



Razón y Palabra

ISSN: 1605-4806

octavio.islas@proyectointernet.org

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores
de Monterrey
México

Esteinou Madrid, Javier; Sánchez Rivera, Roberto
Panorámica sobre el Análisis de las Políticas de Comunicación en México
Razón y Palabra, vol. 12, núm. 58, agosto-septiembre, 2007, pp. 1-31
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
Estado de México, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520717013>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Panorámica sobre el Análisis de las *Políticas de Comunicación en México*

Dr. Javier Esteinou Madrid

Investigador Titular, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana,
Unidad Xochimilco, México, D.F

Mtro. Roberto Sánchez Rivera

Investigador Titular, Instituto de Investigaciones Bibliográficas, Universidad Nacional Autónoma de México,
México, D.F.

I.- LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LOS TIEMPOS DEL LIBRE COMERCIO.

Debido al cultivo de la tendencia altamente mercantilista y pragmática que caracterizó el desarrollo de la estructura cultural del modelo neoliberal en México al final de la década de los 80s. y principios de los 90s, se acentuó desde esa época a la fecha la dinámica de desproteger e incluso hacer desaparecer la investigación de la comunicación de carácter humanista y social; y se impulsó desmedidamente desde las políticas oficiales científicas y educativas del Estado nación los estudios marcadamente tecnológicos, pragmáticos y eficientistas de la información.

En este sentido, por ejemplo, surgieron intensamente en el país las investigaciones sobre las características físicas de las nuevas tecnologías de información, la ampliación de la televisión directa, la introducción de Internet, la expansión de los satélites, el empleo de las computadoras de la nueva generación, el estudio de las intertextualidades, el examen del ciberespacio, la interacción de las máquinas de información de la última generación, el examen de la adaptación de los medios virtuales, la comunicación organizacional, la reflexión sobre la interconectividad, etc; y se descuidaron u olvidaron drásticamente el análisis elemental de las políticas de comunicación colectivas, los procesos de democratización de los medios de comunicación, el empleo de las nuevas tecnologías para impulsar el desarrollo social, el uso de las infraestructuras informativas para defender la ecología, el empleo de los medios para producir alimentos, el aprovechamiento de dichas tecnologías para reducir la violencia, el uso de la comunicación para la rehumanización de las ciudades, la utilización de los recursos comunicativos para la conservación de las cadenas biológicas de manutención de la vida, su uso para la defensa de los derechos humanos, la reutilización de las estructuras de comunicación para crear culturas básicas para la sobrevivencia social, su aprovechamiento para el rescate de las culturas indígenas, la reutilización de estos avances tecnológicos para el incremento de la participación social, etc.

De esta forma, con el lugar estratégico que el nuevo modelo de desarrollo modernizador le concedió al mercado para ser el eje fundamental que dirigiera y modelara a

los procesos sociales y educativos en México, éste se convirtió en el condicionante y el disparador central del cual se derivó el origen, el sentido y el destino de la producción cultural y comunicativa en nuestro país, especialmente de la investigación de la comunicación. Es decir, dentro del patrón de crecimiento neoliberal que asumió México la verdadera reactivación del proyecto de investigación social de la comunicación y de las culturas nacionales, no resurgió de la antiquísima demanda de los grupos sociales básicos por resolver las necesidades sociales más apremiantes de la población para sobrevivir y reforzar sus identidades locales; sino que se derivó de la incorporación acelerada de nuestras sociedades al mercado mundial, que no fue otra realidad que la reactivación y la ampliación intensiva del proyecto económico super transnacional en la periferia.

Desde una perspectiva humana esto significó que, cada vez más, el mercado se convirtió en la autoridad que determinó el valor de las personas y la vida y no la generación de políticas de comunicación colectivas desde las fuerzas y procesos sociales en los que estaban inscritos. En términos educativos, esto representó que, cada vez mas, fueron las bases de la mercadotecnia las que gobernaron la orientación y la acción de las instituciones culturales y comunicativas de nuestra Nación; y no las directrices de políticas de comunicación orientadas hacia el desarrollo social, comunicativo y espiritual de nuestras comunidades. Es decir, la modernización neoliberal básicamente redujo el proyecto comunicativo y cultural del Estado y de la sociedad a un simple programa para fortalecer y expandir las relaciones tecnológicas y de mercado en nuestras comunidades; y no a ampliar y reforzar los procesos culturales más abiertos, democráticos y participativos, vía nuevas políticas de comunicación, que durante tanto tiempo demandaron los grandes sectores básicos de nuestro territorio.

Esto significó, que al ser progresivamente regida la cultura por las leyes de la *"Mano Invisible" del Mercado*, el proyecto neoliberal de investigación de la comunicación que mayoritariamente se produjo y se sigue produciendo en nuestra región a través de los centros de investigación y de otras infraestructuras culturales, fue crecientemente una propuesta que se gobernó por los siguientes 5 principios:

En primer término, a diferencia de las décadas anteriores la investigación de la comunicación buscó conseguir la ganancia, cada vez más, a corto plazo. Mientras menor fuera el tiempo de recuperación de la inversión intelectual realizada, mayor atractivo fue el proyecto de investigación. Esto significó, que las inversiones mayoritarias que se destinaron al terreno de la investigación comunicativa estuvieron definidas muy directamente por la rapidez de la recuperación de la ganancia económica y no por otros criterios más humanos y equilibrados del sentido de la ganancia social que anteriormente introdujo el Estado Benefactor o Planificador.

En segundo término, la ganancia producida por la investigación de la comunicación se solicitó obtener, cada vez más, en términos monetarios y no en otra forma de retribución, como podría haber sido el "enriquecimiento social" o la "humanización de la población" o la formación de una "nueva conciencia social para el desarrollo", o la creación de una "comunicación sustentable" para sobrevivir. Para la realidad cultural e informativa esto significó que aquellas actividades que no produjeron "ganancias pecuniarias" y de corto plazo, según la concepción del cálculo monetarista de la vida y no de otro tipo de

enriquecimientos sociales, no fueron apoyados por las principales instituciones de investigación de la comunicación de nuestro país. Por consiguiente, los proyectos de investigación de apoyo al desarrollo social quedaron crecientemente marginados o desaparecieron en la medida en que no respondieron a los intereses lucrativos del mercado.

Los reducidos programas que sobrevivieron se refugiaron en las pocas islas intelectuales que quedaron de la vieja estructura del *Estado de Bienestar*.

En tercer término, los pocos proyectos de investigación de la comunicación con orientación social que se conservaron en la región, se refugiaron en los reducidísimos rincones intelectuales que quedaron de la vieja estructura del *Estado del Bienestar*, especialmente en las universidades públicas de México. Dichos proyectos reducidos no funcionaron de manera aislada o "aséptica", sino que también quedaron atravesados por los reajustes de la producción del conocimiento que impusieron las necesidades de consolidación y modernización del mercado.

En este sentido, la investigación de la comunicación realizada en los centros académicos fue afectada por la introducción de la ideología de la "Excelencia Académica" neoliberal que no fue otra realidad que la aplicación de la lógica del productivismo industrial de las fábricas al terreno educativo, para generar el "productivismo intelectual" en los centros culturales. La elaboración de dicha atmósfera productivista en las universidades, ocasionó, entre otras, las siguientes consecuencias para la investigación social de la comunicación en México:

A.- Se produjeron muchas investigaciones fragmentadas y atomizadas que no tuvieron continuidad epistemológica para hacer avanzar la teoría de la comunicación, sino simplemente operaron como grandes volúmenes de ensayos informativos o descriptivos que sirvieron para realizar méritos académicos para defender el salario universitario. (Lograr puntos para avanzar en los escalafones de los tabuladores profesionales).

B.- Las problemáticas humanistas, éticas o filosóficas de la investigación de la comunicación crecientemente se deslegitimizaron para dar lugar a las temáticas que partieron de los intereses de la razón instrumental o pragmática. Vivimos un "reencantamiento intelectual" por los temas de investigación que fijó las necesidades de la Mano Invisible del Mercado y no las necesidades básicas del desarrollo comunitario del país.

C.- Se privilegiaron las políticas de investigación vinculadas con los proyectos inmediatistas, utilitaristas, fragmentados y de muy corto plazo, que en el mejor de los casos sólo incrementaron el conocimiento del reducido campo comunicativo de nuestra profesión, pero que no aportaron avances para el conocimiento de las necesidades comunicativas fundamentales que tuvo la mayoría de los habitantes de las comunidades nacionales.

D.- La instalación de este contexto productivista para responder al mercado, propició que el tipo de investigación que se realizara en los centros académicos fuera cada vez más de naturaleza individual, aislada y fragmentada, y no producto de la reflexión y dinámica del trabajo intelectual colectivo. De esta forma, la investigación de la

comunicación que surgió dentro del modelo neoliberal fue marcadamente individual y no conllevó la riqueza de la reflexión grupal. Fueron excepciones muy contadas las investigaciones que se efectuaron colectivamente.

En cuarto término, así como en el terreno productivo para conservar el precio de las mercancías la ley de la oferta y la demanda del mercado obligó permanentemente a desperdiciar miles de toneladas de productos en nuestros países plagados de carencias vitales; de igual forma la aplicación de los principios del mercado al campo de la investigación de la comunicación presionaron a producir a través de los centros de reflexión culturales las investigaciones más lucrativas y rentables para la expansión del mercado y no las que nos constituirían como comunidades, memorias y Naciones. Es decir, en una sociedad regida exclusiva o mayoritariamente por los principios de la oferta y la demanda, el mercado liquidó "naturalmente" con su *mano invisible* a todos aquellos proyectos de investigación que fueron "ineficientes" para respaldar e impulsar el proceso de sobre acumulación y super consumo social, y fomentó a las que si permitieron su expansión material.

Por ejemplo, en el área de la formación de conocimientos la aplicación de *Ley del Mercado* al campo educativo canceló progresivamente en México las carreras de Filosofía, Antropología, Sociología, Ciencia Política, Historia y otras disciplinas humanistas afines por asegurar que eran rentables o necesarias para los criterios de la modernidad por no ser productivas. Ante esta realidad debemos preguntarnos ¿ Qué sucederá con una sociedad que progresivamente cancela la existencia de las disciplinas especializadas en su autoconocimiento como sociedad ?. Frente a esta realidad se puede decir que al aplicarse esta política tan pragmática y de muy corto plazo, se formaron las bases de una "ceguera social" de inmensas dimensiones, pues los principios del mercado abortaron las áreas del conocimiento humano especializadas en el análisis propio de las comunidades. Ante ello, debemos interrogarnos ¿ A dónde va una sociedad que ve todo, excepto a sí misma ?.

Hay que recordar que el mercado por sí mismo no tiene ética, ni corazón, ni se preocupa por lo humano y lo social. Su objetivo es la rápida y creciente acumulación de riqueza a expensas de lo que sea. Por consiguiente, es una ley que en la medida en que funciona autónomamente, sin sólidos contrapesos planificadores puede introducir en las comunidades una relación social de comunicación salvaje.

En quinto lugar, este proceso neoliberal de mercantilización extrema de la investigación de la comunicación funcionó bajo la tendencia de producir, mayoritariamente, aquella investigación que fuera funcional para incrementar el proyecto de acumulación de capital, especialmente, a escala mega transnacional; y marginó la construcción de las políticas de investigación orgánicas que urgentemente requerían generar nuestros proyectos de desarrollo natural. De esta manera, podemos decir que al concluir el siglo XX, el proyecto neoliberal introdujo de manera intensiva en la región una nueva "*Cultura Chatarra*" de la expansión del capital y una reducción de la "*Cultura de la Vida y de la Humanización*" que tanto requirió nuestra sobrevivencia nacional y regional. Esto debido, a que el impulso a una investigación a favor de la vida no fue una actividad lucrativa que valiera la pena fomentarla, a corto plazo, por la dinámica del mercado, a menos que la evolución de la dinámica social llegara a fases críticas en las que el deterioro humano y

social se desmoronara tanto que entrara en contradicción con la tasa de producción y concentración de la riqueza.

Es decir, si al concluir el siglo XX las bases de la investigación de la comunicación en México fueron regidas básicamente por los principios de la economía de mercado y no por otras racionalidades sociales más equilibradas, se crearon las bases para ser conducidos como sociedades a un sistema de comunicación cada vez mas salvaje. Proceso de comunicación que se caracterizó por privilegiar lo superfluo por sobre lo básico; el espectáculo por sobre el pensamiento profundo; la evasión de la realidad por sobre el incremento de nuestros niveles de conciencia; la incitación al consumo por sobre la participación ciudadana, el financiamiento de los proyectos eminentemente lucrativos por sobre los humanistas, la cosificación de nuestros sentidos por sobre la humanización de nuestra conciencia, la homogeneización mental por sobre la diferenciación cultural, la comunicación de una cultura parasitaria por encima de una dinámica de la comunicación sustentable, etc.

Es dentro de éste contexto, que debemos de considerar con todo rigor que "la no preocupación del conocimiento por la comprensión y transformación de la realidad social, también constituye un acto de delincuencia académica e intelectual" ¹.

De aquí, la importancia central de examinar la situación en que se encuentra el estudio y desarrollo de las políticas de comunicación en México, pues esto contribuirá a crear condiciones más sólidas para crear otro proyecto de comunicación más equilibrado en nuestro país.

II.- LA NEUTRALIDAD TECNOLÓGICA DE LOS MEDIOS.

A partir del nuevo lugar estratégico que han ocupado los medios colectivos de información, especialmente electrónicos, en México en las últimas dos décadas, se puede decir, en esencia, que éstos son macro herramientas colectivas neutras en si mismas que sólo reflejan materialmente el grado de avance técnico que el hombre ha alcanzado sobre la conquista de la naturaleza física para poder informar, comunicar, organizarse, relacionarse, socializarse y vincularse entre si. Por lo tanto, desde el punto de vista del impacto político su connotación, implicación o trascendencia social no reside en el tipo de conformación tecnológica que posee cada medio, sino fundamentalmente se deriva de las políticas de comunicación, o lo que es lo mismo, del modelo económico, político y social que administra y conduce a cada tecnología de información en las diversas coyunturas por las que atraviesa el desarrollo del sistema social.

