



TECNOLÓGICO
DE MONTERREY

Campus Ciudad de México

Perspectivas en Comunicación y **1** Periodismo

Realidades y tendencias de la prensa contemporánea • María Elena Meneses Rocha • Andrés Manuel López Obrador en los medios masivos de comunicación • Alejandro Acuña Limón • La investigación de audiencias en la radio mexicana • Uriel Caballero González • Broadcasting's law on ownership and investment in US and Mexico • Juan de Dios Piñón López • El espíritu del informe Mc Bride y la creación de nuevas políticas nacionales de comunicación • Javier Esteinou Madrid • Aprendizaje y cultura de la imagen fotográfica digital • Jacob Bañuelos Capistrán • Introducción a la construcción de la imagen profesional • Jesús Meza Lueza • La experiencia intercultural y el turismo como ritual contemporáneo: El caso de los mercados • Alfredo Tenoch Cid Jurado • Sor Juana Inés de la Cruz, precursora de la libertad de expresión en México • Armín Gómez Barrios •

Armín Gómez Barrios
Jacob Bañuelos Capistrán
(Coordinadores de edición)

Tecnológico de Monterrey
Campus Ciudad de México

Departamento de Comunicación y Periodismo
División de Humanidades y Ciencias Sociales

<http://www.ccm.itesm.mx/dhcs/dcomunicacion/index.html>

Primera edición: Octubre 2006

D.R. © 2006 Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de
Monterrey
Campus Ciudad de México
Calle del Puente 222, Huipulco
CP:14380 Tlalpan, México D.F.

Editores responsables:
Jacob Bañuelos Capistrán, Armín Gómez Barrios
e-mail: jcapis@itesm.mx armin@itesm.mx

ISBN: 968-891-103-8

Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por
cualquier medio sin el previo y expreso consentimiento por escrito
del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey

Impreso y hecho en México

Índice

PRESENTACIÓN

Dr. Enrique Tamés Muñoz9

Introducción11

I. Periodismo y Medios de Comunicación

Realidades y tendencias de la prensa contemporánea

María Elena Meneses Rocha15

Andrés Manuel López Obrador en los medios
masivos de comunicación

Alejandro Acuña Limón41

La investigación de audiencias en la radio mexicana

Uriel Caballero González73

*Broadcasting's law on ownership and investment
in US and Mexico*

Juan de Dios Piñón López87

El espíritu del informe Mac Bride y la creación de
nuevas políticas nacionales de comunicación

Javier Esteinou Madrid107

Aprendizaje y cultura de la imagen fotográfica digital

Jacob Bañuelos Capistrán121

II. Comunicación Organizacional

Introducción a la construcción de la imagen profesional	
Jesús Meza Lueza	149

III. Semiótica

La experiencia intercultural y el turismo como ritual contemporáneo: El caso de los mercados	
Alfredo Tenoch Cid Jurado	169

IV. Periodismo y Literatura

Sor Juana Inés de la Cruz, precursora de la libertad de expresión en México	
Armín Gómez Barrios	189

Nuestros Colaboradores	207
------------------------------	-----

Periodismo y Medios de Comunicación

El espíritu del informe MacBride y la creación de nuevas políticas nacionales de comunicación

Javier Esteinou Madrid

Con motivo de la celebración internacional del XXV aniversario del Informe MacBride, es conveniente reflexionar sobre las aportaciones y repercusiones de dicha propuesta y evaluar qué tanto se cumplió el espíritu de tan trascendente informe político-cultural sobre las directrices de comunicación al interior de las sociedades contemporáneas del siglo XX, especialmente en el caso de México. Para ello, es necesario recuperar el caudal de ideas y alternativas que aportó en los años ochenta aquel importante debate pionero a escala mundial que intentó crear un Nuevo Orden Mundial de la Comunicación.

In the international celebration of XXV the anniversary of the MacBride Report, is advisable to reflect on contributions and repercussions that this proposal caused in order to evaluate if the spirit of so important political-cultural proposal was fulfilled on the directives of communication for the contemporary societies of the century XX, specially in the case of Mexico. Is necessary to recover the volume of ideas and alternatives that, in the Eighties, this important world-wide scale debate pioneer intended to create the New World Order of the Communication.

