



**HORIZONTES COMUNICATIVOS
EN MEXICO
Estudios Críticos**

**NORMA PATRICIA MALDONADO REYNOSO
(Coordinadora)**

2002

**HORIZONTES COMUNICATIVOS
EN MEXICO.
Estudios Críticos**

Editado por la Asociación Mexicana de Investigadores
Comunicadores A.C.

Primera edición: 2002

DR © 2002, Asociación Mexicana de
Investigadores Comunicadores A.C.
Juan Sánchez Azcona # 539
Col. Del Valle Del. Benito Juárez
03100, México D.F.
amic_ac@hotmail.com

Su reproducción con fines didácticos, requiere
citar a la fuente, al autor y a la A.M.I.C.

Impreso y hecho en México

**HORIZONTES COMUNICATIVOS
EN MEXICO.
Estudios Críticos**

INDICE

INTRODUCCION	5
I.- COMUNICACIÓN, CULTURA, SOCIEDAD: FUNDAMENTOS CONCEPTUALES DE LA POSTDISCIPLINARIEDAD Dr. Raúl Fuentes Navarro	11
II.- ESTADO MEXICANO, TIEMPOS OFICIALES Y PARTICIPACION SOCIAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION Dr. Javier Esteinou Madrid	35
III.- LAS ENCUESTAS ELECTORALES Dra. Florence Toussaint Alcaraz	63
IV.- MEDIATIZACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO Y CULTURA POLÍTICA Dr. Francisco de Jesús Aceves González	79
V.- LA MEDIOCRACIA, LA DEMOCRACIA Y EL PODER Dr. Rafael Reséndiz Rodríguez	101
VI.- LOS HALLAZGOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACION "IDENTIDAD E INTOLERANCIA" Dra. Silvia Molina y Vedia	119
VII.- LA OTRA GUERRA: LOS MEDIOS Y EL CONTROL "DE LAS CONCIENCIAS" Mtro. Enrique Guinsberg	135
VIII.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN DE IDENTIDADES CULTURALES EN EL MEXICO GLOBAL Dra. María de la Luz Casas Pérez	155

IX.- FAMILIAS MEDIÁTICAS, UNA APROXIMACIÓN A LAS TRANSFORMACIONES EN LA CLASE MEDIA	
Mtro. Luis Alfonso Guadarrama Rico	173
X.- IMPACTO DE LOS VIDEOJUEGOS EN LOS USUARIOS.	
Usos y abusos de las nuevas tecnologías.	
Dra. Guillermina Baena Paz	197
XI.- PERIODISTAS DE UN NUEVO SIGLO	
Dra. Delia Crovi Druetta	229
XII.- EL DISCURSO PERIODÍSTICO COMO ESQUEMATIZACION	
Dra. Susana González Reyna	247
XIII.- LA EXPERIENCIA ESTÉTICA DEL ESPECTADOR CINEMATOGRÁFICO: FORMAS DE SENTIR Y COMPRENDER AL CINE	
Mtro. Vicente Castellanos Cerda	269
XIV.- LA PARTICIPACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES CIVILES EN LOS PROGRAMAS INFORMATIVOS DE LA RADIO EN PUEBLA. Diagnóstico y Perspectivas.	
Dr. José Cisneros Espinosa	291
XV.- TIEMPO DE RADIO ¿RADIO? EN LA RED	
Mtra. Elizabeth Rodríguez Montiel	323
XVI.- MEXICO ANTE LA CRECIENTE INCORPORACIÓN MUNDIAL DE LA RADIODIFUSIÓN SONORA DIGITAL	
Mtra. Norma Patricia Maldonado Reynoso	337

ESTADO MEXICANO, TIEMPOS OFICIALES Y PARTICIPACION SOCIAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Dr. Javier Esteinou Madrid

Universidad Autónoma
Metropolitana – Xochimilco
jesteinou@cueyatl.uam.mx

ABSTRACT

Al final del siglo XX los medios de información colectivos se han convertido en el centro del poder contemporáneo de nuestra nación. Es decir, ya no sólo son instituciones importantes o el cuarto poder, sino que ahora son "el Primer Poder" que existe en nuestra sociedad. Es por ello, que en el espacio de las relaciones simbólicas que permanentemente producen los aparatos cotidianos de comunicación entre emisores y colectividades, es donde diariamente se construye o destruye mental y afectivamente al Estado y a la sociedad mexicana.