En éste sentido, los medios en si mismos son sólo tecnologías imparciales como son el horno de microondas, el refrigerador, la lavadora, el automóvil, el avión, el barco, etc, que le sirven a los hombres para elevar su calidad de vida y resolver prácticamente los problemas que debe solucionar para poder existir. Sin embargo, su naturaleza depende de

¹ "La no preocupación del conocimiento por la comprensión y la transformación de la realidad, constituye un acto de delincuencia académica e intelectual", Póster universitario, Escuela de Comunicación, Universidad de Sao Paulo (USP), Sao Paulo, Brasil, 1996.

las políticas de comunicación que practica o del proyecto para el que sirven, y en consecuencia, la valoración social que les corresponde se derivará del propósito para el que se usan colectivamente, a través de la instrumentación de políticas de comunicación. Por ejemplo, si todas éstas máquinas se emplean para facilitar la vida cotidiana de los ciudadanos, entonces serán instrumentos positivos para el mejoramiento de la vida de los individuos. Sin embargo, si todos ellos, son empleados para justificar un fin degradado como es el impulso al narcotráfico, la corrupción, el autoritarismo, la explotación humana, las masacres civiles, etc, entonces serán herramientas transmisoras de la desarmonía, la destrucción y la muerte.

En este sentido, el poder tecnológico conquistado por los medios de información colectivos puede servir para fortalecer a los hombres o para hundirlos dependiendo de los objetivos de las políticas de comunicación económicas, políticas y sociales que los controlen y administren. De ésta forma, dependiendo de la naturaleza de las políticas de comunicación que existan en cada medio, la fuerza ideológico cultural de los medios puede ser utilizada, por un lado, para crear condiciones para el crecimiento educativo, cultural, psíquico y espiritual de los seres humanos; o por otro lado, también pueden ser empleados como infraestructuras subjetivas para producir el sometimiento, la enajenación, el marginamiento y la explotación de los sujetos.

Por ello, para descubrir la función histórica que desempeñan las *industrias culturales* electrónicas en cada fase de la evolución social, además de reconocer las particularidades técnicas distintivas de cada institución de difusión, en términos de análisis de su repercusión social, lo que en última instancia debemos examinar, comprender y transformar son las políticas de comunicación que existen detrás de cada uno de ellos y que se convierten en el modelo socio histórico de comunicación, que, para bien o para mal, les da vida comunitaria. Esto es, lo que metodológicamente debemos examinar son las estructuras de las políticas de comunicación profundas que los orientan y condicionan para su actuación colectiva y no quedarnos en la observación e interpretación de las simples variables superficiales de su vertiginosa evolución y expresión tecnológica, pues estaríamos percibiendo solamente la superficialidad light de los macro fenómenos comunicativos.

III.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS Y POLÍTICAS CULTURALES.

Debido a las nuevas capacidades tecnológico-materiales que durante el siglo XX y principios del siglo XXI conquistaron los medios de información colectivos, especialmente los electrónicos y a las transformaciones urbano políticas que se dieron; éstos aumentaron sustantivamente su eficacia de transmisión informativa y de persuasión extensa y se convirtieron en el centro del poder ideológico y político contemporáneo de nuestra nación. En este sentido, de haber sido instrumentos de difusión relevantes en 1960 en México, de transformarse en instituciones importantes de socialización en 1970 y de convertirse en el *cuarto poder* político a partir de 1980, como corresponsables del poder; a principios del 2000 se transformaron en el vértice del poder actual. Es decir, ya no solo son simples instituciones importantes de información o el *cuarto poder*, sino que ahora se han convertido en el *Primer Poder Ideológico* que existe en nuestra sociedad.

Este corrimiento de posiciones hegemónicas en el proceso de transformación de la esfera comunicativa ocasionado por la revolución tecnológica de la sociedad, no se dio de igual forma en todos los medios de información colectivos, sino que se gestó con gradualidades institucionales; pues los menos desarrollados tecnológicamente, como la prensa, continuó operando como el 4º poder; mientras que los mas avanzados tecnológicamente, como la radio y la televisión, se colocaron estructuralmente como el *Primer Poder Ideológico* contemporáneo. Así, a principio del nuevo milenio, la prensa permaneció siendo un espacio con menor cobertura pero con mayor pluralidad donde se discuten las ideas y se informa de manera más crítica a la sociedad; y los medios electrónicos de comunicación las zonas con mayor cobertura, a través de la cual, cotidianamente se dirige y reordena ideológicamente al conjunto social.

Así, los tiempos de los medios electrónicos como cuarto poder en México ya han concluido, y ahora ha surgido la época de las industrias electrónicas como *Primer Poder Ideológico* con sus respectivas consecuencias político sociales que esto implica en nuestra República.

Esta nueva ubicación estratégica de los medios electrónicos dentro información en la jerarquía de fuerzas que dirigen a la sociedad, no se conquistó por voluntarismos, caprichos, situaciones casuales o juegos de retórica del poder establecido, sino por las 8 grandes transformaciones estructurales silenciosas que se han dado en las últimas décadas al interior del esqueleto social y mental de nuestra sociedad: la gran revolución de la infraestructura tecnológica de los canales de comunicación; la modificación de realidades extracomunicativas en el seno de nuestras comunidades; el enorme poder tecnológico-cultural que los medios conquistaron sobre la sociedad; su organización en un sectores empresariales eficientes; la existencia de una normatividad débil y anacrónica en el terreno comunicativo, el debilitamiento de la posición del Estado en materia de comunicación social, la fragilidad creciente del proyecto de cultural de la sociedad mexicana, y finalmente, la capacidad creciente de los medios de información para conquistar el tiempo libre y los imaginarios de la sociedad.

No obstante la contundente realidad de contar con una enorme nueva fuerza ideológica en la recomposición cultural de la sociedad mexicana, tradicionalmente el diseño y la reflexión de las políticas de comunicación y culturales en nuestro país por parte del gobierno y del sector intelectual de la República, se ha caracterizado por sólo considerar las problemáticas correspondientes a los campos educativo, museográfico, arqueológico, etnográfico, operístico, dancístico, musical, literario, poético, etc; y sistemáticamente han excluido el reconocimiento y la incorporación de la presencia y del peso trascendental que ejercen los medios de comunicación en éste ámbito medular de la vida mental de nuestra nación. Esta enorme omisión histórica, ha generado tres consecuencias culturales muy importantes en nuestro país: Por una parte, ha reflejado la existencia de una laguna esencial del "sector pensante" del país sobre el área más estratégica para nuestro crecimiento intelectual interno. Por otra parte, ha provocado una enorme contradicción entre lo que siembra la escuela por la mañana y lo que se cambia o destruye, cognitiva, axiológica y afectivamente, por la tarde y noche, a través de los medios de información colectivos, particularmente los electrónicos. Y finalmente, por otra parte, ha creado una perdida de orientación cultural y educativa de los canales de difusión que ha ocasionado un fuerte

extravío ideológico de la sociedad en el país, con un alto costo espiritual generación, tras generación.

Así, en primer término, ha demostrado que ni el sector más crítico que observa la evolución de nuestra realidad nacional, ha contado con la capacidad intelectual incisiva para incorporar a los medios de comunicación dentro del proceso de construcción de las políticas culturales y comunicativas del país. Con ello, han dejado un enorme vacío conceptual que permite que en la actualidad los medios de información colectivos funcionen en ambientes de autorregulación con grandes márgenes de impunidad socio político cultural.

En segundo término, al construirse las políticas culturales sin incorporar los modernos medios de comunicación dentro de ellas, la administración pública y el sector intelectual del país sólo han pintado la sombra del problema ideológico de la nación y no han tocado la esencia de la realidad que vivimos en la sociedad mexicana contemporánea de principios del siglo XXI. Es decir, la reconstrucción de esa realidad únicamente aborda la realidad cultural del México de los siglos XIX y XX, en el que no existía la comunicación de masas como hoy se ha desarrollado, y no la infraestructura de redes virtuales de principios de este milenio donde constatamos que si algo ha cambiado tajantemente la realidad ideológica de la República después de la Conquista Española, de la acción de la Iglesia, de la Revolución Mexicana de 1910 y de la intervención del aparato educativo en nuestra sociedad; es la presencia de los medios electrónicos de información y la producción de su correspondiente cultura de masas. Es más, se puede decir que en las generaciones actuales de niños y jóvenes existe una mentalidad, una sensibilidad, una libido, una interpretación, un pensamiento y una imaginación nacionales diferentes, antes y después de la aparición de los canales de difusión colectivos, particularmente de la radio, la televisión y las nuevas tecnologías interactivas derivadas de estos.

En tercer término, al pasar por alto esta realidad se ha permitido flagrantemente que la educación que el Estado mexicano imparte con muchísimos esfuerzos, vía la escuela nacional, el libro de texto gratuito, la Red Nacional de Bibliotecas, el Sistema Global de Museos, el Programa Cultural de las Fronteras, el Instituto Nacional de Bellas Artes, los circuitos de muestras teatrales, los Festivales Musicales de Primavera, el trabajo de los profesores normalistas, la promoción de las Casas de Cultura, el conjunto de zonas arqueológicas, sea borrada silenciosa y diariamente por la acción deseducativa de las políticas culturales de los medios de comunicación, en especial, por la televisión, creando otro proyecto mediático cultural.

Con ello, el sector intelectual, incluso "*crítico*", dedicado al examen de los procesos de cultura nacionales ha ignorado permanentemente que el surgimiento de los medios colectivos de difusión no sólo han transformado radicalmente la estructura mental de nuestra sociedad, sino que han creado una nueva dimensión ideológica de la misma en su conjunto y del Estado nacional, vía la moderna extensión cultural de éstos a través de los aparatos de información de masas. Esto significa, que con la presencia de los medios de comunicación, sobre todo con la actuación de los canales audiovisuales, el Estado mexicano ha sufrido una gran mutación estructural, pues sus tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica se han extendido y han dado origen a una nueva faceta del

poder nacional: el Estado Ampliado Mexicano.

Este flamante Estado Ampliado se ha caracterizado porque gracias a los apoyos tecnológicos que le brindan los canales de información, ha conquistado una gran capacidad orgánica para realizar de manera más competente sus funciones culturales y hegemónicas como instancia rectora de la sociedad. Por esto, el nacimiento y la expansión de esta nueva zona del Estado Ampliado Mexicano se encuentran en íntima correspondencia con la evolución y organización que adopta cada nuevo sistema y proceso de comunicación inaugurado en nuestro territorio.

Pero las implicaciones de la presencia de este moderno Estado Ampliado en nuestra sociedad, no sólo abarcan la transformación de la estructura del Estado, sino que también ha producido, en los últimos setenta años, un silencioso cambio drástico en la correlación de fuerzas culturales, educativas, ideológicas que han delineado el proyecto mental y emocional del país, pues ha hecho posible la rápida y fuerte acción de nuevos grupos en nuestra esfera cultural: el comercial privado y el transnacional. Así, las fracciones monopólicas privadas locales y supranacionales, en poco tiempo, han propiciado un profundo cambio mental y afectivo en la sociedad, especialmente en la población infantil y juvenil del país; y han construido e internalizado en sus campos de conciencia, otro proyecto cultural de comunidad, de sociedad, de nación, de vinculación, de gozo, de felicidad, de futuro, etc, en una idea, de sentido de la vida, diferente al que por decenios ha planteado el Estado y las culturas tradicionales.

De esta manera, la capacidad de educación y de dirección de nuestra sociedad que el Estado mexicano ganó a través de las armas durante la Revolución de 1910, hoy se ha perdido aceleradamente en la modernidad globalizada por no aplicar un control cultural sobre los medios electrónicos de comunicación. En otras palabras, el espíritu, la utopía y la visión del hombre nuevo que creó el movimiento insurgente de principios de siglo XX rápidamente se perdió por la apropiación oficializada que el Partido Revolucionario Institucional (PRI) hizo de este movimiento y porque el proceso de industrialización surgido en el país desde 1920 creó, primero a través de la radio y después vía la televisión, una nueva esperanza denominada *consumo* que con el tiempo se convirtió en la religión moderna, particularmente de las ciudades.

En éste sentido, al permitir el Estado mexicano que los medios de comunicación fueran dirigidos desde su origen por los fenicios de las ondas hertzianas y al conceder que éstos se desarrollaran con una autonomía ideológica casi absoluta, autorizó al mismo tiempo que se perdiera nuestro proyecto cultural, que es el único respaldo que le sirve de base para gobernar como Estado nacional. Esto debido, a que la intencionalidad marcadamente mercantilista de los medios de comunicación privados ha corrido y anulado con gran rapidez la frontera ideológico-cultural del país, que es nuestro principal dique mental para sobrevivir como nación autónoma frente al mundo externo cada vez más interrelacionado e interdependiente. Así, vía las industrias culturales hoy hemos adquirido profundamente otra forma de ver al ser humano, al mundo, al universo y a la vida, sin ser éstas las bases culturales que requiere nuestra sociedad para avanzar, crecer y sobrevivir.

IV.- TRANSICIÓN POLÍTICA NACIONAL Y DEMOCRATIZACIÓN

COMUNICATIVA.

El sistema político mexicano atravesó desde hace tiempo por un proceso de democratización, que ha implicado diferentes cambios que van desde del autoritarismo a la liberación de los procesos institucionales. Para muchos estudiosos del tema el proceso comienza hacia la mitad de los años setenta, con la crisis económica y política, que implicó las reformas del estado que se dieron entre 1974 y 1982; en este paso la crisis de las instituciones fueron evidentes, sobre todo la de la participación ciudadana cada vez más abundante ante la cerrazón del partido hegemónico en el país.