Con motivo de la celebración internacional del XXV aniversario del Informe MacBride, es conveniente reflexionar sobre las aportaciones y repercusiones que provocó dicha propuesta para evaluar que tanto se cumplió el espíritu de tan trascendente informe político-cultural sobre las directrices de comunicación para las sociedades contemporáneas del siglo XX. Para ello, es necesario recuperar el caudal de ideas y alternativas que aportó en los años ochenta. Aquel importante debate pionero a escala mundial al intentar crear un *Nuevo Orden Mundial de la Comunicación*.

Ante ello, es necesario recordar que en 1980 el irlandés Sean MacBride, fundador de Amnistía Internacional y premio Lenin y Nobel de la Paz, preparó la propuesta denominada *Informe MacBride* con el fin de estudiar los principales problemas de la comunicación y que fue aceptado por consenso en la Conferencia General de la UNESCO, en Belgrado. Durante el proceso de gestación del *Informe MacBride*, la UNESCO fue escenario de fuertes tensiones entre países partidarios y detractores por intentar promover políticas nacionales de comunicación, hasta el extremo de convertirse en un factor clave para comprender la posterior salida de los Estados Unidos y el Reino Unido de la UNESCO. Estas posiciones se aglutinaron en relación a dos conceptos antagónicos durante décadas y continúan hasta la actualidad: Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) vs. Libre Flujo de la Información (*free flow of information*).

Examinando la vigencia de los planteamientos formulados hace 26 años por el Informe MacBride; hoy podemos decir al principio del siglo XXI, que dichos postulados no se han satisfecho y siguen siendo plenamente vigentes para la agenda política, cultural e informativa de la sociedad del nuevo milenio, especialmente, cuando hoy se discute en la UNESCO, en Ginebra y el Túnez, el proyecto de elaboración de la nueva Sociedad de la Información. En consecuencia, su marco y visión comunicativa de la sociedad, en la mayor cantidad de los rubros propuestos siguen pendientes de construirse y deberá ser una directriz central que tendrán que rescatar el corazón de los proyectos de cultura y comunicación contemporáneos para construir naciones y comunidades humanas más equilibradas.

Dentro de los muchos planteamientos que formuló hace más de dos décadas el Informe MacBride, destacan, entre otros, por su importancia vertebral para ser retomados en la actualidad, particularmente después de que los Estados Unidos se volvió a incorporar a la UNESCO el 1 de octubre de 2003; los siguientes 8 aspectos: La

unidireccionalidad de la comunicación, la concentración vertical y horizontal, la transnacionalización, la alineación informativa, la deformación de los contenidos, el derecho de respuesta, la creación de las políticas de comunicación y cultura nacionales y la democratización de la misma.

En cuanto a la **unidireccionalidad de la comunicación**, el Informe MacBride señaló que la comunicación es un intercambio permanente entre interlocutores iguales o al menos recíprocamente responsables. La comunicación basada en un intercambio y un diálogo libres, no solamente es más auténtica y más humana, sino que además constituye una mejor salvaguarda de la armonía social¹.

Sin embargo, también existe la circulación de la información que es vertical en lugar de horizontal y se efectúa, en parte, en una sola dirección, de arriba abajo. Esta concepción de la comunicación tiende a eclipsar el objetivo, igualmente importante que consiste en fomentar el acceso y la participación del público. En éste modelo, el hombre y la mujer corrientes se sienten excluidos y piensan que la destreza y el material profesional son condiciones indispensables para la comunicación.

La comunicación de tipo estrictamente vertical caracteriza a las sociedades que se basan en un sistema de estratificación social rígido, jerárquico y selectista. Los sistemas de información muy centralizados y rigurosamente controlados de circulación vertical, dirigida de arriba a abajo, están admirablemente adaptados a las sociedades que reprimen la disensión y la discrepancia con respecto a la política oficial y a los que imponen unos modos de comportamiento.

En las sociedades adelantadas, la circulación vertical produce un volumen considerable de información. Pero esta información suele ofrecerse sin discernimiento, sólo va dirigida a un público preciso y definido y no ha sido concebida en función de exigencias y necesidades humanas. Por ello, se ha hablado de una carga excesiva de información, que puede convertirse en fuente de confusiones mentales, alienación, repliegue en uno mismo y pasividad.

