la cultura periodística posautoritaria: la vulnerabilidad del periodismo regional en México”, en Celia Del Palacio (coord.), *Violencia y periodismo regional en México*, México: Juan Pablos Editor, pp. 15-47.
- Mellado, Claudia *et al.* (2016). “Journalistic performance in Latin America: a comparative study of professional roles in news content”, *Journalism*, pp. 1-20.
- Meyer, José Antonio (2015). *Narcotráfico, medios de comunicación y opinión pública*. México: Fontamara.
- Okunna, Chinyere (2004). “Communication and conflict: a commentary on the role of the media”, *Africa Media Review*, 12(1), pp. 7-12.
- Orozco, Rosalía (2010). *Relaciones prensa-gobierno en Tepic. Una caracterización de prácticas dominantes en el periodismo local de México*. México: Universidad de Guadalajara.
- Portes, Alejandro (1973). “Modernity and development: A critique”, *Comparative International Development*, 8(3), pp. 247-279.
- Priest, Susanna (2005). “Risk reporting. Why can't they ever get it right?”, en Stuart Allan (ed.), *Journalism: critical issues*, Reino Unido: Open University Press, pp. 199-209.
- Relly, Jeannine y Celeste González (2014). “Silencing Mexico: A study of influences on journalists in the Northern states”, *The International Journal of Press/Politics*, 19(1), pp. 108-131.
- Reyna, Víctor Hugo (2014). *Nuevos riesgos, viejos encuadres: la escenificación de la inseguridad pública en Sonora*. México: El Colegio de Sonora.
- (2015). “¿El estado más seguro de la frontera? Periodismo, poder e inseguridad pública en Sonora”, en Celia del Palacio (coord.), *Violencia y periodismo regional en México*. México: Juan Pablos Editor, pp. 365-403.
- Rodelo, Frida (2014). “El tráfico de drogas y la delincuencia organizada en medios mexicanos de distinto alcance y sector”, *Global Media Journal México*, 11(21), pp. 50-66.
- (2009). “Periodismo en entornos violentos: el caso de los periodistas de Culiacán, Sinaloa”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 12, pp. 101-118.
- Ruelas, Ana Cristina y Justine Dupuy (2013). *El costo de la legitimidad. El uso de la publicidad oficial en las entidades federativas*. México: Fundar/Article 19.
- Sambrook, Richard (2016). “Reporting in uncivil societies and why it matters”, en Simon Cottle *et al.*, *Reporting dangerously. Journalist killings, intimidation and security*, Reino Unido: Palgrave Macmillan, pp. 17-35.
- Schack, Todd (2011). “Twenty-first-century drug warriors: the press, privateers and the for-profit waging of the war on drugs”, *Media, War & Conflict*, 4(2), pp. 142-161.
- Schneider, Laura (2011). “Press freedom in Mexico. Politics and organized crime threaten independent reporting”, *KAS International Reports*, núm. 11, pp. 39-55.
- Schudson, Michael (2005). “Four approaches to the sociology of news”, en James Curran y Michael Gurevitch (eds.), *Mass media and society*, India: Hodder Education, pp. 172-197.
- Seib, Philip (2004). *Beyond the front lines. How the newsmedia cover a world shaped by war*. Estados Unidos: Palgrave Macmillan.

- Shelley, Louise (2001). "Corruption and organized crime in Mexico in the post-PRI transition", *Journal of Contemporary Crime Justice*, 17(3), pp. 213-231.
- Shirk, David y Joel Wallman (2015). "Understanding Mexico's drug violence", *Journal of Conflict Resolution*, 59(8), pp. 1348-1376.
- Sigal, Leon (1986). "Who? Sources make the news", en Robert Manoff y Michael Schudson (eds.), *Reading the news*. Estados Unidos: Pantheon Books, pp. 9-37.
- Trejo, Raúl (1992). *La sociedad ausente. Comunicación, democracia y modernidad*. México: Cal y Arena.
- Tuchman, Gaye (1978). *Making news. A study in the construction of reality*. Estados Unidos: The Free Press.
- Tuckman, Jo (2015). *México, democracia interrumpida*. México: Grijalbo.
- Tumber, Howard (2009). "Covering war and peace", en Karin Wahl-Jorgensen y Thomas Hanitzch (eds.), *The handbook of journalism studies*. Estados Unidos: Routledge, pp. 386-397.
- Vladisavljević, Nebojša (2015). *Media framing of political conflict: A review of the literature*. Reino Unido: Media, Conflict and Democratisation Series.
- Waisbord, Silvio (2002). "Antipress violence and the crisis of the State", *The International Journal of Press/Politics*, 7(3), pp. 90-109.