Los grandes acontecimientos históricos fueron definidos por las constantes crisis económicas que se vivieron entre 1974, 1988 y 1994, aunadas a las crisis de política que significaron las elecciones de 1988 y 1994, hechos reseñados y registrados puntualmente por la narrativa social que se proyecta en los medios de comunicación de masas.

El sistema político dio signos de *deterioro*², tras la duración del PRI en el poder por más de setenta años, las devaluaciones económicas, los cambios de la economía global y las elecciones federales puestas en tela de juicio en 1988 y 1994. La persistencia del régimen autoritario encontró nuevos retos de la emergencia ciudadana, si bien las reformas a la legislación de los procesos electorales, en los últimos treinta años, la más importante se dio en 1996 al modificarse el Código electoral. Aun así no fue suficiente.

En la disputa por el poder fueron significativos los dos partidos mayoritarios en México, el de Acción Nacional, de corte derechista, y el de la Revolución Democrática, izquierdista; ambos, durante el fin de milenio, presionaron para desterrar las viejas prácticas del sistema político en materia de elecciones, como el clientelismo priísta, la manipulación del voto como en 1988 y el intento por hacer más transparentes las elecciones.

La apuesta fue por erradicar el deterioro del sistema, y la persistente crisis iniciada durante 1976 que conjuntó la política con la económica; pero sin nuevos procesos políticos que dieran cauce al voto ciudadano se iba a limitar el tránsito hacia una instancia superior de la participación en el espacio público por parte del ciudadano.

Las crisis de 1976, se configura con el deterioro del sistema de partidos y sin posibilidad alguna de liberalización³ o alternancia; así lo demuestra la cerrazón en que se vio el principal partido opositor PAN, pues no postuló candidato a la elección presidencial y el PRI fue sólo con López Portillo, en cambio, la izquierda representada por el PCM postuló a un dirigente ferrocarrilero que no figuró en absoluto en los comicios; así podemos afirmar que de entre los procesos internos del sistema éste fue en el que culminó con el autoritarismo priísta.

De igual forma los comicios de 1988 reiteraron el deterioro de las prácticas políticas dentro del sistema de partido único; fue la elección con que culmina el autoritarismo del

² CANSINO, César. "La transición mexicana". México, Editorial CEPACOM. 2000. Para el autor, este período inicia el proceso de liberalización política. p. 12

³ CANSINO, op. cit. p.12

gobierno, y la mayor crisis del partido de estado; la oposición de derecha asumió su papel histórico y puso en crisis el sistema, también lo fue la coalición de izquierda, que por primera vez postuló a un disidente del partido oficial; entre ambas oposiciones obligaron al gobierno de MMH a realizar el fraude electoral más recordado de la época actual en México.

En esta perspectiva, las elecciones de 1994 fueron marcadas por la violencia política y militar; además de la gran crisis económica que la sociedad sufrió a causa de los errores del gobierno priísta. Por tratarse de un año electoral, las sorpresas iniciaron el día 1 de enero cuando el grupo guerrillero EZLN irrumpió en la escena con el ataque a una comandancia de policía en la Ciudad de San Cristóbal, en la frontera sur de México; la información generada por este hecho acaparó la atención de todos los medios de comunicación y de los ciudadanos.

Este proceso hizo añicos la *reconsolidación*⁴ del sistema que se había presumido en el período de gobierno del Presidente Carlos Salinas de Gortari; el cambio propuesto, cuya base estuvo cifrada en el tratado de libre comercio con EU y Canadá (NAFTA), cayó estrepitosamente por la interrupción guerrillera; también en este período hubo una señal definitiva para el sistema: el asesinato del candidato del PRI en plena campaña electoral, lo que trajo consigo la movilización de todas las fuerzas políticas y la desconcentración de los partidos. Hubo por parte de estos actores políticos cambios de estrategias, las encuestas de opinión, tanto de los medios impresos como de los electrónicos, empezaron a tener mucho mayor peso en las decisiones de los ciudadanos.

El PRI ganó las elecciones con Ernesto Zedillo; pero en menos de un año, declaró en quiebra las finanzas públicas; no sólo hubo resquebrajamiento del régimen sino que a partir de los hechos la legitimidad del gobernante estuvo entredicho; esto fue aprovechado por medios impresos y electrónicos para deslindarse de los controles oficiales y de los gobernantes en turno. Fueron los comunicadores profesionales de radio quienes iniciaron esta autonomía del control gubernamental.

Se rompió con el viejo esquema de control del estado sobre los medios, algunos entre ellos decidieron desafiar a los regímenes de concesión con el cual les controlaba el estado; dieron un paso hacia procesos de autonomía al presentar información sobre el EZLN y sobre los acuerdos del gobierno salinista con el PAN y el PRD para aceptar como legítima la elección de Ernesto Zedillo. También en este proceso surgieron las encuestas de medios como orientadoras de la elección ciudadana u orientación del votante. Pasaron a tomar un papel protagónico los media, al crear la comunicación política con base en las encuestas de opinión, pagadas principalmente por los propios medios escritos y electrónicos.

Los partidos políticos empezaron a generar sus propias encuestas y a utilizarlas en lo que se conoce como las campañas de propaganda. En términos de política comparada, la *liberalización*⁵ dio pauta a la transición política y los medios influyeron en este proceso.

⁴ CANSINO, loc. Cit. P. 245. el autor señala resquebrajarse la reconsolidación del régimen.

⁵ Ya citada p. 12.

Otro de los elementos que jugaron un papel determinante en el sistema fue la presencia de la violencia, tanto política como social, sobre todo la ligada al crimen organizado en su expresión de narcotráfico.

A partir de 1994 los ciudadanos empezaron a leer y ver y oír en los medios la presencia, creciente cada vez más, de los fenómenos de violencia personal y social. El gobierno en turno fue incapaz de consolidar un pacto político al estilo de España, dilapidó su capital político y por tanto su legitimidad con una serie de errores; sobre todo no supo integrar a los partidos políticos en torno de las amenazas internas y externas que se presentaron en la época.

*Bajo perfil*⁶ es una de las características del gobierno priista de fin de milenio, el resultado de la transición inacabada, la creciente demanda de democratización y la ruptura del pacto político entre miembros de la élite; también la consolidación de una oposición de izquierda y derecha más fuertes, que, por su capacidad en la movilización del voto, lograron la deseada alternancia en el poder durante las elecciones del año 2000, el Partido Acción Nacional, con su candidato Vicente Fox triunfó ante el desmoronamiento del PRI.

En dicho proceso electoral la función de los actores, tanto individuales como de partidos y los media, fue determinante en su influencia hacia el ciudadano, que por vez primera en más de setenta años, dio margen al cambio, con transparencia y sin violencia institucional.

En el año 2000 los medios dejaron constancia de la *incertidumbre política*⁷ que se vivió ese año; aunque el triunfo del panista fue inobjetable y creció la idea del cambio en México.

Sin embargo, aunque el cambio social, no se pudo plantear sin la transformación de las políticas de comunicación en México, pues a través de ellas se construye o destruye cotidianamente la democracia en el país. El proceso de transición política no las consideró dentro de su agenda de transformación estructural. Así, esta transformación histórica quedó trunca, pues se intentó modificar la estructura político-administrativo- formal del anterior sistema social, dejando intacta la vieja infraestructura cultural de construcción de la conciencia colectiva a través de los medios de difusión colectivos. Fue una transición simulada donde se cambió maquilladamente la superficie política del sistema, para continuar conservando el viejo orden comunicacional colectivo que determina la vida del sistema social.

De aquí, la necesidad fundamental de que el Estado y la sociedad incluyan a los medios de información colectivos como parte medular de la composición de las políticas culturales y de su regulación correspondiente, pues de lo contrario las principales instituciones creadoras de las políticas culturales cotidianas en nuestra nación quedarán

⁶ CANSINO, El autor señala que este es uno de los resultados del resquebrajamiento del sistema político, p.333

⁷ Cansino, define que “teóricamente, la incertidumbre electoral, es decir, hebrecho de que no se conozcan de antemano los resultados de la competencia electoral es una condición inherente a toda democracia”. p. 334

fuera de la regulación cultural y educativa del Estado, propiciando ante nuestros ojos el retroceso mental y emocional de la sociedad mexicana.

V.- ESTADO DEL ARTE DEL ESTUDIO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO.

Es dentro del contexto histórico del cambio pacífico a la democracia en el 2007 que el grupo llamado *Políticas de Comunicación*⁸, de la Asociación Mexicana de Investigadores de la comunicación (AMIC), se propuso recuperar las actividades directivas que han influido en el desarrollo de los medios de comunicación en México; tanto desde el marco legal estatal y constitucional como en el régimen y estructura de los propios medios⁹.

Mediante este grupo de interés y de trabajo la AMIC se orientó a examinar las denominadas *políticas de comunicación* de las industrias electrónicas, en su doble faceta: pública y privada que se han desarrollado a través de la historia del país; sobre todo en su fase más reciente¹⁰.

Recuperar las investigaciones al respecto ha sido una tarea grata para varios investigadores, que a lo largo de su labor cotidiana han dejado testimonio de los esfuerzos realizados en diferentes ámbitos académicos y laborales, públicos y privados e inclusive regionales, de cómo se han orientado las decisiones respecto a la vida pública de los medios, de su regulación legal y económica, de sus contenidos, de sus estructuras, del advenimiento del cambio tecnológico y la inserción en la economía de mercado que exige hoy la globalidad.

⁸ El eje estructural y selector de los trabajos académicos para sistematizar el contenido documental de este trabajo analítico ha sido construido bajo el concepto de *Políticas de Comunicación en México*. Por la categoría *políticas de comunicación en México* entendemos aquellos hechos comunicativos que coinciden con cualquiera de los dos siguientes niveles que han acontecido de la realidad nacional: A.- El uso expreso, intencional o abierto que una institución, grupo o entidad le da a los medios de información colectivos (prensa, radio, cine, televisión, Internet, nuevas tecnologías, etc.) o a elementos parciales constitutivos del proceso de la comunicación (bases de datos, estructuras empresariales de la información, tecnologías, etc) para lograr un finalidad sobre la sociedad mexicana. B.- El empleo indirecto o no transparente de una institución, grupo o entidad que le da a los medios de información colectivos o elementos fragmentados del proceso de comunicación) para alcanzar un objetivo específico en nuestra sociedad. En este último sentido el que exista en una empresa, institución o sector de poder que no defina una política de comunicación precisa, expresa o visible, no significa que no se cuente con una estrategia de difusión, sino que simplemente esta existe pero de forma velada, encubierta o indefinida, pero finalmente efectiva para alcanzar metas específicas sobre nuestra comunidad. De esta forma, toda empresa de comunicación, siempre cuenta con una política de comunicación social pública u oculta. Por lo tanto, también consideramos para este ensayo las obras intelectuales que coinciden con dicho criterio velado u oculto.

⁹ Para la realización de este estado del arte hemos recurrido a varios medios de información, entre ellos los anuarios del CONEICC, las memorias y publicaciones de la AMIC, la base de datos que dirige y creó Raúl Fuentes Navarro sobre *la investigación académica sobre la comunicación en México*, los medios electrónicos: *etcétera*, *Global Media Journal*, *Casa del Tiempo*, *Razón y Palabra*, y *La revista Mexicana de Comunicación*. Para efectos de registro se anota la descripción de la temática y se anotan los autores y autoras de las investigaciones y el año en que es dado a conocer el producto.

¹⁰ En esta aproximación conceptual se presentan las *líneas de investigación* que están vigentes en esta época y que tienen uno o varios responsables en su autoría, y pueden ser individuales o colectivos. A su vez su financiamiento puede provenir de cualquiera de los sectores, público, privado o internacional

Sin embargo, aunque el estudio de las políticas de comunicación ha sido un área muy descuidada por los analistas de la comunicación debido a la reorganización de la producción de la conciencia colectiva dentro del modelo de desarrollo neoliberal en México, existen diversas líneas de estudio que se han abordado sobre esta realidad que nos ayudan a tener un acercamiento provisional para conocer algunas de las características de la situación que guarda este fenómeno. Dicho mapa conceptual provisional nos permite reconocer el grado del avance de la reflexión académica empírica y teórica sobre la vertiginosa evolución del fenómeno de las políticas de comunicación que se ha alcanzado en México, durante el final del siglo XX y principios del siglo XXI.

Entre las principales líneas de investigación sobre esta temática, destacaron las siguientes obras y líneas de investigación nacional:

Para intentar comprender el lugar que ocupan las políticas de comunicación colectivas dentro del conjunto de directrices que construyen el proceso de la hegemonía contemporánea, diversos analistas han examinado el lugar y peso que ocupan las industrias culturales en esta dinámica y las transformaciones que le han generado a la estructura y recomposición del Estado contemporáneo, especialmente a finales del siglo XX en México. Estas reflexiones también han contribuido a escalear el lugar que ocupan los canales de información masivos en los procesos de reproducción cotidiana de las sociedades modernas, particularmente de nuestro país; y por consiguiente, en el espacio estratégico que le corresponde a la ciencia de la comunicación dentro del amplio espectro de las ciencias sociales para comprender la modernidad contemporánea. Entre algunos de los principales estudios sobre dicha materia sobresalen los trabajos del investigador Javier Esteinou Madrid, 1992, 2006 y 2007¹¹.

El estudio de las *políticas de comunicación* en el marco de la transición política, reflejó que el gobierno mexicano adoptó políticas y estrategias económicas dirigidas hacia la liberalización, la desregulación y la privatización de la economía en general, y de los sectores audiovisual y de telecomunicaciones en lo particular; de esta manera encontramos estudios como el *Proyecto Monarca*, en el cual se estudian las repercusiones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte en materia de industrias audiovisuales y telecomunicaciones, elaborado por Delia Crovi¹² y Carmen Gómez Mont, 2001¹³; Enrique

¹¹ ESTEINOU MADRID, Javier, “Los Medios de Comunicación y la Construcción de la Hegemonía”, Segunda edición corregida y aumentada, Editorial Trillas, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), México D. F, septiembre de 1992, 203 páginas.