En la actualidad, esta realidad que se describió hace 25 años sigue existiendo con las mismas características en el terreno comunicativo nacional e internacional. Por ello, es conveniente adoptar las medidas que desde más de dos décadas recomendó el Informe MacBride, para evitar la verticalidad de la comunicación, y que, para transformar esta situación, es necesario acelerar la participación creciente

1. MacBride, Sean, Un solo Mundo. "Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo", Fondo de Cultura Económica (FCE) y UNESCO, México, D.F., 1980, páginas, 260 a 262.

de un mayor número de personas en las actividades de comunicación, para facilitar el progreso de las tendencias a la democratización de todo el proceso y una expansión de las corrientes de información pluridireccionales, procedentes de una multitud de fuentes: hacia arriba, hacia abajo y horizontalmente².

Sobre la **concentración vertical y horizontal** de la comunicación, el Informe MacBride señaló que la industrialización tiende a estimular la concentración de la comunicación mediante la formación de monopolios u oligopolios en materia de acopio, almacenamiento y difusión de la información. La concentración actúa en tres direcciones: a) integración horizontal y vertical de empresas que actúan en el sector informativo y recreativo; b) participación de empresas pertenecientes a ramas industriales diferentes e interesadas por la expansión de los medios de comunicación social (cadenas de hoteles o de restaurantes, compañías aéreas, constructores de automóviles o empresas mineras interesadas por la prensa, producción de películas e incluso por el teatro); y c) fusión e interpenetración de diversas industrias de la información (creación de grandes conglomerados que abarcan múltiples medios de comunicación social).³

Aunque a veces se debe a razones o presiones políticas, en los principales sectores de la comunicación, la concentración viene provocada sobretodo por las condiciones que rigen la obtención de beneficios en los mercados nacionales y mundiales, y por la circulación de capitales. La concentración se deriva de varios factores, como son: a) las tendencias fundamentales de las economías de mercado; b) las tendencias a la homogenización de la información, de los mensajes y del contenido; c) las presiones económicas derivadas de los cambios técnicos en materia de edición y distribución; d) la presión de la competencia para obtener ingresos derivados del tiraje y la publicidad; e) la competencia entre los diferentes medios de comunicación social; f) la uniformización de los productos culturales; g) la existencia de periódicos que no responden a una necesidad económica o social precisa; h) el aumento de los gastos de producción y la reducción de los ingresos publicitarios; i) la fusión organizada de periódicos; j) los acuerdos administrativos, las medidas de fomento financiero, y las normas fiscales que van en detrimento de las empresas independientes; k) los procesos recesivos generales; y m) la inexistencia de nuevos recursos financieros⁴.

En los países industrializados, la concentración sigue rumbos muy diversos, como son: a) apropiación creciente de los medios de comunicación social por el sector privado; b) extensión de distintas

2. *Ibíd.*, página 264.

3. *Ibíd.*, páginas 184 a 185.

4. *Ibíd.*, páginas 184 a 185.

empresas en diferentes campos (noticias, productos culturales, producción de medios de programación y fabricación de material destinado a la industria de la comunicación); c) aumento del número y de la importancia de las cadenas de periódicos; d) concentración de diarios y de diversas publicaciones periódicas diarias, semanales, mensuales en mismo editor; e) fusión de periódicos y de sociedades de distribución; f) control de la prensa por industrias o bancos; g) fusión de la prensa con otros órganos de información; y h) importancia creciente de las actividades de los medios de comunicación social dominantes⁵.

Dicha realidad que se expuso hace más de dos décadas, sigue existiendo con las mismas características en el actual mapa comunicativo nacional e internacional. Por ello, es conveniente adoptar las medidas que recomendó el Informe MacBride, para evitar la concentración de la comunicación, y que al respecto señaló que es necesario tomar medidas jurídicas eficaces para: a) limitar la concentración y la monopolización; b) conseguir que las empresas transnacionales acaten los criterios y las condiciones específicas definidos en la legislación y en la política de desarrollo nacionales; c) invertir la tendencia a la reducción del número de responsables cuando está aumentando la eficacia de la comunicación y la dimensión del público; d) reducir la influencia de la publicidad sobre la redacción y los programas de radiodifusión; y e) perfeccionar los modelos que permiten fortalecer la independencia y la autonomía de los órganos de información en materia de gestión y de política de redacción, independientemente que sean privados o públicos⁶.