Sin embargo, no obstante que los medios de comunicación se han convertido en el primer poder, a que en la actualidad la sociedad mexicana ya ha llegado a alcanzar los 100 millones de habitantes, y pese a que, en última instancia, los grupos básicos que sostienen a nuestra nación son los que financian el funcionamiento de los medios, especialmente de la televisión; la mayor parte de estos sectores fundamentales no tienen acceso para participar dentro de ellos con el fin de exponer colectivamente sus necesidades e incorporarse a los procesos de gestión pública del país.

Es por ello, que en el proceso de transición a la democracia que se eligió el 2 de julio del 2000 es necesario aprovechar los tiempos oficiales que por ley le corresponden al Estado mexicano para permitir que los grandes grupos sociales del país se expresen a través de estas tecnologías mediáticas, ya que, en

última instancia, no son simples instituciones de esparcimiento, diversión o información; sino que son estructuras de ampliación del Estado y de la conciencia nacional.

I.- EL CONTROL Y LA PARTICIPACION EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Con la presencia de los medios de información y las nuevas capacidades tecnológicas que han conquistado en México a lo largo del siglo XX, como son su amplia cobertura informativa, su gran penetración mental, su rápida capacidad de difusión, su enorme versatilidad semiótica, su gran perfeccionamiento técnico, etc; estos se han convertido en el centro del poder contemporáneo de nuestra nación. En este sentido, de haber sido instrumentos de difusión relevantes en 1920 en México y de convertirse en el cuarto poder político a partir de 1960 como corresponsales del poder, en la década de los años 90s. se transformaron en el vértice del poder actual. Es decir, ya no solo son instituciones importantes o el cuarto poder, sino que ahora son "el Primer Poder" que existe en nuestra sociedad.

En este sentido, podemos decir que en el espacio de relación simbólica que permanentemente producen los aparatos cotidianos de comunicación entre emisores y colectividades, es donde diariamente se construye o destruye mental y afectivamente al Estado y a la sociedad mexicana. Por consiguiente, podemos afirmar que en la sociedad mexicana de la década del 2000, cada vez mas, las batallas políticas o sociales se ganan o pierden en los medios de comunicación colectivos y no en otras áreas de las contiendas sociales.

De esta forma, la construcción o destrucción de la realidad masiva cotidiana, es decir, de lo que existe o no existe, de lo que es bueno o malo, de lo que hay que recordar o hay que olvidar, de lo que es importante o no, de lo que es verdad o es mentira, de lo que son valores o antivalores, de lo que es la opinión pública o de lo que no es, de lo que es virtuoso o no, de lo que hay que hablar o hay que silenciar, de lo que hay que admirar o rechazar, de lo que es el éxito o el fracaso, etc., se elabora, cada vez más, especialmente en las grandes ciudades, desde los medios colectivos de difusión. Así, el peso de los canales de información masiva es tan acentuado sobre la conformación mental de la sociedad que podemos decir que la realidad no son los medios de información, pero los medios contribuyen sustancial-

mente a construir la realidad central que reconoce la mayoría de la población. No son la política, pero hoy día no se puede hacer política sin la acción persuasiva de los sistemas de información colectivos. No son el aparato jurídico, pero hoy día los medios se han convertido en los "tribunales electrónicos" que linchan o absuelven a las figuras públicas antes de que el Estado recurra a los procesos constitucionales de oficio. No son los partidos políticos pero producen el mayor caudillismo electrónico que toda la capacidad proselitista directa que realizan las organizaciones políticas. No son la economía, pero ninguna economía contemporánea puede funcionar sin la cultura de consumo que producen de los medios de información, vía su práctica publicitaria. No son la memoria del país, pero hoy día la agenda del recuerdo social cotidiana se construye progresivamente desde los medios de difusión de masas, etc.

Sin embargo, pese a que los medios de información gradualmente se han convertido en el centro del poder contemporáneo, su operación no ha funcionado en espacios neutros o independientes, sino que han operado vinculados a las necesidades de reproducción de nuestra sociedad en vías de industrialización y ahora de globalización. Dentro de este marco estructural, el margen de participación de los movimientos sociales a través de los medios de comunicación no ha sido monolítico; sino que ha oscilado formando una gama de intervención que varía desde los canales escritos, hasta los electrónicos. Así, encontramos que las vías a través de las cuales los movimientos sociales mexicanos han participado con mayor fuerza desde principios de siglo hasta la fecha para expresar sus intereses y demandas, se concentra con gran peso en los medios impresos y se cierra casi por completo en los canales electrónicos, particularmente, audiovisuales (1).