ESTEINOU MADRID, Javier, “El Espíritu del Informe Mac Bride y la Creación de Nuevas Políticas Nacionales de Comunicación”, en: Perspectivas en Comunicación y Periodismo No. 1, Coordinadores: Armín Gómez Barrios y Jacob Bañuelos Capistrán, Departamento de Comunicación y Periodismo, División de Humanidades y Ciencias Sociales, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Campus Ciudad de México, México, D.F, Octubre del 2006, paginas 107 a 121. ESTEINOU MADRID, Javier, “Los Medios de Información Colectivos y la Reconfiguración del Estado Mexicano”, en: Comunicación Para el Desarrollo en México, Libro Colectivo AMIC 2006, Coordinadores Adriana Peimbert Reyes y Rodrigo Gómez García, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), Universidad Latina de América (UDLA) y Secretaría de Gobierno del Estado de Michoacán, Morelia, Michoacán, México, enero 2007, páginas 351 a 387.

¹² CROVI DRUETTA, Delia, (Coord.). “Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá: Proyecto Monarca. México”, ed. UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, c 1995.

Sánchez Ruiz, 2000¹⁴ y 2005¹⁵; Carlos J. Lozano 2003¹⁶ y 2005¹⁷ y María de la Luz Casas Pérez 1994¹⁸, 1997¹⁹, 2000²⁰, 2002²¹, 2006²². Dentro de este marco conceptual, también contamos con algunas otras reflexiones sobre la tendencia neoliberal hacia la macro desregulación comunicativa y el funcionamiento creciente de los medios de información con la lógica exclusiva del libre mercado y la fórmula del “Estado Cero”, como son los trabajos de Javier Esteinou Madrid, 1991, 1993, 2002²³.

También los estudios sobre *Modernización, Mercado y los procesos Culturales* debidos a la transformación que ha experimentado México en el cambio de las estructuras tecnológicas, económicas, políticas y sociales; en este terreno destacan las investigaciones sobre el impacto del Tratado de Libre Comercio con Canadá y Estados Unidos de

¹³ CROVI DRUETTA, Delia y Gómez Mont, Carmen. “El TLCAN frente a las industrias audiovisuales y las telecomunicaciones: un escenario en movimiento”. En Lombardo García, Irma (Coord.). La comunicación en la sociedad mexicana. Reflexiones temáticas. México, ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación; 2001, p.77-94.

¹⁴ SÁNCHEZ RUIZ Enrique E. "La industria audiovisual mexicana ante el TLC", en Revista Mexicana de Comunicación No. 61, México, Ed. Fundación Manuel Buendía, 2000, p.3-14.

¹⁵ _____ “Medios de comunicación y democracia”, en Enciclopedia latinoamericana de sociocultural y comunicación, Bogotá, Ed. Grupo editorial Norma, 2005, 133p.

¹⁶ LOZANO RENDÓN José Carlos. "Consumo y lecturas negociadas de noticieros televisivos en Monterrey, Guadalajara y México DF", en Estudios sobre las Culturas Contemporáneas Vol. IX, Época II, No. 18, Colima, Ed. Programa Cultura Universidad de Colima, 2003, p.43-56.

¹⁷ LOZANO RENDÓN José Carlos. "Flujos, consumo e identidad cultural en México", en Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación No. XII, México, Ed. Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, 2005, p. 93-103.

¹⁸ CASAS PÉREZ, María de la Luz, “Análisis del ámbito sociopolítico en el que se enmarca una posible política cultural de comunicación, ante el acuerdo trilateral México-Estados Unidos-Canadá”, Tesis de Doctorado, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), México, D.F, 1994.

¹⁹ CASAS PÉREZ, María de la Luz, "El marco jurídico y la política de comunicación social en el marco del TLC". Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC, No. 4, 1997, p.29-56.

²⁰ CASAS PÉREZ, María de la Luz, “Medios de comunicación y libre comercio en México”, Editorial Trillas, México, D.F, 2000, 174 paginas.

²¹ CASAS PÉREZ, María de la Luz, “De cómo la tecnología pudo haber integrado a la América del Norte en su conjunto. La Evolución de la televisión y su introducción en Canadá, Estados Unidos y México”, Revista Trampas de la Comunicación y la Cultura, Buenos Aires, Argentina, 2003.

²² CASAS PÉREZ, María de la Luz, “Políticas de comunicación en América del Norte”, Editorial Limusa, México, D.F, 2006, 215 paginas.

²³ ESTEINOU MADRID, Javier, “La Televisión Mexicana Ante el Modelo de Desarrollo Neoliberal”, Programa Cultural de las Fronteras, Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes (CNCA) y Fundación Manuel Buendía (FMB), México, D.F, septiembre de 1991, 177 páginas. ESTEINOU MADRID, Javier, “La Cultura y la Comunicación Nacionales en los Tiempos del Libre Mercado”, Fundación Manuel Buendía y Presidencia de la República, México, D.F, diciembre de 1993, 288 páginas. ESTEINOU MADRID, Javier, "La Cultura y la Comunicación Nacionales ante el Libre Mercado", en Cultura, Medios de Comunicación y Libre Comercio”, varios autores, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) y Universidad del Claustro de Sor Juana, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), México D.F, mayo de 1993, páginas 36 a 51. ESTEINOU MADRID, Javier, “La Cultura y la Comunicación Mexicanas Bajo las Leyes del Mercado”, Revista Estudios No. 34, Volumen IX, Departamento de Estudios Generales, Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), México, D.F, Otoño de 1993, páginas 88 a 98. ESTEINOU MADRID, Javier, “Los Medios de Comunicación y la Cultura Salvaje”, Anuario de Investigación 2001, Volumen II, Departamento de Educación y Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, septiembre del 2002, páginas 145 a 153.

Norteamérica, en materia de comunicación colectiva, contamos con varios estudios, a través de los últimos doce años por María de la Luz Casas, 2004²⁴, 2006²⁵; Javier Esteinou Madrid, 1999, 1999, 2000, 2001²⁶; Florence Toussaint, Delia Crovi, Carmen Gómez Mont, 2000²⁷.

Otra de las áreas está dedicada a las que podemos llamar políticas de comunicación de los órganos de gobierno, en la presente centuria, se inicia con las *reformas a las leyes de Radio, Televisión, Cinematografía y Telecomunicaciones* que comenzó con las reformas por decreto del 10 de octubre 2002; y las generales de 2005 y 2006; al respecto tenemos los estudios de Raúl Trejo Delarbre 2006²⁸; Javier Esteinou Madrid, 1998, 2002, 2003, 2006²⁹;

²⁴ CASAS PÉREZ, María de la Luz. "Politics, economics and regulations in the development of TIC'S in Mexico" International Conference on Politics and Information Systems: Technologies and Applications. Estados Unidos 2004 p. 303-308.

²⁵ CASAS PÉREZ, María de la Luz. "Políticas públicas de comunicación en América del Norte". México, Ed. Limusa, 2006, 215 p.

²⁶ ESTEINOU MADRID, Javier. "Los medios de comunicación en el cambio político-social de finales del siglo XX". en Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación V, México, Ed. Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, 1999, p.65-76. ESTEINOU MADRID, Javier, Artículo: "Los Medios de Comunicación Ante la Nueva Globalización Trilateral", en: II Simpósium Internacional de Editores de Periódicos Diarios de la República Mexicana, Memorias del Segundo Simpósium Internacional de Editores de Periódicos Diarios, Conmemoración del 25 avo. Aniversario, Asociación de Editores de Periódicos Diarios de la República Mexicana A.C. (AEDIRMEX), México D.F, noviembre de 1993, páginas 87 a 112. ESTEINOU MADRID, Javier, "El Impacto del Tratado de Libre Comercio Sobre la Cultura y Los Medios de Comunicación Nacionales, en: Industrias Culturales y TLC: Impactos y Retos de la Apertura, Autores Varios, Fronteras Comunes, Red Mexicana de Acción Frente al Libre Comercio (RMALC) y Sociedad General de Escritores de México (SOGEM), México, D.F, junio del 2000, páginas 9 a 33. ESTEINOU MADRID, Javier, "Repercusiones del TLC en las Industrias Culturales en México y Canadá", Memorias del II Foro Internacional Sobre Interpretaciones Audiovisuales en el Ámbito del Derecho de Autor, Asociación Nacional de Intérpretes, (ANDI), México, D.F, abril del 2001, páginas 107 a 114.

²⁷ CROVI DRUETTA, Delia. "El TLCAN frente a las industrias audiovisuales y las telecomunicaciones: un escenario en movimiento", en LOMBARDO GARCÍA (Coord.): La comunicación en la sociedad mexicana. Reflexiones temáticas. México, ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, 2001, p.77-94.

²⁸ TREJO DELARBRE, Raúl. "Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos". México. Editorial, Cal y Arena, 2005, 206 p.

²⁹ ESTEINOU MADRID, Javier. "Medios de información colectivos, transformación del Estado mexicano y gobernabilidad nacional", en Argumentos, Estudios Críticos de la Sociedad No. 29, México. Ed. UAM Xochimilco, 1998, p.67-88. ESTEINOU MADRID, Javier, "La Reforma del Estado y el Derecho a la Información en México: Una Deuda Histórica del Estado con la Sociedad", en: El Derecho a la Información en el Marco de la Reforma del Estado en México, Tomo II, Comisión de Radio Televisión y Cinematografía, Honorable Cámara de Diputados, XLII Legislatura, México, D.F, 1998, páginas 379 a 407. ESTEINOU MADRID, Javier, "La Reforma del Estado Mexicano y el Boicot Sistemático al Derecho a la Información", en: Generando Conocimientos: La Investigación Científica y Humanística en la UAM-Xochimilco, Rectoría General, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, mayo del 2002, páginas 435 a 453. ESTEINOU MADRID, Javier, "La Reforma Comunicacional Nacional y el Proyecto del Estado-Cero", en: Investigación de la Comunicación: México en los Albores del Siglo XXI, Norma Patricia Maldonado Reynoso (Coordinadora), Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), México, D.F, junio del 2003, paginas 13 a 28.

María de la Luz Casas Pérez 1995³⁰, 2005³¹; Florence Toussaint 2004³²; Alma Rosa Alva de la Selva 1994³³, entre otros.

Para la temática de *transición política nacional y la actuación del gobierno*, los estudios han localizado los rezagos evidentes que manifiestan los medios y la industria de medios en general. El principal atraso es sin duda la Ley Federal de Radio Televisión y Cinematografía que originalmente dató de los años sesenta y fue reformada el pasado año 2006. Asimismo la parte de actuación de los concesionarios al no querer perder sus privilegios, ha hecho que los investigadores participen más en la crítica a la definición de las políticas del gobierno actual. Dentro del tema encontramos los estudios de Ernesto Villanueva, 2000³⁴, 2005; Javier Esteinou Madrid, 1997, 2000, 2003, 2004 y 2005³⁵; María

³⁰ CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Estructura para el análisis de la reglamentación mexicana en medios audiovisuales", Delia Crovi Drueta, Coordinadora, en: desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá, México, D.F. 1995, páginas 65 a 79.

³¹ CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Políticas, regulaciones y factores económicos y políticos en las tecnologías de información y de comunicación", Coordinador: José Carlos Lozano, en: Hacia la sociedad de la comunicación en México: Diagnósticos, balances y retos", Editorial Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) e Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), , México, D.F. 2005, paginas 257 a 284.

³² TOUSSAINT, Florence. "La oferta televisiva abierta en la ciudad de México (2003)", en MARTELL (Coord.): Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004. México, Ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, 2004, 287-310

³³ ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. "Transitar hacia el cambio", en Revista Mexicana de Comunicación No. 38, México. Editorial, Fundación Manuel Buendía, 1994 (dic-ene.) 1995, p.33-35.

³⁴ VILLANUEVA (Coord.). "Hacia un nuevo derecho de la información". México, Ed. UIA / Fundación Konrad Adenauer, 2000.

³⁵ ESTEINOU MADRID, Javier y PARDO PACHECO, Romeo, "Transición Política, Democracia y Políticas de Comunicación del Estado Mexicano al Final del Siglo XX", en: Comunicación Política y Transición Democrática, Romeo Pardo Pacheco (Coordinador), Artículo:, autores varios, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (UAM) y Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), México, D.F. 1997, páginas 121 a 165. ESTEINOU MADRID, Javier, "Políticas de Comunicación y Reforma del Estado Mexicano" en: Hacia la Normatividad de los Medios de Comunicación, José G. Zamarripa (Compilador), Grupo Parlamentario del PRD, Cámara de Diputados, Congreso de la Unión, México, D.F. 1997, páginas 35 a 56. ESTEINOU MADRID, Javier, "Estado, Medios de Comunicación y Cambio Político", en: Medios de Comunicación y Procesos Electorales: Un Compromiso para el Futuro, Tercera Conferencia Internacional, Cámara de Diputados, Comisión de Radio Televisión y Cinematografía, XLII Legislatura, Fundación Konrad Adenauer Stiftung, Universidad Iberoamericana (UIA), Universidad Autónoma Metropolitana (UAM-X), Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), México, D.F. julio del 2000, páginas 49 a 109. ESTEINOU MADRID, Javier, "Reforma del Estado, Políticas de Comunicación y Construcción de la Democracia en México", en: Los Medios Electrónicos en el Marco de la Reforma del Estado en México, H. Congreso de la Unión, Cámara de Diputados (XLIII Legislatura), Fundación Konrad Adenauer Stiftung, Organización de las Naciones Unidas Para la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Universidad Iberoamericana (UIA), Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (UAM-X), Comisión de Radio Televisión y Cinematografía (RTC), Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), Asociación Mexicana del Derecho a la Información (AMEDI), Palacio Legislativo de San Lázaro, México, D.F. diciembre del 2002, paginas 261 a 300. ESTEINOU MADRID, Javier, "Transición Política y Construcción de un Nuevo Modelo Estratégico de Comunicación Nacional", en: México Hacia el 2005, Tomo I, Centro de Estudios Estratégicos Nacionales (CEEN), Universidad Iberoamericana (UIA), Instituto Politécnico Nacional (IPN), Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), México, D.F. octubre del 2003, paginas 269 a 512. ESTEINOU MADRID, Javier, "Los Medios de Información Colectivos y los Juicios Paralelos", en: La Relación Sociedad/Medios en el

de la Luz Casas Pérez, 1995³⁶, 1996³⁷ y Raúl Trejo Delarbre 2003³⁸; quienes además del atraso en los medios, analizan los intentos de actualizar y modificar las leyes de medios y los procesos de modernización del sector en convergencia con la brecha tecnológica.