En cuanto a la **transnacionalización de la comunicación**, el Informe MacBride, señaló que en el plano internacional los modelos de comunicación se parecen mucho a los demás que se aplican en los demás sectores de la vida económica. El fenómeno de la transnacionalización ha afectado prácticamente a todo el sector de la comunicación, de forma que la producción, los servicios y los mercados periféricos son controlados mayoritariamente por los centros hegemónicos⁷.

En resumen, la industria de la comunicación está dominada por un número relativamente pequeño de empresas que engloban todos los aspectos de la producción y la distribución, las cuales están situadas en los principales países desarrollados y sus actividades son transnacionales. La concentración y la transnacionalización son consecuencias, quizás inevitables, de la interdependencia de las diferentes tecnologías y de diversos medios de comunicación, del costo eleva-

5. *Ibíd.*, páginas 186 a 187.

6. *Ibíd.*, páginas 453.

7. *Ibíd.*, páginas 189.

do de la labor de investigación y desarrollo y de la aptitud de las firmas más poderosas cuando se trata de introducirse en cualquier mercado. Estas tendencias existen en muchas industrias, pero la comunicación constituye un sector especial. Los medios de comunicación transnacionales ejercen una influencia capital sobre las ideas y las opiniones, sobre la evolución, para bien o para mal, de todas las sociedades. De ésta manera, a las empresas transnacionales les incumbe una responsabilidad especial en el mundo actual, ya que su posición dominante en materia de información hace de ellas un elemento de la estructura que determina el desarrollo de los modelos económicos y sociales, y la sociedad tiene derecho a insistir que las asuman⁸.

Esta realidad, diagnosticada internacionalmente hace 25 años por el Informe McBride, continúa existiendo en la actualidad de manera ampliada a todos los niveles comunicativos. Por ello, con miras a contribuir a salvaguardar la democracia interna y a fortalecer la independencia nacional es necesario considerar las siguientes **5 alternativas para fortalecer las políticas de comunicación** en los países desarrollados:

Primero, es necesario formular una política cultural nacional encaminada a fomentar la identidad y la creatividad culturales, recurriendo a los medios de comunicación social como sus instrumentos de apoyo. Semejante política debe incluir directrices que salvaguarden el desarrollo cultural nacional, al mismo tiempo que faciliten el conocimiento de las demás culturas. Cada cultura realiza su propia identidad comparándose con las demás.

Segundo, las políticas de comunicación y cultura deberían de facilitar el acceso a los medios de comunicación social, tanto de los creadores como de diversos grupos que están en la base de la sociedad, para que puedan expresarse y hacer oír su voz; lo cual constituiría una base de diálogo cultural permanente entre las diversas comunidades.

Tercero, se requiere formular directrices compatibles entre el contenido de la publicidad, los valores y actitudes que fomenta; y los proyectos de identidad y desarrollo de las sociedades donde actúan.

Cuarto, ciertas restricciones de la concentración de los recursos pueden ser de interés público. Por ello, un requisito indispensable es que el público pueda conocer las estructuras de propiedad de los medios de comunicación social.

Y quinto, debe formularse normas básicas, directrices o un código de conducta relativos a las actividades de las empresas transnacionales para velar que no descuiden o no coloquen en peligro los objetivos nacionales y los valores socioculturales de los países que las acogen. A éste respecto la Comisión Sobre las Empresas Transnacionales de las Naciones Unidas debería dedicar especial atención a las implicaciones de las actividades de éstas empresas en los campos de la comunicación, la información y la cultura⁹.

Con la aplicación de estas medidas y otras más, se podría balancear el desmedido peso ideológico y educativo que ejercen las empresas transnacionales sobre las estructuras culturales y sociales de la periferia donde actúan.