De ésta forma, la naturaleza social de los medios de comunicación desde un principio ha quedado determinada por la presencia de un fuerte contexto económico y político que ha condicionado herméticamente el uso social de los mismos por otros sectores más amplios que no sean los propietarios o representantes del gran capital interno y transnacional en el país.

Esta situación ha alcanzado su mayor esplendor en el caso de la televisión mexicana, tanto pública como privada, pues es el medio que mas ha llegado a ser monopolizado por el poder nacional al

grado de que vía este se ha construido otro proyecto cultural contrario al proyecto de los grandes grupos que sostienen nuestra nación.

En éste sentido, derivado de este condicionamiento estructural, por ejemplo, la televisión mexicana surge en la década de los años cincuentas adoptando el modelo comercial de desarrollo de la televisión norteamericana y enmarca mayoritariamente su funcionamiento bajo el régimen de concesión privada que conserva hasta nuestros días. Es dentro de este esquema mercantil que la televisión nacional se desarrolló y donde alcanzó hasta ahora su mayor dinámica de expansión e influencia sobre la cultura nacional.

Contraria y paralelamente a esta realidad privada, aparece de manera muy tardía, a finales de los años sesenta, la televisión pública en nuestro territorio. Su lenta incorporación al panorama cultural de la nación, provoca que ésta emerja y madure con una personalidad social poco definida, con menor experiencia audiovisual, reducido apoyo económico, bajo nivel de credibilidad en el auditorio, proyecto cultural confuso, mayores presiones burocráticas, menor cobertura geográfica de influencia, grandes contradicciones en sus líneas de dirección, etc.

Es por ello, que dentro de un clima de agotamiento de nuestro tradicional modelo de crecimiento hacia adentro y de incorporación intensiva de nuestra economía a los procesos de globalización mundial, nos preguntamos *¿ Qué han hecho las empresas de televisión nacionales para permitir que en las últimas décadas los grupos sociales expongan colectivamente sus necesidades fundamentales y participen a través de éstos en los macro procesos de dirección del país ?*

En términos generales, podemos decir que en comparación con las gestiones televisivas de los regímenes de gobierno anteriores, en esta nueva administración gubernamental la televisión ha conquistado algunos avances importantes, en el terreno administrativo, financiero, cultural, legal, tecnológico, reorganizativo, etc. sin embargo, no obstante los éxitos alcanzados, también podemos decir, que salvo algunas excepciones, la información televisiva que ha producido y difundido este proyecto cultural de gobierno, no ha permitido la expresión de las necesidades de los grandes grupos sociales a través de esta; y en consecuencia, no se ha dedicado sustantivamente a crear conciencia sobre los

principales problemas que debemos resolver para sobrevivir.

Así, observamos que no obstante que en la actualidad la sociedad mexicana ya ha llegado a alcanzar los 100 millones de habitantes, y pese a que, en última instancia, los grupos básicos que sostienen a nuestra nación son los que financian el funcionamiento de la televisión; confirmamos que la mayor parte de estos sectores básicos no tienen acceso para participar dentro de este medio de comunicación para exponer colectivamente sus necesidades e incorporarse a los procesos de gestión pública del país vía esta tecnología cultural.

En este sentido, constatamos, por ejemplo que las **organizaciones campesinas** no cuentan con espacios televisivos para desde estos solicitar apoyos crediticios para trabajar en el campo, exigir mejores precios de garantía a sus cosechas, demandar el reparto de tierras, denunciar el extendido cacicazgo y la corrupción de autoridades o funcionarios, etc. Los **sindicatos** tampoco cuentan con tiempo informativo para pedir aumentos salariales, elevar sus condiciones generales de vida, denunciar las anomalías existentes en el interior de las mismas, etc.

Los **partidos políticos** tampoco gozan de suficiente margen televisivo para fortalecer su participación en la sociedad, perfeccionar el sistema electoral, mantener contacto masivo con sus representados, difundir sus propuestas y posiciones partidistas, salvo en los períodos electorales, etc. Los numerosos **grupos indígenas** fundadores desde hace milenios de nuestro territorio y cultura, todavía, en el siglo XXI, no tienen ningún espacio en la televisión para expresar sus necesidades, dolor y tristeza generado desde hace 500 años con la Conquista Española, etc.