Otro de los temas que se ha desarrollado trata la materia de partidos políticos y sus políticas de comunicación, los estudios en su gran mayoría refieren a sus *campañas electorales* en los últimos dos sexenios, a este respecto podemos mencionar las investigaciones de Francisco Javier Aceves 1993, 2001³⁹; Aimeé Vega 2004⁴⁰; Raúl Trejo Delarbre; 2005⁴¹; José Carreño Carlón 1996⁴²; Ernesto Villanueva y Javier Esteinou Madrid, 2004, 2005⁴³.

Marco de la Reforma del Estado en México, Beatriz Solís Leree (Coordinadora), Cámara de Diputados, LVIII Legislatura, Congreso de la Unión, UNESCO, Fundación Konrad Adenauer Stiftung (KAS), Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), Universidad Iberoamericana (UIA), Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), México, D.F, septiembre del 2004, paginas 241 a 257. ESTEINOU MADRID, Javier, "La Transición a la Democracia y la Consolidación de los Ministerios Públicos Electrónicos", Memorias del "XII Encuentro de los Estudios de Comunicación en América Latina: El Beneficio Social de los Estudios de Comunicación en América Latina: Análisis y Propuestas", Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), Mérida, Yucatán, México, diciembre del 2005, versión en CD.

³⁶ CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Mexican government structure an law on audiovisual media", Coordinador: Tremblay el Lacroix, en: Le Project Monarque, editorial Gricis, Québec, Canadá, 1995, paginas 35 a 50.

³⁷ CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Hacia una política cultural autónoma de comunicación", Revista Espacios de Comunicación No. 1, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, D.F, 1996, paginas 7 a 18.

³⁸ TREJO DELARBRE, Raúl. "Prensa: el postrero lugar de la cultura". en : VV.AA.: La cultura en los medios de comunicación. Editorial: Instituto de Educación de Aguascalientes (Aprendamos Aguascalientes, 1996 p.33-45. "La democracia acaba donde empieza el rating", Editorial Praxis: Cuadernos de Las Horas Extras No. 5. México, 1988. 59 p. "Televisa, el quito poder", Claves Latinoamericanas, México, 1985, 237 p. "La primavera de Televisa". TREJO DELARBRE, Raúl. (comp.): Las Redes de Televisa. México, Ed. Claves Latinoamericanas, 1988, p.21-74. "Violencia en los medios. La televisión, ¿ espejo detonador de la violencia en la sociedad?". México, SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo (Ed.): El mundo de la violencia. UNAM /Fondo de Cultura Económica. 1998. p.435-454.

³⁹ ACEVES GONZÁLEZ, Francisco de Jesús, "La influencia de los medios en los procesos electorales. Una panorámica desde la perspectiva de la sociología empírica", en Comunicación y Sociedad No. 18/19, Guadalajara, Ed. CEIC Universidad de Guadalajara, 1993, p.223-256 y "La investigación académica sobre el papel de los medios de comunicación en los procesos electorales en México", en LOMBARDO GARCÍA , IRMA(Coord.): La comunicación en la sociedad mexicana. Reflexiones temáticas. México, Ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. 2001, p.223-253.

⁴⁰ VEGA MONTIEL, Aimeé, "Amas de casa, televisión y participación política. México, elecciones 2003", en : Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales No. 190 México, Ed. UNAM FCPyS, 2004, p.97-112

⁴¹ TREJO DELARBRE, Raúl. "Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos". México. Editorial, Cal y Arena, 2005, 206 p.

⁴² CARREÑO CARLÓN, José y VILLANUEVA, Ernesto, (Coords.). "Temas fundamentales de derecho de la información en Ibero América". España, Ed. Fragua / Universidad Iberoamericana, 1998, 185p.

⁴³ ESTEINOU MADRID, Javier. "Espacio Público, Medios de Información y Transición Presidencial en el 2006", en Revista Razón y Palabra, enero- febrero de 2007. 22 p. www.razonypalabra.org.mx. ESTEINOU MADRID, Javier, "La Videopolítica, Los Videoescándalos y la Sucesión Presidencial en México", Anuario de Investigación de la Comunicación No. XI, Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y Universidad Intercontinental (UIC), Bernardo Russi Alzaga, Editor, México, D.F, octubre del 2004, 339 a 359. ESTEINOU MADRID, Javier, "Transición Política y Escándalos Mediáticos", Revista Versión No. 15, Discursos Mediáticos e Imaginarios Sociales, Estudios de Comunicación y Política, Departamento de Educación y Comunicación, División de Ciencias Sociales y

Los trabajos temáticos sobre la actuación de los *medios instituciones de interés público*, es decir, desde su estructura jurídica en esta época, han referenciado al papel que han desarrollado y su trayectoria cambiante desde que México entró a la era moderna de los partidos de masas, de los sondeos de opinión y campañas publicitarias en búsqueda de conquistar el espacio público. Estas reflexiones han colaborado a problematizar y a definir la función de los medios de comunicación de servicio público y a proponer alternativas para su operación como instituciones de Estado y no de gobierno o de la burocracia política en turno. En ese terreno podemos mencionar los trabajos de Carola García Calderón, 2006⁴⁴; Francisco de Jesús Aceves González, 2006⁴⁵; María de la Luz Casas, 2003⁴⁶, 2006⁴⁷; Javier Esteinou Madrid, 1989, 1994, 2000, 2005⁴⁸; y Raúl Trejo Delarbre, 1997⁴⁹.

En cuanto a las *políticas de comunicación y la participación de la sociedad civil* se han desarrollado distintos enfoques dentro de los cuales se registran los trabajos que analizan la participación de la sociedad civil dentro de la estructura mediática. En este nivel destacan las reflexiones de Javier Esteinou Madrid 2002 y 2003⁵⁰. También como parte de

Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, junio del 2005, paginas 207 a 246.

⁴⁴ Cuadernos del Seminario de Interdisciplinario de Comunicación e Información, No. 1. México, ed. Plaza y Valdés/ UNAM/FCPyS 2006, 150 p.

⁴⁵ ACEVES, Francisco de Jesús, Op. Cit. P. 223

⁴⁶ CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Procesos de transformación estatal y políticas de comunicación en México". En Maldonado Reynoso, Patricia (Coord). MÉXICO EN LOS ALBORES DEL SIGLO XXI AMIC México 2003 p.45-66.

⁴⁷ CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Políticas Públicas de comunicación, un tema pendiente en la agenda", Global Media Journal en Español, Vol. No. 5, Número 3, Revista electrónica, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Monterrey, México, 2006,

⁴⁸ ESTEINOU MADRID, Javier, "Hacia la Primavera del Espíritu Nacional: Propuesta Cultural para una Nueva Televisión Mexicana", Programa Cultural de las Fronteras, Editorial Fundación Manuel Buendía, México, D.F, enero de 1989, 94 páginas. ESTEINOU MADRID, Javier, "Televisión Pública y Desarrollo Cultural", Colección Reflexiones Universitarias No. 6, Coordinación de Extensión Universitaria, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, febrero de 1994, 61 páginas. ESTEINOU MADRID, Javier, "Los Medios de Comunicación y la Gobernabilidad Nacional", en: La Política Interior y la Estabilidad de la Nación, Colección Historia de la Secretaría de Gobernación, La Secretaría de Gobernación: Acción, Política del Gobierno Mexicano, Tomo III, Instituto de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana (INEHRM), Secretaría de Gobernación, México, D.F, mayo del 2000, páginas 331 a 353. ESTEINOU MADRID, Javier, "Los Retos de los Medios Públicos en México", en: Democracia y Medios Públicos, Coordinadora Beatriz Solís Leree, Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, A.C, UNESCO y Fundación Konrad Adenauer Stiftung, México, D.F, septiembre del 2005, paginas 45 a 95.

⁴⁹ TREJO DELARBRE, Raúl, "Volver a los medios. De la crítica a la ética". México, Ed. Cal y Arena, 1997, 389 p.

⁵⁰ ESTEINOU MADRID, Javier, "Estado Mexicano, Tiempos Oficiales y Participación Social en los Medios de Comunicación", en: Horizontes Comunicativos en México. Estudios Críticos, Norma Patricia Maldonado, Coordinadora, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, (AMIC), México, D.F, Marzo del 2002, páginas 35 a 63. ESTEINOU MADRID, Javier y LOERA CHÁVEZ Y PENICHE, Margarita, "La Reforma del Estado y el Acceso de los Pueblos Indios a los Medios de Comunicación", en: Creatividad y Quehacer Científico en la UAM-Xochimilco 2001, Rectoría General, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, mayo del 2002, páginas 699 a 711. ESTEINOU MADRID, Javier, "Medios de Comunicación, Estructuras de Poder y Procesos de Participación Ciudadana", en: Generando Conocimientos: La Investigación Científica y Humanística en la UAM-Xochimilco, Rectoría General, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, mayo del 2002, páginas 453 a 462.

los asuntos internos, la apertura se da hacia los grupos marginales de la sociedad mexicana, los estudios respectivos son principalmente realizados por la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas y el sistema de radiodifusoras culturales indígenas, CDI, 2006⁵¹.

El tema de la *apertura de las realidades de frontera*, tanto tecnológica, como cultural o ideológica, son realidades comunes que han sido examinadas por los investigadores de la comunicación en México. Entre los aspectos analizados en este campo, destacan los impactos sociales producidos por la expansión de la globalización y el avance en las tecnologías de la información en los terrenos de la educación, la identidad, el género y la cultura. En esta dimensión, se pueden mencionar los estudios sobre la sociedad de la información y el conocimiento realizados por Delia Covi 2002, 2004, 2005⁵²; Ma. De la Luz Casas Pérez 1984⁵³, 1999⁵⁴, 2005⁵⁵ y Javier Esteinou Madrid, 1994, 2007⁵⁶.

Un área muy importante de reflexión dentro de la perspectiva de las *políticas de comunicación de la economía política* ha sido la que se realizó sobre la relación políticas de comunicación y políticas económicas. En este terreno sobresalen los trabajos de María de la Luz Casas Pérez, 2002⁵⁷.

Las novedosas políticas culturales que ha impuesto la *penetración de las nuevas tecnologías de información en México*, a través de Internet y otros fenómenos virtuales y algunas consecuencias que han generado en el último tercio del siglo XX y principio del

ESTEINOU MADRID, Javier, "La Sociedad Silenciada: Viejos y Nuevos Actores Comunicativos en la Transición Mediática Nacional", Anuario de Investigación de la Comunicación No. X, Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y Universidad Intercontinental (UIC), Bernardo Russi Alzaga, Editor, México, D.F, octubre del 2003, 417 a 435.

⁵¹ Comisión Nacional Para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), Políticas Institucionales de Comunicación, Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas, 2006.

⁵² CROVI DRUETTA, Delia. "Hacia La Sociedad De La Información y el Conocimiento". Memorias De Panam 2. Segundo Coloquio Internacional de Comunicación. 2005. Coordinadora. Proyecto PAPIIT México ante la sociedad de la información y el conocimiento, DGAPA-FCPS, UNAM. México.

⁵³ CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Communication policy and cultural identity in Canadá and México", Editorial McGill University, Montreal Québec, 1984, 161 paginas.

⁵⁴ CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Identidad nacional y comunicación, Coordinadores: Raúl Bejar Navarro y Héctor Rosales, Editorial Siglo XXI, México, D.F, 1999, paginas 132 a 163.

⁵⁵ CASAS PÉREZ, María de la Luz, "La otra piel de la cultura.: Comunicación e identidad en el nuevo milenio", Raúl Bejar Navarro y Héctor Rosales, Coordinadores, La identidad nacional mexicana como problema político y cultural. Nuevas miradas, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), México, D.F, 2005, paginas 177 a 208.

⁵⁶ ESTEINOU MADRID, Javier, "Hacia la Nueva Identidad Mexicana en los Tiempos de la Globalización Cultural", en: II Foro Departamental de Educación y Comunicación, Colección: Líneas de Investigación, Romeo Pardo Compilador, Departamento de Educación y Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, 1994, páginas 13 a 23. ESTEINOU MADRID, Javier, "Tecnologías de Comunicación, Democracia y Diversidad Cultural", Diversidad Tecnología y Comunicación: Una Mirada a Nuestra América, Sergio Inestrosa (Compilador), Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) y División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Iberoamericana, México, D.F, Octubre de 1997, páginas 147 a 165.

⁵⁷ CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Políticas de comunicación y lógicas de producción", Revista Versión No. 12, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, 2002, paginas 79 a 102.

siglo XXI sobre la sociedad y el Estado, son examinados, entre otros, por Javier Esteinou Madrid, 2005⁵⁸; y María de la Luz Casas Pérez, 2004⁵⁹, 2006⁶⁰.