Sobre la **alineación informativa**, el Informe MacBride destacó que al mismo tiempo que prolifera el desarrollo de las comunicaciones en los últimos años poniendo al mundo exterior al alcance de millones de personas que antes vivían en comunidades aisladas; ahora surgen dos preocupaciones centrales. Primero, el desarrollo de la comunicación puede convertirse en una amenaza para la calidad de la cultura y de los valores que ésta encarna. Segundo, la apertura indiscriminada a nuevas impresiones transmitidas por los medios de comunicación de masas, aleja al público de su propia cultura¹⁰.

En éste sentido, debido a la rapidez y al impacto de la explosión de la comunicación social se han observado efectos nocivos. La concepción de la realidad de mucha gente queda obscurecida o deformada por mensajes de los medios de comunicación social. El rápido aumento del volumen de información y distracciones ha traído consigo un cierto grado de homogenización de las diferentes sociedades, al paso que paradójicamente los individuos pueden quedar más radicalmente cortados de la sociedad en que viven, debido a la penetración de los medios de difusión en sus vidas. La introducción de nuevos medios, en particular de la televisión, en las sociedades tradicionales ha zarandeado las costumbres seculares, las prácticas culturales ancestrales, las aspiraciones sociales y los modelos económicos. Con mucha frecuencia los beneficios de la comunicación moderna que difunden deformaciones y distracciones insólitas producidas en las ciudades, conllevan influencias negativas que perturban el orden social. En casos extremos, los medios de comunicación han pisoteado y deformado modelos socioeconómicos que tenían varios siglos de antigüedad¹¹.

8. *Ibid.*, páginas 190 a 197.

9. *Ibid.*, páginas 197 y 198.

10. *Ibid.*, página 278.

La súbita introducción de los medios de comunicación de masas ha reforzado que las comunicaciones interpersonales resulten más difíciles y tensas. Debido a que la información de los medios llega a millones de individuos éstos ejercen una influencia en los públicos de las ciudades, de los suburbios y del campo y sobre personas que tienen convicciones ideológicas y religiosas diferentes y que proceden de estratos étnicos muy diversos. Así, los estilos de vida, las costumbres, los hábitos, los gustos, las preferencias, las creencias y las opiniones tienden a deformarse en detrimento de la variedad y el individualismo. Con apoyo de las industrias audiovisuales, las empresas transnacionales han introducido en la periferia cosmovisiones extranjeras perjudiciales para la estructura de valores locales fundamentales¹².

Frente a ésta añeja realidad el Informe MacBride señaló que es necesario que los gobiernos y los órganos de poder instrumenten las siguientes **6 políticas generales**: Primero, el establecimiento de un sistema de comunicación nacional como requisito para salvaguardar una cultura floreciente. Segundo, los medios de comunicación social deben quedar totalmente ensamblados en el sistema de comunicación, que a su vez, debe tener las características privativas del país y conciliar los medios tradicionales de comunicación y los modernos. Tercero, para garantizar la supervisión, el desarrollo y la eficacia de la pluralidad comunicativa, los medios tradicionales de información deben actuar de forma imbricada con los modernos. Cuarta, deben fortalecer la comunicación interpersonal y horizontal para atenuar los excesos de la comunicación vertical. Quinta, se debe fomentar las culturas endógenas frente a la intrusión de culturas externas y modernas. Finalmente, sexta, es prioritario desarrollar, vía los canales de difusión, las lenguas nacionales que en muchos países han cedido su lugar a lenguas coloniales¹³.

En cuanto a la **deformación de los contenidos** el Informe MacBride reveló que los medios de información colectivos con frecuencia deforman las noticias desde el momento en que inexactitudes o afirmaciones falsas substituyen a los hechos auténticos o cuando se incorpora una difusión parcial a las noticias, por ejemplo vía la utilización de adjetivos peyorativos o de estereotipos. Pero la deformación de los acontecimientos o hechos también pueden darse en los siguientes casos: a) Cuando se le da preeminencia a unos acontecimientos que no tienen importancia real o cuando acontecimientos fundamentales se mezclan con hechos superficiales o intrascendentes; b) Cuando las noticias consisten en trozos y fragmentos y se presentan como un todo o cuando se ensamblan algunas verdades

parciales para dar la apariencia de una verdad completa; c) Cuando se presentan los hechos de tal forma que impliquen una interpretación errónea, resultando las conclusiones implícitas que deduce el público favorables a intereses concretos; d) Cuando se describan los acontecimientos de modo tal que susciten dudas o temores sin fundamento o exagerados, con la intención específica de condicionar la acción subsiguiente de los individuos, de comunidades o de gobiernos enteros; finalmente e) Cuando se silencian hechos o acontecimientos presuponiendo que carecen de interés para el público¹⁴.