No obstante que actualmente vivimos una fase de colapso ambiental en el Valle de México y el resto del país por la profunda relación destructiva que mantenemos con la naturaleza, los **movimientos ecologistas**, no cuentan con ningún espacio de las redes nacionales de televisión para difundir su labor en pro de la defensa de la vida. Los **sectores magisteriales**, no obstante que sobre ellos descansa la operación de la formación del capital cerebral del país a través de su acción educativa, tampoco cuentan con espacios en los medios audiovisuales para contrarrestar la acción deformante de la cultura parasitaria que ha

creado la sociedad de consumo y fortalecer con ello el proyecto educativo de la escuela nacional.

Otras células básicas como son los **organismos no gubernamentales**, las **iglesias**, los **productores agropecuarios**, los **transportistas**, los **grupos de amas de casa**, las **asociaciones de padres de familia**, los **grupos de colonos**, los **estudiantes**, los **profesionistas**, etc. tampoco disponen de espacios en las pantallas para plantear y discutir sus problemáticas particulares.

En este sentido, pensamos que debido a que no se ha permitido la participación de los grandes grupos en los medios electrónicos, particularmente en la televisión, tanto pública como privada, éstas instituciones continúan desvinculadas del análisis sistemático de los grandes obstáculos que impiden nuestro desarrollo nacional y de la difusión constante de las posibles alternativas de solución para cada rama de nuestro crecimiento interno. Por ello, podemos decir que *los medios electrónicos, especialmente, la televisión siguen funcionando como cerebro colectivo divorciado de las necesidades de nuestro cuerpo social, porque mientras vivimos cotidianamente una profunda crisis socioeconómica, que está por convertirse en severo conflicto político, la televisión nos orienta a pensar, prioritariamente, en el triple eje cultural del consumo, los deportes y las ideologías del espectáculo; y sólo ocasionalmente nos conduce a reflexionar y sentir los problemas centrales de nuestra sociedad. En una idea, la problemática nacional no pasa sustantivamente por los medios electrónicos lo cual, ha provocado la existencia de un modelo de funcionamiento esquizofrénico entre lo que difunde e inculca la programación televisiva y las necesidades o realidades que viven cotidianamente los grupos mayoritarios de la sociedad mexicana.*

De esta forma, podemos afirmar que *como en un acto de magia que se lleva a cabo ante los ojos de todos y el estupor de unos cuantos, desde hace tres décadas a la fecha, los medios electrónicos y particularmente la televisión continúa realizando la hazaña verdaderamente fantástica de ocultarle su país a los mexicanos* (2). En síntesis, podemos decir que al funcionar como primer poder, los medios han construido por décadas un modelo dominante de comunicación que se ha caracterizado por ser vertical, hermético a la sociedad civil, autoritario, por dar voz y participación a una minoría, y silencio y marginación a la mayoría social.

II.- LOS TIEMPOS OFICIALES Y LA PARTICIPACION SOCIAL

Dentro de éste contexto de iniquidades históricas de participación social en los medios de información el Estado mexicano abrió un pequeño espacio de participación colectiva en los mismos a partir de aceptar legalmente la existencia de tiempos oficiales en la ley. Así, por una parte, a partir del texto de la Ley Federal de Radio y Televisión del 19 de enero de 1960 se señala en el Título IV, artículo 59 que "las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión" (3).

Complementariamente a esto en el Título V, artículo 90 se indica que "se crea un organismo dependiente de la Secretaría de Gobernación denominado Consejo Nacional de Radio y Televisión, integrado por un representante de dicha Secretaría que fungirá como Presidente, uno de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, otro de la Secretaría de Educación Pública, otro de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, dos de la Industria de Radio y Televisión y dos de los trabajadores"(4).

Por otro lado, el 1 de julio de 1969 se publica en el Diario Oficial de la Federación el acuerdo administrativo por el cual el Poder Ejecutivo, representado por el Presidente Díaz Ordaz, aprueba en la Ley de Ingresos de Federación "la existencia de un impuesto especial del 12.5 % a las empresas que funcionen al amparo de concesiones federales para el uso de bienes del dominio directo de la nación, en los casos en que la actividad haya sido considerada de interés público por la ley" (5). Dicho impuesto en los medios electrónicos se permitió por el Estado mexicano que se pagara en especie, con uso de tiempo en los mismos (6). Así, el contribuyente cumplía poniendo a disposición del Estado el 12.5 % del tiempo de su programación, no acumulable, ni diferible (7).