Otra de las líneas de investigación está dedicada a la política de las *industrias culturales*. Aquí, los estudios realizados por investigadores de México se han enfocado a los tipos de *programación en radio y televisión*, y en especial, a los cambios que se han dado en los últimos diez años en sus procesos de recepción, los estudios de audiencia, las políticas institucionales de comunicación. A este respecto podemos mencionar las reflexiones de Florence Toussaint Alcaraz, 2001⁶¹, Claudia Benassini Félix, 2000⁶²; Alma Rosa Alva De la Selva, 2000⁶³; Delia Crovi Druetta, 1995, 1997; Sara García Silberman, 1998⁶⁴; Luis Alfonso Guadarrama, 2000⁶⁵; Guillermo Orozco Gómez, 2004⁶⁶, 1998, 2000, 2001, 2006; Beatriz Solís Leeré, 2000⁶⁷; Ernesto Francisco de Jesús Aceves González 2002⁶⁸; María Rebeca Padilla, 2002⁶⁹ y María de la Luz Casas P. 2005⁷⁰, 2006⁷¹.

⁵⁸ ESTEINOU MADRID, Javier, "Una Nueva Sociedad de la Información y de la Comunicación", en: Internet Columna vertebral de la Sociedad de la Información, Coordinadores: Octavio Islas y Claudia Benassini, Colección Humanidades TEC, Miguel Ángel Porrúa, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Campus Estado de México, H. Cámara de Diputados, México, D.F, julio del 2005, paginas 93 a 115.

⁵⁹ CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Identidades transitorias en la Red" Delia Crovi Druetta, Coordinadora, Universidad Nacional Autónoma de México, (UNAM), México, D.F, 2004, paginas 75 a 82

⁶⁰ CASAS PÉREZ, María de la Luz, Políticas Institucionales de Comunicación, CDI Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas, 2006.

⁶¹ TOUSSAINT, Florence. "Grupos españoles de comunicación en el mercado latinoamericano", en Revista Mexicana de Comunicación No. 69, México, Ed. Fundación Manuel Buendía, 2001 (may-jun.), p.17-20.

⁶² BENASSINI FÉLIX, Claudia. "Comunidades virtuales ¿Espacios de convivencia pacífica?", en Revista Diálogos de la Comunicación No. 59/60, Perú, FELAFACS, 2000, p.209-224.

⁶³ ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. "Transitar hacia el cambio", en : Revista Mexicana de Comunicación No. 38, México. Editorial, Fundación Manuel Buendía, 1994 (dic-ene.) 1995, p.33--35

⁶⁴ GARCÍA SILBERMAN, Sahara y RAMOS LIRA, Luciano. "Medios de comunicación y violencia. México", Editorial : Instituto Mexicano de Psiquiatría / Fondo de Cultura Económica (Colección Popular, 556), 1998, 517p.

⁶⁵ GUADARRAMA RICO, Luis Alfonso. "Sociedades infantiles, marco jurídico y medios de comunicación", en Espacios de Comunicación No. 4, México, Ed. Universidad Iberoamericana, 2000, p.133-144.

⁶⁶ OROZCO GÓMEZ, Guillermo. "Los museos interactivos como mediadores pedagógicos", Revista Colombiana de Educación No. 46. Colombia, ed. Universidad Pedagógica Nacional de Colombia, 2004 (primer semestre), 40-62

⁶⁷ SOLÍS LEERE, Beatriz. "Nuevos parámetros en la investigación de las políticas nacionales de comunicación", en Espacios de Comunicación No. 4, Ed. Universidad Iberoamericana. México, 2000, p.195-208.

⁶⁸ ACEVES GONZÁLEZ, Francisco de Jesús. "Mediatización del espacio público y cultura política", en MALDONADO (Coord): Horizontes comunicativos en México. Estudios críticos. México, Ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, 2002, p.79-99

⁶⁹ PADILLA DE LA TORRE, María Rebeca. "Telenovelas e identidad de género. Un análisis entre familias aguascalentenses". Guadalajara, Autor. 2002, 286p.

⁷⁰ CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Identidad nacional y Comunicación" En Béjar Navarro, RAÚL Y Héctor Rosales (Coords). La identidad nacional mexicana como problema político y cultural SIGLO XXI Editores. 2005.

⁷¹ CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Políticas públicas de comunicación, diversidad cultural y sociedad de la información" En Rebeil Corella, María Antonieta (Coord). Memorias del XVIII Encuentro AMIC AMIC/Universiad Latina de América México 2006, p. 978-968-5815-05-5.

En *políticas de comunicación de cine* podemos mencionar los estudios sobre la producción regional e historiografía que han realizado los investigadores en los últimos años, y podemos mencionar los estudios de Eduardo de la Vega Alfaro 1992⁷²; y Enrique E. Sánchez Ruiz, 1995⁷³.

En el rubro de *publicidad*, las políticas refieren principalmente a la investigación y consumo de un mercado de tipo político y partidista, podemos mencionar en este tipo de estudios los de Miguel Acosta, 2000⁷⁴, Francisco de Jesús Aceves, 2002⁷⁵; Octavio Islas, 1998⁷⁶.

Referente a la relación entre los medios y los partidos políticos como influencia mutua, los estudios de comunicación analizan los efectos provocados en ambas partes por los *procesos de reconversión*, tanto política como tecnológica, pueden referenciar los estudios de Raúl Trejo Delarbre 2001, 2003⁷⁷; Javier Esteinou Madrid, 2006⁷⁸; Francisco de Jesús Aceves 2001.

Finalmente, los estudios que vinculan las políticas de comunicación con el problema de la *ecología y la defensa de la naturaleza*, paradójicamente en plena fase de destrucción ecológica acelerada a nivel nacional y planetario, son muy escasos, entre los cuales figuran, los trabajos de Javier Esteinou Madrid, 1998, 2001, 2003 y 2005⁷⁹.

⁷² DE LA VEGA ALFARO, Eduardo. "El cine y el Estado mexicano". en revista Chasqui, revista latinoamericana de comunicación No. 43, Ecuador, Ed. CIESPAL, 1992, p.4-6.

⁷³ SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. "Globalización y convergencia: retos para las industrias culturales latinoamericanas", en Revista Universidad de Guadalajara No. 20 Nueva época, Guadalajara, Ed. Universidad de Guadalajara, 2000, p.38-54.

⁷⁴ ACOSTA, Miguel y GARCÍA DÁVALOS, Verónica. "La publicidad política por televisión en las elecciones del año 2000 en México", en : Revista Mexicana de Comunicación No. 65, México, Ed. Fundación Manuel Buendía, 2000, p.7-11

⁷⁵ ACEVES GONZÁLEZ, Francisco de Jesús. "El papel de los medios de comunicación en la configuración de los temas electorales", en DEL PALACIO Celia (Coord): Cultura, comunicación y política, Guadalajara, Ed. Universidad de Guadalajara. 2002, p.213-232

⁷⁶ GUTIÉRREZ C., Fernando, ISLAS, Octavio y PERALTA, Leonardo. "Ante la disyuntiva de renovarse o morir". en Revista Mexicana de Comunicación No. 55, 1998, p.27-28

⁷⁷ TREJO DELARBRE (2005), op. Cit.

⁷⁸ ESTEINOU MADRID, Javier, "La Videopolítica, Los Videoescándalos y la Sucesión Presidencial en México", Anuario de Investigación de la Comunicación No. XI, Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y Universidad Intercontinental (UIC), Bernardo Russi Alzaga, Editor, México, D.F, octubre del 2004, 339 a 359. ESTEINOU MADRID, Javier, "Transición Política y Escándalos Mediáticos", Revista Versión No. 15, Discursos Mediáticos e Imaginarios Sociales, Estudios de Comunicación y Política, Departamento de Educación y Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, junio del 2005, paginas 207 a 246.

⁷⁹ ESTEINOU MADRID, Javier, "Medios de Comunicación y Formación de Una Cultura Para el Enfrentamiento de los Desastres Naturales: El Caso de los Terremotos en México en 1995", Espacios de Comunicación No 2, Javier Esteinou Madrid (Coordinador), Varios autores, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, D.F, marzo de 1998, páginas 221 a 237. ESTEINOU MADRID, Javier, "Ecología y Medios de Comunicación", Cuadernos del TICOM No. 46, Departamento de Educación y Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, octubre del 2001, 110 páginas. ESTEINOU MADRID, Javier, "Comunicación, Estado y Desarrollo en México: Hacia Un Salto Mental Para Sobrevivir", en: Marketing y Elecciones. La Comunicación Política en el México Contemporáneo, Elías Aguilar y Javier Sánchez Galicia (Editores),

Este breve panorama de las líneas de investigación en *políticas de comunicación* que han realizado los investigadores mexicanos, desde hace varias décadas, permite precisar que el conocimiento de dicha problemática apenas empieza a definirse con las aportaciones de los *Grupos de Trabajo de Investigación* de la AMIC.

Esta tenue radiografía de dicha conciencia académica sobre las *políticas de comunicación* en México comienza a partir de la ubicación de los procesos de cambio tecnológico y lo que hoy conocemos como la modernización de los media: el empleo de las nuevas tecnologías de la información, los procesos de conversión de analógicos a digitales en los sistemas de telecomunicaciones y los cambios políticos en diferentes regiones del mundo que han hecho mucho más compleja esta transición digital. Se refuerza con el conocimiento de las dinámicas de apertura, globalización y modernización que han experimentado las *políticas de comunicación*. Avanza con las implicaciones políticas, sociales y culturales, directas e indirectas, que generan sobre la sociedad. Y concluyen con aportaciones en el terreno jurídico, conceptual, epistemológico, político y organizativo para modificar esta realidad en nuestra República.

Definir las políticas de comunicación en sentido extenso es un reto relevante que la AMIC asumió a través de sus grupos de trabajo de investigación, pues está consciente que es una tarea mental sumamente sofisticada, que en una sociedad como la mexicana, precisar el tipo de *políticas de comunicación* que existen en el seno de nuestra sociedad, implica descubrir la existencia de estructuras de disparidad, desigualdad, autoritarismo, discrecionalidad y verticalidad de estas o social, económica, cultural y política; o la presencia de sistemas abiertos, participativos, transparentes, democráticos y plurales que conviven en la esfera ideológica de nuestra República.

VI.- ¿QUÉ ASPECTOS PRIORIZAR EN EL ANÁLISIS DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EN NUESTRO PAÍS?

El estudio de las políticas de comunicación en México es una realidad con muchos vacíos conceptuales acumulados que deben cubrirse, pero debido a las limitaciones que existen en el oficio de la investigación de las mismas, el conocimiento de estas no debe partir de la resolución de “caprichos intelectuales”, “modas culturales” o “presiones comunicativas”; sino de la necesidad de resolver los grandes problemas de la comunicación nacional. Por ello, pensamos que las áreas que se deben priorizar en su estudio son aquellas que permitan crear un modelo de comunicación armónico y equilibrado para el desarrollo del conjunto de la sociedad mexicana.

Entre los ángulos de estudio básico de las políticas de comunicación que se deben fortalecer en México, figuran las siguientes:

Editorial LunArena (Arte y Diseño Editorial), Puebla, México, octubre del 2003, paginas 135 a 171. ESTEINOU MADRID, Javier, “Comunicación, Desarrollo y Sustentabilidad en México”, Anuario de Investigación 2004, Departamento de Educación y Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, México, D.F, noviembre del 2005, paginas 143 a 165, versión digital en CD.

1.- Analizar qué políticas de comunicación se deben formar para fortalecer la democracia en el proceso de transición política nacional.

2.- Examinar con que políticas de comunicación, los canales de información, especialmente los electrónicos, se convirtieron en poderes *fácticos* que subordinan a los poderes públicos, al Estado y a la sociedad.⁸⁰

3.- Estudiar cómo producir nuevas políticas de comunicación para el crecimiento sustentable del país.

4.- Descubrir que desigualdades existen en la producción del conocimiento sobre los diferentes asuntos en las Políticas de Comunicación.

5.- Explorar cómo generar políticas de comunicación para el desarrollo de la sociedad civil y la participación ciudadana en el nuevo siglo.

6.- Construir los indicadores, definir sus dimensiones, inclusive conceptuales, es una de las tareas inmediatas, sin duda. Otra consiste en agregar nuevos rubros que la modernización tecnológica y la brecha digital exijan para los medios y la sociedad en general.

7.- Finalmente, realizar estudios sobre políticas de comunicación de las empresas privadas, como son los bancos, y la forma como se plantean el uso de los medios para llegar a la población con la oferta de sus servicios financieros; lo mismo ocurre con las empresas multinacionales y sus poderosos grupos económicos, que impactan a la sociedad principalmente en la comunicación mediática.

VII.- ¿ QUÉ HACER ?.

Después del abandono y leve desarrollo de estudio de las políticas de comunicación en nuestro país se observa que la dinámica de comportamiento de los medios y de otras industrias culturales evolucionó por un lado, los problemas de nuestro país se dirigieron por otro, y los análisis y las propuestas que ofreció la teoría de la comunicación sobre las políticas comunicativas avanzaron por otro muy distinto.

Ante ello, pensamos que, con el fin de asimilar que es lo que ha sucedido en ésta área de acción cultural y definir cómo y por dónde hay que avanzar en los próximos años en el campo de la teoría de la comunicación, y en específico del análisis de las políticas de comunicación; en esta fase de profunda transformación del país al incorporarse a los

⁸⁰ ESTEINOU MADRID, Javier, “Los medios de información colectivos y la reconfiguración del Estado mexicano”, en: Comunicación Para el Desarrollo en México, Libro Colectivo AMIC 2006, Coordinadores Adriana Peimbert Reyes y Rodrigo Gómez García, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), Universidad Latina de América (UDLA) y Secretaría de Gobierno del Estado de Michoacán, Morelia, Michoacán, México, enero 2007, páginas 351 a 387.

procesos de globalización mundial, es indispensable preguntarse: ¿ Por qué en México los grandes problemas nacionales, los medios y la teoría de la comunicación han caminado por senderos distintos ?. ¿ De qué han servido los numerosos trabajos de investigación que se han producido en éstos años para transformar las políticas de comunicación en nuestra región ?. ¿ Qué tipos de dinámicas se tienen que realizar para que en el siglo XXI se vincule la reflexión sobre las políticas e comunicación y la acción comunicativa para generar un mismo proceso común en México ?. ¿ Cuáles son los principales problemas de las políticas de comunicación que se tienen que analizar en los próximos años para hacer avanzar la conciencia nacional ?. Ante la creación de nuevas zonas de integración regionales, a través de la firma de los Tratados de Libre Comercio, ¿ Cuáles son las políticas de comunicación que hay que instrumentar para solucionar los grandes problemas de desarrollo regional y evitar que sean borradas por la universalización informativa ?, etc.