Ante la práctica recurrente de ésta realidad en nuestro país el Informe MacBride señaló que dicha realidad deberá de ser objeto de un serio análisis y una rigurosa investigación metodológica para evitar que éstos sucesos se repitan. Además, será necesario un cambio de actitud de los periodistas o redactores de prensa, de radio y de televisión para adoptar una actitud más responsable que difunda a sus públicos imágenes más completas, equitativas y exactas del mundo¹⁵.

Sobre el **Derecho de Respuesta y de Rectificación** el Informe MacBride subrayó que es común que los medios, especialmente los electrónicos, difundan informaciones imprecisas o inexactas que generan informaciones falsas que pueden provocar inestabilidades, disturbios, conflictos sociales, pérdida de confianza en las instituciones o desalentar las inversiones. Es cierto que en algunos casos se puede recurrir a la justicia para intentar resolverlos, pero los plazos son tan largos que cuando se adopta la decisión jurídica, ya se han padecido los daños y éstos ya no pueden ser reparados¹⁶.

Ante ésta realidad que se reproduce con mucha frecuencia en nuestro país, el Informe recomendó que para rectificar la presentación de hechos imprecisos o erróneos, se aplique el derecho de respuesta o rectificación, ya sea por obligación rigurosa de la ley o por aplicación voluntaria de los medios de difusión. De igual forma, se propone que para que los Estados sean más eficientes en esta materia es conveniente que sus gobiernos adopten el Derecho a Comunicar que debería garantizar no solamente el derecho a ser informado, sino también su corolario que es el derecho a informar o a completar las informaciones truncadas y a rectificar la erróneas¹⁷.

En cuanto a la **creación de las políticas de comunicación y cultura nacionales** desde los medios de información, el estudio planteó que tradicionalmente los medios colectivos han sido considerados dentro de los esquemas de crecimiento nacional, especialmente en México, como empresas cuya única función es hacer

11. *Ibid.*, páginas 279 y 280.

12. *Ibid.*, páginas 279 y 280.

13. *Ibid.*, páginas 281 a 288.

14. *Ibid.*, páginas 274 y 275.

15. *Ibid.*, páginas 277 y 278.

16. *Ibid.*, páginas 426 y 428.

17. *Ibid.*, páginas 426 a 428.

negocio y en el mejor de los casos fomentar la educación. Debido a ello, dichas instituciones han sido ubicadas estructuralmente como instancias aisladas del desarrollo o crecimiento social, particularmente cultural, y sólo se han colocado socialmente como empresas autónomas destinadas a producir ganancias económicas.

Sin embargo, paradójicamente, mientras los medios de difusión colectivos son las principales infraestructuras que cotidianamente construyen las políticas y los contenidos culturales de mayor envergadura sobre la conciencia de los habitantes de nuestro país, éstas no son ubicadas como instituciones culturales, sino sólo como empresas de esparcimiento, diversión o entretenimiento, cuya finalidad es la acumulación pecuniaria.

Ante ello, el Informe destacó enfáticamente que la comunicación no es un sector separado y autónomo, por lo que es necesario formular políticas de comunicación que no se limiten al campo de la información y menos a los medios de comunicación, sino que tomen en cuenta a todos los medios que puede utilizar una sociedad para alcanzar sus objetivos generales de desarrollo. No hay que olvidar que las políticas de comunicación corren paralelas con las que se formulan en otros campos -educación, cultura y ciencia- y hay que concebirlas de tal modo que se complementen mutuamente. Debe existir una relación cercana entre la comunicación y esos sectores, con el objeto de que la comunicación facilite la realización de los servicios sociales, educativos, científicos y de otra índole¹⁸.