Sin embargo, no obstante la existencia oficial de dichos espacios informativos para la participación ciudadana, "en los hechos nunca se usó la totalidad de ese tiempo. Cuando más fue

utilizado en la época del Presidente Luis Echeverría, apenas se cubría un 30 % del total. En los sexenios recientes esa disposición ha quedado reducida a casi nada. Y aún así, en la elecciones presidenciales de junio del 2000, la Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) negó al Instituto Federal Electoral (IFE) colocar sus mensajes en ese tiempo. En contraste, las campañas publicitarias gubernamentales se pagan al mismo tiempo que se desperdicia el tiempo fiscal" (8).

En los pocos casos que se han empleado estos espacios del Estado éstos ha sido empleados básicamente para la promoción de las necesidades burocráticas o políticas de los gobiernos y funcionarios en turno, con distribución discrecional de los mismos y no para la intervención de las comunidades. Es decir, históricamente el Estado mexicano no ha aceptado poner al servicio de la sociedad los tiempos oficiales, sino cuando los ha empleado los la orientado para el fortalecimiento del proyecto del sistema unipartidista del Partido Revolucionario Institucional (PRI) que duró 7 décadas en México.

Como remate a este esquema hermético, a principios del nuevo gobierno panista de transición del Presidente Vicente Fox, la Cámara de la Industria de Radio y Televisión "se apresta a combatir el tiempo fiscal hasta suprimirlo ... argumentando que el impuesto es confiscatorio y por lo tanto inconstitucional. Quizás no tenga necesidad de hacerlo, pues la ley que le da origen es refrendada anualmente, por su naturaleza tributaria. Bastaría con que en diciembre próximo ya no se la incluya en la miscelánea fiscal para que este impuesto se eliminara" (9).

IV.- COMUNICACION SOCIAL Y REFORMA DEL ESTADO MEXICANO

No obstante que los medios de información se han convertido en el primer poder y que por décadas ha prevalecido en éstos un modelo de comunicación cerrado, vertical y autoritario, en términos legales, su operación ha quedado históricamente enormemente descuidada por el Estado mexicano y la sociedad civil. Así, durante varias décadas han abandonado su comportamiento a un funcionamiento, por un lado, autocrático, espontáneo e incluso caprichoso de los intereses de los grandes propietarios que los operan; y por otro, a la dinámica de la "Mano Invisible" de los voraces principios de la acumulación mercado, sin una cuidadosa legislación actualizada que normatize dicha

operación en favor de los intereses de los grandes grupos sociales.

Cuando más, el Estado Mexicano ha delimitado a nivel constitucional una vaga normatividad para la operación de estos medios, pero sin actualizarla a los grandes desafíos tecnológicos, políticos y sociales de la sociedad mexicana de finales del siglo XX. Esto ha colocado internacionalmente a México como "uno de los siete países con el marco jurídico más atrasados en materia de comunicación, solo equiparable a Libia, Irak, Katar, y Cuba; y por debajo de naciones como Paraguay, Colombia y Guatemala" (10).

Por ejemplo, la **Ley de Imprenta** data de 1917 cuando fue promulgada por el entonces presidente Venustiano Carranza en un marco de conflicto social posrevolucionario y conlleva un espíritu represivo hacia la libertad de expresión. Por otra parte, pese a que la radio empieza a funcionar desde la década de los años 30s. y la televisión desde los años 50s., la **Ley Federal de Radio y Televisión** se creó hasta el 19 de enero de 1960 con el gobierno del Presidente Adolfo López Mateos y quedó atravesada por el vicio de la discrecionalidad política, especialmente presidencial, para ejercer los procesos informativos. De igual forma, el Reglamento de la **Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica Relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión**, se aplican hasta el 4 de abril de 1973.

Así, las precarias, vacías, contradictorias y obsoletas bases jurídicas en materia de comunicación social con que cuenta la Constitución Política mexicana al final del siglo XX, han debilitado la estructura y frontera del estado mexicano y de la cultura nacional. Con ello, se ha desprotegido los derechos de la población mexicana y se ha beneficiado a la estructura del poder monopólico y transnacional en el país.

Dentro de este marco histórico, con el fin de intentar actualizar dicha normatividad y modernizar la reforma del Estado en materia de comunicación social, de 1994 al año 2,000 el gobierno y algunos sectores de la dirigencia privada mexicana en turno organizaron en diversos momentos distintas consultas públicas y acuerdos políticos sobre comunicación y cultura.