De lo contrario, si no pensamos en conjunto sobre éstas realidades y otras más, continuaremos divorciados otros 70 años mas la cruda realidad elemental de nuestros países y la reflexión académica, repitiendo iniciativas, desperdiciando recursos, desgastándonos con pocos resultados, desconociendo la riqueza mutua que existe en ambos sectores, etc.; y la nueva dinámica de apertura de fronteras nos borrarán, substituyéndonos con proyectos extra nacionales donde sí se vincula la reflexión y la acción.

De aquí, la enorme importancia estratégica al principio del nuevo milenio de efectuar un profundo alto intelectual en la vertiginosa dinámica cultural de la modernidad mexicana que nos lleva a correr, correr y correr sin saber hacia dónde vamos, para repensar desde las condiciones elementales de conservación de nuestras vidas cuáles son las prioridades en el campo de las políticas de comunicación que debemos investigar y crear para sobrevivir como sociedades independientes, democráticas, sabias, sustentables y humanas en México.

VIII.- DOCUMENTACIÓN CONSULTADA.

- ACEVES GONZÁLEZ, Francisco de Jesús. "El papel de los medios de comunicación en la configuración de los temas electorales", en DEL PALACIO Celia (Coord): Cultura, comunicación y política, Guadalajara, Ed. Universidad de Guadalajara. 2002.
- ACEVES GONZÁLEZ, Francisco de Jesús. "La influencia de los medios en los procesos electorales. Una panorámica desde la perspectiva de la sociología empírica", en Revista Comunicación y Sociedad No. 18/19, Guadalajara, Ed. CEIC Universidad de Guadalajara, 1993.
- ACEVES GONZÁLEZ, Francisco de Jesús. "La investigación académica sobre el papel de los medios de comunicación en los procesos electorales en México", en LOMBARDO GARCÍA , IRMA(Coord.): La comunicación en la sociedad mexicana. Reflexiones temáticas. México, Ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. 2001
- ACEVES GONZÁLEZ, Francisco de Jesús. "Mediatización del espacio público y cultura política", en MALDONADO (Coord): Horizontes comunicativos en México. Estudios críticos. México, Ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, 2002.
- ACOSTA, Miguel y GARCÍA DÁVALOS, Verónica. "La publicidad política por televisión en las elecciones del año 2000 en México", en : Revista Mexicana de Comunicación No. 65, México, Ed. Fundación Manuel Buendía, 2000.
- ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. "Transitar hacia el cambio", en Revista Mexicana de Comunicación No. 38, México. Editorial, Fundación Manuel Buendía, 1994 (dic-ene.) 1995.
- BENASSINI FÉLIX, Claudia. "Comunidades virtuales ¿Espacios de convivencia pacífica?", en Revista Diálogos de la Comunicación No. 59/60, Perú, FELAFACS, 2000, p.209-224.
- CANSINO, César. La transición mexicana. México, Editorial CEPCOM. 2000.

- CARREÑO CARLÓN, José y VILLANUEVA, Ernesto, (Coords.). Temas fundamentales de derecho de la información en Ibero América. España, Ed. Fragua / Universidad Iberoamericana, 1998.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "El marco jurídico y la política de comunicación social en el marco del TLC". Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC, No. 4, 1997, p.29-56.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Identidad nacional y Comunicación" En Béjar Navarro, RAÚL Y Héctor Rosales (Coords.). La identidad nacional mexicana como problema político y cultural SIGLO XXI Editores. 2005.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Políticas públicas de comunicación, diversidad cultural y sociedad de la información" En Rebeil Corella, María Antonieta (Coord). Memorias del XVIII Encuentro AMIC AMIC/Universiad Latina de América México 2006, p. 978-968-5815-05-5.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Politics, economics and regulations in the development of TIC'S in Mexico" International Conference on Politics and Information Systems: Technologies and Applications. Estados Unidos 2004 p. 303-308.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Procesos de transformación estatal y políticas de comunicación en México". En Maldonado Reynoso, Patricia (Coord). MÉXICO EN LOS ALBORES DEL SIGLO XXI AMIC México 2003 p.45-66.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Análisis del ámbito sociopolítico en el que se enmarca una posible política cultural de comunicación, ante el acuerdo trilateral México-Estados Unidos-Canadá", Tesis de Doctorado, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), México, D.F, 1994.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Communication policy and cultural identity in Canadá and México", Editorial McGill University, Montreal Québec, 1984, 161 paginas.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "De cómo la tecnología pudo haber integrado a la América del Norte en su conjunto. La Evolución de la televisión y su introducción en Canadá, Estados Unidos y México", Revista Trampas de la Comunicación y la Cultura, Buenos Aires, Argentina, 2003.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Estructura para el análisis de la reglamentación mexicana en medios audiovisuales", Delia Covi Drueta, Coordinadora, en: desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá, México, D.F, 1995, páginas 65 a 79.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Hacia una política cultural autónoma de comunicación", Revista Espacios de Comunicación No. 1, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, D.F, 1996, paginas 7 a 18.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Identidad nacional y comunicación, Coordinadores: Raúl Bejar Navarro y Héctor Rosales, Editorial Siglo XXI, México, D.F, 1999, paginas 132 a 163.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Identidades transitorias en la Red" Delia Covi Drueta, Coordinadora, Universidad Nacional Autónoma de México, (UNAM), México, D.F, 2004, paginas 75 a 82
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "La otra piel de la cultura.: Comunicación e identidad en el nuevo milenio", Raúl Bejar Navarro y Héctor Rosales, Coordinadores, La identidad nacional mexicana como problema político y cultural. Nuevas miradas, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), México, D.F, 2005, paginas 177 a 208.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Medios de comunicación y libre comercio en México", Editorial Trillas, México, D.F, 2000, 174 paginas.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Mexican government structure an law on audivisual media", Coordinador: Tremblay el Lacroix, en: Le Project Monarque, editorial Gricis, Québec, Canadá, 1995, paginas 35 a 50.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Políticas de comunicación en América del Norte", Editorial Limusa, México, D.F, 2006, 215 paginas.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Políticas de comunicación y lógicas de producción", Revista Versión No. 12, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, 2002, paginas 79 a 102.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Políticas Públicas de comunicación, un tema pendiente en la agenda", Global Media Journal en Español, Vol. No. 5, Número 3, Revista electrónica, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Monterrey, México, 2006,
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, "Políticas, regulaciones y factores económicos y políticos en las tecnologías de información y de comunicación", Coordinador: José Carlos Lozano, en: Hacia la sociedad de la comunicación en México: Diagnósticos, balances y retos", Editorial Consejo Nacional Para la Enseñanza e

- Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) e Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), México, D.F., 2005, páginas 257 a 284.
- CASAS PÉREZ, María de la Luz, Políticas Institucionales de Comunicación, CDI Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas, 2006.
 - CASAS PÉREZ, María de la Luz. Políticas públicas de comunicación en América del Norte. México, Ed. Limusa, 2006.
 - Comisión Nacional Para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), Políticas Institucionales de Comunicación, Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas, 2006.
 - Conferencia Know How 2006 PUEG-UNAM-MÉXICO. "Tejiendo la sociedad de la información: una perspectiva multicultural y de género". "Weaving the information society: a gender and multicultural perspective". México, Agosto 2006.
 - CROVI DRUETTA, Delia y Gómez Mont, Carmen. "El TLCAN frente a las industrias audiovisuales y las telecomunicaciones: un escenario en movimiento". En Lombardo García, Irma (Coord.). La comunicación en la sociedad mexicana. Reflexiones temáticas. México, Ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, 2001.
 - CROVI DRUETTA, Delia, (Coord.). Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá: proyecto monarca. México, Ed. UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1995.
 - CROVI DRUETTA, Delia. "El TLCAN frente a las industrias audiovisuales y las telecomunicaciones: un escenario en movimiento, en LOMBARDO GARCÍA (Coord.): La comunicación en la sociedad mexicana. Reflexiones temáticas. México, Ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, 2001.
 - CROVI DRUETTA, Delia. Hacia La Sociedad de la Información y el Conocimiento. Memorias De Panam 2. Segundo Coloquio Internacional de Comunicación. 2005. Coordinadora. Proyecto PAPIIT México ante la sociedad de la información y el conocimiento, DGAPA-FCPS, UNAM. México.
 - Cuadernos del Seminario de Interdisciplinario de Comunicación e Información, No. 1. México, Ed. Plaza y Valdés/ UNAM/FCPyS 2006.
 - DE LA VEGA ALFARO, Eduardo. "El cine y el Estado mexicano". en Chasqui, revista latinoamericana de comunicación No. 43, Ecuador, Ed. CIESPAL, 1992.
 - ESTEINOU MADRID, Javier y LOERA CHÁVEZ Y PENICHE, Margarita, "La Reforma del Estado y el Acceso de los Pueblos Indios a los Medios de Comunicación", en: Creatividad y Quehacer Científico en la UAM-Xochimilco 2001, Rectoría General, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., mayo del 2002, páginas 699 a 711.
 - ESTEINOU MADRID, Javier y PARDO PACHECO, Romeo, "Transición Política, Democracia y Políticas de Comunicación del Estado Mexicano al Final del Siglo XX", en: Comunicación Política y Transición Democrática, Romeo Pardo Pacheco (Coordinador), Artículo:, autores varios, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (UAM) y Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), México, D.F., 1997, páginas 121 a 165.
 - ESTEINOU MADRID, Javier, "La Cultura y la Comunicación Nacionales ante el Libre Mercado", en Cultura, Medios de Comunicación y Libre Comercio", varios autores, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) y Universidad del Claustro de Sor Juana, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), México D.F., mayo de 1993, páginas 36 a 51.
 - ESTEINOU MADRID, Javier, "Comunicación, Desarrollo y Sustentabilidad en México", Anuario de Investigación 2004, Departamento de Educación y Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, México, D.F., noviembre del 2005, páginas 143 a 165, versión digital en CD.
 - ESTEINOU MADRID, Javier, "Comunicación, Estado y Desarrollo en México: Hacia Un Salto Mental Para Sobrevivir", en: Marketing y Elecciones. La Comunicación Política en el México Contemporáneo, Elías Aguilar y Javier Sánchez Galicia (Editores), Editorial LunArena (Arte y Diseño Editorial), Puebla, México, octubre del 2003, páginas 135 a 171.
 - ESTEINOU MADRID, Javier, "El Espíritu del Informe Mac Bride y la Creación de Nuevas Políticas Nacionales de Comunicación", en: Perspectivas en Comunicación y Periodismo No. 1, Coordinadores: Armín Gómez Barrios y Jacob Bañuelos Capistrán, Departamento de Comunicación y Periodismo, División de Humanidades y Ciencias Sociales, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Campus Ciudad de México, México, D.F., Octubre del 2006, páginas 107 a 121.
 - ESTEINOU MADRID, Javier, "El Impacto del Tratado de Libre Comercio Sobre la Cultura y Los Medios de Comunicación Nacionales, en: Industrias Culturales y TLC: Impactos y Retos de la Apertura, Autores Varios, Fronteras Comunes, Red Mexicana de Acción Frente al Libre Comercio (RMALC) y Sociedad General de Escritores de México (SOGEM), México, D.F., junio del 2000, páginas 9 a 33.