Las estrategias de desarrollo deben incluir políticas de comunicación que se ciñan al diagnóstico de las necesidades, así como a la concepción y la aplicación de prioridades elegidas. Así, hay que considerar a la comunicación como un elemento fundamental del desarrollo, como un vector que permite garantizar la participación política real en la adopción de decisiones, como una base de información para la definición de las grandes opciones y un instrumento que facilite la clara percepción de las prioridades nacionales¹⁹.

En consecuencia, la existencia de las políticas de comunicación y la democratización de los medios son factores que pueden contribuir a la generación de un desarrollo distinto, centrado en elevación de la calidad de vida, y no exclusivamente en la variedad y en la cantidad de los bienes producidos. Por ello, es necesario incorporar la comunicación a los planes de desarrollo general de las naciones²⁰.

Algunas de las preguntas que deben resolver el contenido de las po-

18. *Ibid.*, página 351.

19. *Ibid.*, página 440.

20. *Ibid.*, página 353.

líticas de comunicación son, entre otras, ¿cuáles son los cambios necesarios que hay que introducir en los sistemas de comunicación para reflejar el paso de un desarrollo limitado a un desarrollo endógeno?, ¿qué tipos de prácticas y de estructuras en materia de comunicación se requieren para conseguir que los pueblos participen, de modo real y activo, en su propio desarrollo global?, ¿cómo debe ser el contenido de un orden de la información distinto para crear un desarrollo social diferente?²¹.

Dichas políticas, sólo deben utilizarse para impulsar los asuntos de estructuras y de material, y no para determinar el contenido de la comunicación o para restringir la expresión de las diversas opiniones. De ésta forma, las políticas de comunicación no deben desembocar en una restricción de los intercambios de información de orden cultural, sino en una reducción de las barreras y desigualdades en cada sociedad. La formulación de una política de comunicación debe a) facilitar la movilización de los recursos nacionales; b) reforzar la coordinación de las infraestructuras existentes o previstas; c) permitir la adopción de decisiones racionales en lo que se refiere a los medios; d) facilitar la satisfacción de las necesidades de los menos privilegiados y la eliminación de los equilibrios más evidentes; e) hacer hincapié en la educación universal y permanente; f) contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural y de la independencia nacional; g) autorizar una presencia más manifiesta de todos los países y de todas las culturas en el plano internacional²².

Finalmente, en cuanto a la **democratización de la comunicación**, el Informe MacBride, señaló que los derechos humanos no pueden existir sin la libertad de palabra, de prensa, de información, y de reunión. La transformación de esas libertades en un derecho individual o colectivo más amplio es un principio evolutivo en el proceso de democratización²³.

Las necesidades de una sociedad democrática en materia de comunicación deben quedar satisfechas mediante la formulación de derechos específicos tales como el derecho a ser informado, el derecho a informar, el derecho a la protección a la vida privada y el derecho a participar en la comunicación pública, que encajan todos ellos en el nuevo derecho a comunicar. En vísperas de lo que cabría calificar de una nueva era en materia de derechos sociales, todas las implicaciones del derecho a comunicar deben ser el objeto de un minucioso análisis²⁴.

Por sus inmensas posibilidades de influir en el espíritu y en el com-

21. *Ibid.*, página 352.

22. *Ibid.*, páginas 355 y 356.

23. *Ibid.*, páginas 449

24. *Ibid.*, páginas 450.

portamiento de los individuos, la comunicación puede ser un modo vigoroso de promover la democratización de la sociedad y de ampliar la participación de los ciudadanos en la adopción de las decisiones. Esto depende de las estructuras, de las prácticas y de la gestión de los medios de comunicación social, así como de la medida en la cual faciliten un más amplio acceso a la comunicación, al abrirla a un intercambio de libre de ideas, de informaciones y de experiencias entre interlocutores situados en un plano de igualdad, sin predominio alguno ni discriminaciones²⁵.

Sin embargo, 25 años después de difundirse el Informe MacBride, hasta el momento, estas realidades se encuentran muy lejos de haberse alcanzado. Ante ello, el Informe planteó la necesidad de considerar los siguientes aspectos:

1.- Que los países amplíen las fuentes de información que necesitan los ciudadanos en su vida cotidiana. Se requiere emprender un examen minucioso de las leyes y reglamentos vigentes para reducir las limitaciones, las cláusulas secretas y las restricciones de diversos tipos en las prácticas de información²⁶.