Entre los principales espacios de participación social que se realizaron por parte del Estado, figuraron, entre otros, los siguientes 11 eventos nacionales e internacionales:

1. La **Consulta Popular sobre Medios de Comunicación para la Elaboración del Plan Nacional de Desarrollo 1994-2000**, organizado de octubre a diciembre de 1994 por la Presidencia de la República y la Secretaría de Gobernación.
2. La **Consulta Pública en Materia de Comunicación Social de la Cámara de Diputados**, organizada en junio y julio de 1995 por la LVI Legislatura de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión.
3. La **Consulta Abierta de la Cámara de Senadores sobre Comunicación Social**, organizada por el Senado de la República en septiembre de 1995.
4. La **Consulta Pública sobre Política y Legislación Cultural del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA)**, organizada en febrero de 1996 por la Comisión de Cultura de la LVI Legislatura de la Cámara de Diputados.
5. La **Reforma Política del Estado Mexicano y la Comunicación Social**, organizada de enero a agosto de 1996 por los principales partidos políticos y la Secretaría de Gobernación, con el fin de actualizar y renovar a través de todas estas acciones el sistema de cultura y de comunicación colectiva en nuestra nación.
6. El foro denominado **Los Desafíos de la Comunicación Social en la Ciudad de México**, convocado por la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (Iª Legislatura) el 12 y 13 de marzo de 1998.
7. La **Iª Conferencia Internacional sobre "El Derecho de la Información en el Marco de la Reforma del Estado en México"** organizada por la Cámara de Diputados de la LVII Legislatura, la Comisión de Radio Televisión y Cinematografía (RTC), la Fundación Konrad Adenauer-Stiftung, la Universidad Iberoamericana (UIA), la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) y la UNESCO, en el Palacio Legislativo de San Lázaro, del 6 al 9 de mayo de 1998.

8. El **Foro de Libertad de Expresión y Responsabilidad Social** organizado por la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) el 20 y 21 de julio de 1998 en el World Trade Center de la Ciudad de México.
9. La **Conferencia Internacional Sobre Etica y Autorregulación de los Medios al Fin de Milenio** organizada por la UNESCO, la Fundación Konrad Adenauer-Stiftung y Universidad Iberoamericana (UIA) el 21 y 22 de octubre de 1998 en el Palacio de Bellas Artes en México, D.F.
10. La **II Conferencia Internacional Sobre los Medios Públicos de Comunicación en el Marco de la Reforma del Estado en México**, organizada por la LVII Legislatura de la Cámara de Diputados, la Fundación Konrad Adenauer, la UNESCO, el Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), FELAFACS, la Universidad Autónoma Metropolitana, la UIA y la Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales del 19 al 21 de mayo de 1999 en el Palacio Legislativo de San Lázaro.
11. Finalmente, la **III Conferencia Internacional Sobre Medios de Comunicación y Procesos Electorales. Un Compromiso Para el Futuro**, organizada por la LVII Legislatura de la Cámara de Diputados, la Fundación Konrad Adenauer, el Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), la Federación Latinoamericana de facultades de Comunicación Social (FELAFACS), la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), la Universidad Iberoamericana (UIA) y la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI) el 3 y 4 de mayo del 2000 en el Palacio Legislativo de San Lázaro.

La presencia de estos todos estos espacios de participación social permitieron la exposición pública de múltiples diagnósticos y propuestas de todos los sectores sociales para la transformación del programa de comunicación y cultura del Estado mexicano. Así, a lo largo de la celebración de los 11 eventos públicos nacionales para la discusión del proyecto de comunicación colectiva del país, se presentaron en conjunto más de 15,349 diagnósticos y propuestas de todos los sectores de la

sociedad civil, política, gubernamental, empresarial y estatal del la República Mexicana para la transformación del Estado en materia de información colectiva.

Dichas propuestas oscilaron desde la instauración del derecho de réplica en los medios, la formación del Código de Ética Periodística, la creación de la figura del Ombudsman de la Comunicación Colectiva, prohibir la existencia de monopolios comunicativos, suprimir los mecanismos directos y velados de censura, los procesos de autorregulación empresarial; hasta la revisión del otorgamiento de las concesiones, la apertura de los espacios comunicativos para la participación de la sociedad civil, la creación de un Consejo Nacional de Medios de Comunicación, la modificación total de la actual normatividad en materia de comunicación social, la ampliación de la red de medios culturales, el fortalecimiento de los medios de servicio público, el aprovechamiento democrático del 12.5 % del tiempo oficial en los medios, etc.

En relación al uso de los tiempos oficiales se plantearon múltiples propuestas, dentro de las cuales destacaron por su carácter reiterativo con mucho énfasis, los siguientes aspectos (11):

1.- Es conveniente aprovechar los tiempos del Estado para permitir que se realice el Derecho a la Información consagrados en el artículo 6º y 7º constitucionales.