- ESTEINOU MADRID, Javier, "Estado Mexicano, Tiempos Oficiales y Participación Social en los Medios de Comunicación", en: Horizontes Comunicativos en México. Estudios Críticos, Norma Patricia Maldonado, Coordinadora, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, (AMIC), México, D.F, Marzo del 2002, páginas 35 a 63.
- ESTEINOU MADRID, Javier, "Estado, Medios de Comunicación y Cambio Político", en: Medios de Comunicación y Procesos Electorales: Un Compromiso para el Futuro, Tercera Conferencia Internacional, Cámara de Diputados, Comisión de Radio Televisión y Cinematografía, XLII Legislatura, Fundación Konrad Adenauer Stiftung, Universidad Iberoamericana (UIA), Universidad Autónoma Metropolitana (UAM-X), Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), México, D.F. julio del 2000, páginas 49 a 109.
- ESTEINOU MADRID, Javier, "Hacia la Nueva Identidad Mexicana en los Tiempos de la Globalización Cultural", en: II Foro Departamental de Educación y Comunicación, Colección: Líneas de Investigación, Romeo Pardo Compilador, Departamento de Educación y Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, 1994, páginas 13 a 23.
- ESTEINOU MADRID, Javier, "Hacia la Primavera del Espíritu Nacional: Propuesta Cultural para una Nueva Televisión Mexicana", Programa Cultural de las Fronteras, Editorial Fundación Manuel Buendía, México, D.F, enero de 1989, 94 páginas.
- ESTEINOU MADRID, Javier, "Internet y la Transformación del Estado", en: Internet: El Medio Inteligente, Octavio Islas y Fernando Gutiérrez, Coordinadores, Varios Autores, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Campus Estado de México y Editorial Grupo Patria Cultural (CECSA), México, D.F, Primera Edición, noviembre del 2000, páginas 201 a 215.
- ESTEINOU MADRID, Javier, "La Cultura y la Comunicación Mexicanas Bajo las Leyes del Mercado", Revista Estudios No. 34, Volumen IX, Departamento de Estudios Generales, Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), México, D.F, Otoño de 1993, páginas 88 a 98.
- ESTEINOU MADRID, Javier, "La Cultura y la Comunicación Nacionales en los Tiempos del Libre Mercado", Fundación Manuel Buendía y Presidencia de la República, México, D.F, diciembre de 1993, 288 páginas.
- ESTEINOU MADRID, Javier, "La Reforma Comunicacional Nacional y el Proyecto del Estado-Cero", en: Investigación de la Comunicación: México en los Albores del Siglo XXI, Norma Patricia Maldonado Reynoso (Coordinadora), Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), México, D.F, junio del 2003, páginas 13 a 28.
- ESTEINOU MADRID, Javier, "La Reforma del Estado Mexicano y el Boicot Sistemático al Derecho a la Información", en: Generando Conocimientos: La Investigación Científica y Humanística en la UAM-Xochimilco, Rectoría General, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, mayo del 2002, páginas 435 a 453.
- ESTEINOU MADRID, Javier, "La Reforma del Estado y el Derecho a la Información en México: Una Deuda Histórica del Estado con la Sociedad", en: El Derecho a la Información en el Marco de la Reforma del Estado en México, Tomo II, Comisión de Radio Televisión y Cinematografía, Honorable Cámara de Diputados, XLII Legislatura, México, D.F, 1998, páginas 379 a 407.
- ESTEINOU MADRID, Javier, "La Sociedad Silenciada: Viejos y Nuevos Actores Comunicativos en la Transición Mediática Nacional", Anuario de Investigación de la Comunicación No. X, Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y Universidad Intercontinental (UIC), Bernardo Russi Alzaga, Editor, México, D.F, octubre del 2003, 417 a 435.
- ESTEINOU MADRID, Javier, "La Televisión Mexicana Ante el Modelo de Desarrollo Neoliberal", Programa Cultural de las Fronteras, Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes (CNCA) y Fundación Manuel Buendía (FMB), México, D.F, septiembre de 1991, 177 páginas.
- ESTEINOU MADRID, Javier, "La Transición a la Democracia y la Consolidación de los Ministerios Públicos Electrónicos", Memorias del "XII Encuentro de los Estudios de Comunicación en América Latina: El Beneficio Social de los Estudios de Comunicación en América Latina: Análisis y Propuestas", Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), Mérida, Yucatán, México, diciembre del 2005, versión en CD.
- ESTEINOU MADRID, Javier, "La Videopolítica, Los Videoscándalos y la Sucesión Presidencial en México", Anuario de Investigación de la Comunicación No. XI, Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y Universidad Intercontinental (UIC),

Bernardo Russi Alzaga, Editor, México, D.F, octubre del 2004, 339 a 359.

- ESTEINOU MADRID, Javier, “Los Medios de Comunicación Ante la Nueva Globalización Trilateral”, en: II Simposium Internacional de Editores de Periódicos Diarios de la República Mexicana, Memorias del Segundo Simposium Internacional de Editores de Periódicos Diarios, Conmemoración del 25 avo. Aniversario, Asociación de Editores de Periódicos Diarios de la República Mexicana A.C. (AEDIRMEX), México D.F, noviembre de 1993, páginas 87 a 112.

- ESTEINOU MADRID, Javier, “Los Medios de Comunicación y la Construcción de la Hegemonía”, Segunda edición corregida y aumentada, Editorial Trillas, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), México D. F, septiembre de 1992, 203 páginas.

- ESTEINOU MADRID, Javier, “Los Medios de Comunicación y la Cultura Salvaje”, Anuario de Investigación 2001, Volumen II, Departamento de Educación y Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, septiembre del 2002, páginas 145 a 153.

- ESTEINOU MADRID, Javier, “Los Medios de Comunicación y la Gobernabilidad Nacional”, en: La Política Interior y la Estabilidad de la Nación, Colección Historia de la Secretaría de Gobernación, La Secretaría de Gobernación: Acción, Política del Gobierno Mexicano, Tomo III, Instituto de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana (INEHRM), Secretaría de Gobernación, México, D.F, mayo del 2000, páginas 331 a 353.

- ESTEINOU MADRID, Javier, “Los Medios de Información Colectivos y los Juicios Paralelos”, en: La Relación Sociedad/Medios en el Marco de la Reforma del Estado en México, Beatriz Solís Leree (Coordinadora), Cámara de Diputados, LVIII Legislatura, Congreso de la Unión, UNESCO, Fundación Konrad Adenauer Stiftung (KAS), Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), Universidad Iberoamericana (UIA), Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), México, D.F, septiembre del 2004, paginas 241 a 257.

- ESTEINOU MADRID, Javier, “Los Medios de Información Colectivos y la Reconfiguración del Estado Mexicano”, en: Comunicación Para el Desarrollo en México, Libro Colectivo AMIC 2006, Coordinadores Adriana Peimbert Reyes y Rodrigo Gómez García, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), Universidad Latina de América (UDLA) y Secretaría de Gobierno del Estado de Michoacán, Morelia, Michoacán, México, enero 2007, páginas 351 a 387.

- ESTEINOU MADRID, Javier, “Los Retos de los Medios Públicos en México”, en: Democracia y Medios Públicos, Coordinadora Beatriz Solís Leree, Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, A.C, UNESCO y Fundación Konrad Adenauer Stiftung, México, D.F, septiembre del 2005, paginas 45 a 95.

- ESTEINOU MADRID, Javier, “Medios de Comunicación y Formación de Una Cultura Para el Enfrentamiento de los Desastres Naturales: El Caso de los Terremotos en México en 1995”, Espacios de Comunicación No 2, Javier Esteinou Madrid (Coordinador), Varios autores, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, D.F, marzo de 1998, páginas 221 a 237.

- ESTEINOU MADRID, Javier, “Medios de Comunicación, Estructuras de Poder y Procesos de Participación Ciudadana”, en: Generando Conocimientos: La Investigación Científica y Humanística en la UAM-Xochimilco, Rectoría General, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, mayo del 2002, páginas 453 a 462.

- ESTEINOU MADRID, Javier, “Políticas de Comunicación y Reforma del Estado Mexicano” en: Hacia la Normatividad de los Medios de Comunicación, José G. Zamarripa (Compilador), Grupo Parlamentario del PRD, Cámara de Diputados, Congreso de la Unión, México, D.F, 1997, páginas 35 a 56.

- ESTEINOU MADRID, Javier, “Reforma del Estado, Políticas de Comunicación y Construcción de la Democracia en México”, en: Los Medios Electrónicos en el Marco de la Reforma del Estado en México, H. Congreso de la Unión, Cámara de Diputados (XLIII Legislatura), Fundación Konrad Adenauer Stiftung, Organización de las Naciones Unidas Para la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Universidad Iberoamericana (UIA), Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (UAM-X), Comisión de Radio Televisión y Cinematografía (RTC), Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), Asociación Mexicana del Derecho a la Información (AMEDI), Palacio Legislativo de San Lázaro, México, D.F, diciembre del 2002, paginas 261 a 300.

- ESTEINOU MADRID, Javier, “Repercusiones del TLC en las Industrias Culturales en México y Canadá”, Memorias del II Foro Internacional Sobre Interpretaciones Audiovisuales en el Ámbito del Derecho de Autor, Asociación Nacional de Intérpretes, (ANDI), México, D.F, abril del 2001, páginas 107 a 114.

- ESTEINOU MADRID, Javier, "Tecnologías de Comunicación, Democracia y Diversidad Cultural", *Diversidad Tecnología y Comunicación: Una Mirada a Nuestra América*, Sergio Inestrosa (Compilador), Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) y División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Iberoamericana, México, D.F, Octubre de 1997, páginas 147 a 165.
- ESTEINOU MADRID, Javier, "Televisión Pública y Desarrollo Cultural", Colección Reflexiones Universitarias No. 6, Coordinación de Extensión Universitaria, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, febrero de 1994, 61 páginas.
- ESTEINOU MADRID, Javier, "Transición Política y Construcción de un Nuevo Modelo Estratégico de Comunicación Nacional", en: *México Hacia el 2005*, Tomo I, Centro de Estudios Estratégicos Nacionales (CEEN), Universidad Iberoamericana (UIA), Instituto Politécnico Nacional (IPN), Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), México, D.F. octubre del 2003, paginas 269 a 512.
- ESTEINOU MADRID, Javier, "Transición Política y Escándalos Mediáticos", *Revista Versión* No. 15, Discursos Mediáticos e Imaginarios Sociales, Estudios de Comunicación y Política, Departamento de Educación y Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, junio del 2005, paginas 207 a 246.
- ESTEINOU MADRID, Javier, "Una Nueva Sociedad de la Información y de la Comunicación", en: *Internet Columna vertebral de la Sociedad de la Información*, Coordinadores: Octavio Islas y Claudia Benassini, Colección Humanidades TEC, Miguel Ángel Porrúa, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Campus Estado de México, H. Cámara de Diputados, México, D.F, julio del 2005, paginas 93 a 115.
- ESTEINOU MADRID, Javier. "Los medios de comunicación en el cambio político-social de finales del siglo XX". en *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación V*, México, Ed. Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, 1999.
- ESTEINOU MADRID, Javier. "Medios de información colectivos, transformación del Estado mexicano y gobernabilidad nacional", en *Argumentos, Estudios Críticos de la Sociedad* No. 29, México. Ed. UAM Xochimilco, 1998.
- ESTEINOU MADRID, Javier. "Espacio Público, Medios de Información y Transición Presidencial en el 2006", en *Revista Razón y Palabra*, enero- febrero de 2007. www.razonypalabra.org.mx.
- GARCÍA SILBERMAN, Sahara y RAMOS LIRA, Luciano. *Medios de comunicación y violencia*. México, Editorial : Instituto Mexicano de Psiquiatría / Fondo de Cultura Económica (Colección Popular, 556), 1998.
- GUADARRAMA RICO, Luis Alfonso. "Sociedades infantiles, marco jurídico y medios de comunicación", en *Espacios de Comunicación* No. 4, México, Ed. Universidad Iberoamericana, 2000.
- GUTIÉRREZ C., Fernando, ISLAS, Octavio y PERALTA, Leonardo. "Ante la disyuntiva de renovarse o morir". en *Revista Mexicana de Comunicación* No. 55, 1998.
- "La no preocupación del conocimiento por la comprensión y la transformación de la realidad, constituye un acto de delincuencia académica e intelectual", Póster universitario, Escuela de Comunicación, Universidad de Sao Paulo (USP), Sao Paulo, Brasil, 1996.
- LOZANO RENDÓN José Carlos. "Consumo y lecturas negociadas de noticieros televisivos en Monterrey, Guadalajara y México DF", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* Vol. IX, Época II, No. 18, Colima, Ed. Programa Cultura Universidad de Colima, 2003.
- LOZANO RENDÓN José Carlos. "Flujos, consumo e identidad cultural en México", en *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación* No. XII, México, Ed. Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, 2005.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo. "Los museos interactivos como mediadores pedagógicos", *Revista Colombiana de Educación* No. 46. Colombia, Ed. Universidad Pedagógica Nacional de Colombia, 2004 (primer semestre).
- PADILLA DE LA TORRE, María Rebeca. *Telenovelas e identidad de género. Un análisis entre familias aguascalentenses*. Guadalajara, Autor. 2002.
- SÁNCHEZ RUIZ Enrique E. "La industria audiovisual mexicana ante el TLC", en *Revista Mexicana de Comunicación* No. 61, México, Ed. Fundación Manuel Buendía, 2000.
- SÁNCHEZ RUIZ Enrique E. "Medios de comunicación y democracia", en *Enciclopedia latinoamericana de sociocultural y comunicación*, Bogotá, Ed. Grupo editorial Norma, 2005.
- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. "Globalización y convergencia: retos para las industrias culturales latinoamericanas", en *Revista Universidad de Guadalajara* No. 20 Nueva época, Guadalajara, Ed. Universidad de Guadalajara, 2000.
- SOLÍS LEERE, Beatriz. "Nuevos parámetros en la investigación de las políticas nacionales de comunicación", en *Espacios de Comunicación* No. 4, Ed. Universidad Iberoamericana. México, 2000.
- TOUSSAINT, Florance. "Grupos españoles de comunicación en el mercado latinoamericano", en *Revista Mexicana de Comunicación* No. 69, México, Ed. Fundación Manuel Buendía, 2001 (may-jun.).

- TOUSSAINT, Florence. "La oferta televisiva abierta en la ciudad de México (2003)", en MARTELL (Coord.): *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*. México, Ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, 2004.
- TREJO DELARBRE, Raúl, *Volver a los medios. De la crítica a la ética*. México, Ed. Cal y Arena, 1997.
- TREJO DELARBRE, Raúl. "Prensa: el postrero lugar de la cultura". en : VV.AA.: *La cultura en los medios de comunicación*. Editorial: Instituto de Educación de Aguascalientes (Aprendamos), Aguascalientes, 1996.
- TREJO DELARBRE, Raúl. "Violencia en los medios. La televisión, ¿espejo detonador de la violencia en la sociedad?". México, SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo (Ed.): *El mundo de la violencia*. UNAM /Fondo de Cultura Económica. 1998.
- TREJO DELARBRE, Raúl. "La democracia acaba donde empieza el rating", Editorial Praxis: *Cuadernos de Las Horas Extras No. 5*. México, 1988.
- TREJO DELARBRE, Raúl. "Televisa, el quito poder", *Claves Latinoamericanas*, México, 1985, 237 p. "La primavera de Televisa". Trejo Delarbre, Raúl. (comp.): *Las Redes de Televisa*. México, Ed. Claves Latinoamericanas, 1988.
- TREJO DELARBRE, Raúl. *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*. México. Editorial, Cal y Arena, 2005.
- VEGA MONTIEL, Aimeé, "Amas de casa, televisión y participación política. México, elecciones 2003", en : *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales No. 190* México, Ed. UNAM FCPyS, 2004.
- VILLANUEVA (Coord.): *Hacia un nuevo derecho de la información*. México, Ed. UIA / Fundación Konrad Adenauer, 2000.