2.- Se debe abolir la censura o el control arbitrario de la información. En los sectores en los cuales estén justificadas unas restricciones razonables, éstas deberían quedar definidas en una ley, su aplicación estar sometida al control judicial y ceñirse a los principios formulados en la Carta de las Naciones Unidas, la Declaración Universal de Derechos Humanos y en los demás instrumentos que adopte la comunidad de naciones²⁷.

3.- Los obstáculos y las restricciones que se derivan de la concentración de la propiedad de los órganos de información, independientemente de que sean públicas o privadas, merecen analizarse con toda profundidad para encontrar sus vías democratizadoras. Se debe proceder a un examen crítico del problema de las condiciones financieras que se imponen a los órganos de información y de las medidas adoptadas para reforzar la independencia de la redacción²⁸.

4.- Por último, se deben tomar medidas jurídicas eficaces para limitar la concentración y monopolización; conseguir que las empresas transnacionales acaten los criterios y las condiciones específicas definidas en la legislación y en las políticas de desarrollo nacional; invertir la tendencia a la reducción del número de responsables cuando está aumentando la eficacia de la comunicación y la dimensión del público; reducir la influencia de la publicidad sobre la política de

redacción y los programas de radiodifusión; y perfeccionar los modelos que permiten fortalecer la independencia y autonomía de los órganos de información²⁹.

Con el rescate de los postulados básicos que promovió el Informe MacBride hace varias décadas, ahora se debe replantear la construcción de un nuevo Orden Mundial de la Información que equilibre los enormes desajustes comunicativos y culturales que está ocasionando la aplicación indiscriminada de la Ley del Mercado Informativo sin contrapesos reguladores, vía la dinámica de su *Mano Invisible* de la Oferta y la Demanda. De lo contrario, cada vez más se formará una cultura y comunicación salvajes que impedirá sobrevivir equilibradamente a los seres humanos del siglo XXI.

25. *Ibid.*, página 451.

26. *Ibid.*, página 451.

27. *Ibid.*, página 451.

28. *Ibid.*, página 452.

29. *Ibid.*, página 453.

BIBLIOGRAFÍA

- ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa, “Veinticinco Años del Informe MacBride. La Vigencia del Derecho de la Comunicación”, en: *A 25 Años del Informe MacBride*, Coordinadores: Lenin Martell Gámez, Marta Rizo García y Aimeé Vega Montiel, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) y Universidad Autónoma del Estado de México, México, D.F, Diciembre del 2005.
- CASAS PÉREZ, Ma. de la Luz, “Políticas de Comunicación. Una Perspectiva para México”, en: *A 25 Años del Informe MacBride*, Coordinadores: Lenin Martell Gámez, Marta Rizo García y Aimeé Vega Montiel, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) y Universidad Autónoma del Estado de México, México, D.F, Diciembre del 2005.
- KARAM, Tanius, “Observaciones Desde la Práctica del Informe MacBride”, en: *A 25 Años del Informe MacBride*, Coordinadores: Lenin Martell Gámez, Marta Rizo García y Aimeé Vega Montiel, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) y Universidad Autónoma del Estado de México, México, D.F, Diciembre del 2005.
- MACBRIDE, Sean, *Un Solo Mundo. Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*, Fondo de Cultura Económica (FCE) y UNESCO, México, D.F, 1980.
- SÁNCHEZ GUDIÑO, Hugo, “Del Informe MacBride al Mundo MacDonals. Debate Sobre el NOII y su Transición a la Ciber Sociedad: Reflexión y Balance”, en: *A 25 Años del Informe MacBride*, Coordinadores: Lenin Martell Gámez, Marta Rizo García y Aimeé Vega Montiel, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) y Universidad Autónoma del Estado de México, México, D.F, Diciembre del 2005.

Perspectivas en Comunicación y Periodismo

Se terminó de imprimir en octubre de 2006

México, D.F.

Tiraje: 1000 ejemplares