2.- A través de los tiempos del Estado se deben crear canales abiertos de participación que generen la existencia de un proceso de comunicación municipal, estatal y federal entre el gobierno y la sociedad.

3.- Para cumplir con su misión democrática, es necesario que el Estado garantice la participación de la sociedad civil dentro de los tiempos oficiales.

4.- Es necesario reglamentar y reestructurar el uso y distribución de los 30 minutos diarios de que el Estado dispone (Tiempo oficial), de manera que estos sean utilizados real y efectivamente por los distintos grupos, organizaciones civiles instituciones educativas y culturales de nuestra sociedad y por los tres niveles de gobierno: federal, estatal y municipal.

5.- El 12.5 % del tiempo fiscal sea pagado en efectivo, se descentralice y se aproveche mediante convenios en los horarios preferenciales, por ejemplo triple A.

6.- El 12.5 % sea usado por organizaciones civiles y no sólo para campañas gubernamentales o de partidos políticos.

7.- Los tiempos oficiales deben crear espacios que concreten permanentemente el Derecho de Réplica de la población en los canales de difusión.

8.- Tradicionalmente los tiempos oficiales del Estado se han distribuido discrecionalmente por parte de la Secretaría de Gobernación a través del Consejo Nacional de Radio y Televisión que se ha convertido fundamentalmente en la promoción de figuras políticas del sistema o apoyo a los proyectos burocráticos del gobierno en turno.

9.- El tiempo oficial que le corresponde al Estado se ha desperdiciado sistemáticamente a lo largo de varios años, con lo cual se pierden impuestos y espacios de presencia estatal.

10.- La población discapacitada debe tener acceso preferencial dentro de los tiempos del Estado.

Sin embargo, pese a esta enorme cantidad de participaciones ciudadanas para intentar transformar el sistema de comunicación nacional se ha demostrado que los diagnósticos, las demandas e iniciativas fundamentales de políticas de comunicación, especialmente sobre los tiempos oficiales, que ha presentado la sociedad mexicana para la transformación del Estado nacional, vía los Foros, los Seminarios y las Consultas Públicas, han sido negadas, menospreciadas, desconocidas y marginadas por la esfera del poder. Con ello, una vez más, vuelve a surgir la profunda desilusión y desencanto de la sociedad civil para considerar que los espacios de "apertura" que ha creado el Estado sean los conductos viables para la transformación de los medios de comunicación nacionales.

No obstante esta gran tendencia cancelatoria del gobierno sobre los planteamientos civiles en materia de comunicación se observa que de todo el cúmulo de propuestas presentadas por la sociedad mexicana en los múltiples foros abiertos de consulta pública, la

única iniciativa que parcialmente prosperó, y con muchísimos obstáculos, fue la propuesta de "Ley Federal de Comunicación Social y el Proyecto de Ley Reglamentaria de los Artículos 6 y 7 Constitucionales en Materia de Libertad de Expresión y Derecho a la Información" preparada por la Comisión de Radio Televisión y Cinematografía (RTC) de la XLVI Legislatura de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión y que fue sido retomada por la XLVII Legislatura del Congreso para discutirla y perfeccionarla (12).

Sin embargo, para evitar avanzar en este terreno estratégico de reglamentación al Derecho a la Información el sector mas conservador del Estado y los empresarios de los medios de información en conjunto crearon a través de sus propios canales de difusión masiva campañas permanentes de satanización y boicot a dichas iniciativas democráticas de la sociedad civil, argumentando artificialmente la existencia de un conflicto entre libertad de expresión y reglamentación de la misma.

De esta forma, ninguno de los reclamos básicos de la sociedad civil han sido contemplados en el proyecto comunicativo del mercado y del poder al final del siglo XX. Con ello, el Estado ha desconocido permanentemente que en la sociedad de final de milenio los medios de información colectivos son la base de existencia de lo público, y que por consiguiente, dichas instituciones deben ser normados por la sociedad en su conjunto, y no sólo por los intereses fenicios del mercado o los ambiciosos e ilimitados intereses del poder.

Ante ello, podemos decir que todos estos espacios públicos generados por el gobierno modernizador de finales del siglo XX, más que servir para el enriquecimiento y la ampliación de las políticas de comunicación de un proyecto de crecimiento democrático y humanizador, operaron como un sistema de legitimación de los intereses verticales del Estado y del poder en este terreno. En este sentido, una vez más, la comunidad nacional vivimos un gran estrategia gubernamental de burla y manipulación social para reforzar el proyecto autoritario del Estado y del poder en materia de información colectiva, con lo que se ha acrecentado el desencanto y la frustración de la sociedad civil para creer en el Estado como una plataforma desde la cual se puedan transformar los medios de difusión.

Así, a principios del nuevo milenio se vuelve a repetir la misma

historia de petrificación y antidemocracia del Estado mexicano en materia de comunicación social que la sociedad mexicana ha vivido desde la década de los años 70s. Hay que recordar que el resultado de todas las consultas populares desde 1970 a la fecha han concluido con el mismo resultado de "no encontrarle la cuadratura al círculo", y por lo tanto, no transformar el actual marco normativo de la comunicación social, permitiendo que continúe gobernando el mismo orden cerrado, viciado, discrecional e impune de los procesos comunicativos.

En éste sentido la estructura de la comunicación social vigila, juzga y fiscaliza todas las áreas del funcionamiento de nuestra sociedad y le pide el rendimiento de cuentas; pero es el único poder que en la práctica política no queda supervisado por el interés colectivo.

Esta realidad refleja que al concluir el siglo y comenzar el nuevo milenio en el campo de la comunicación y la cultura continuamos estando ante un Estado feudal, sordo, insensible y prepotente que no comprende los latidos del corazón del México Profundo que demanda democracia, apertura y pluralismo en materia de comunicación social. Estado Feudal mexicano que como en la Edad Media, vía el rígido control de los medios de comunicación públicos, no permite la participación de los grandes grupos en los procesos masivos de construcción de la conciencia social.

De esta forma, podemos decir que *al no considerar los principales diagnósticos y propuestas que presentó el despertar del sector civil para transformar la esfera pública de la conciencia nacional vía los medios de comunicación colectivos, el Estado mexicano no renovó su proyecto de comunicación colectiva para enfrentar los desafíos elementales de la sociedad mexicana de finales del siglo XX.* Con ello, el Estado mexicano "moderno" cuenta con menos bases de representatividad social, y en consecuencia, es cada vez menos rector nacional en el campo de la moral colectiva, acelerando con ello su debilidad y descomposición estructural.

En este sentido, aunque el gobierno ha creado una gran campaña propagandista para difundir que el Estado mexicano se ha transformado en todos sus niveles, hasta el momento podemos afirmar que la reforma del Estado mexicano no se ha realizado, pues por falta de voluntad política no se ha establecido un nuevo

pacto de relación entre medios de comunicación y sociedad a través de la creación de una nueva normatividad jurídica sobre los mismos. Con ello, todo el proceso de la reforma del Estado mexicano ha quedado profundamente vulnerada porque la democratización de la comunicación es el principio que democratiza todos los otros procesos de la vida cotidiana y colectiva.

Debemos de considerar que para que se pueda consolidar la reforma del Estado mexicano se requiere la indispensable transformación democrática profunda de las estructuras de información y comunicación masivas, ya que son estos espacios los que se han convertido en el Primer Poder contemporáneo desde el cual se organiza, moviliza, articula y dirige, diaria y principalmente, de manera colectiva a los habitantes de la nación (13). Debido a su peso central sobre la dirección de la nación, en una sociedad democrática los principales poderes siempre deben estar supervisados y reglamentados por la sociedad en su conjunto.

Con la autorización deliberada de estas omisiones político-legales en la década de los 90s. el Estado mexicano permitió, una vez mas, que los voraces intereses del capital y del poder que permanentemente construyen en nuestro país una cultura salvaje y de la desmovilización social vía el funcionamiento libertino de los medios de comunicación, sean protegidos por el actual marco normativo de las industrias culturales. Así, cada vez mas la dinámica de las leyes del mercado rebasan los intereses colectivos de nuestro Estado Nación para fortalecer el proyecto de desarrollo equilibrado y promueven la realización de las bárbaras leyes del capital en el campo de la cultura y la conciencia social.

Ante este horizonte de cerrazón estatal para la democratización informativa, nos enfrentamos al delicado panorama político en el que los grandes grupos sociales no cuentan con espacios de expresión dentro de estos para expresar sus necesidades, problemáticas, demandas y soluciones. Frente a ello, se observa la tendencia creciente de que los movimientos sociales en emergencia continúen creando sus propios procesos clandestinos de comunicación colectivos, que derivarán, tarde o temprano, en la construcción de un nuevo Estado Ampliado paralelo al oficial, con el consecuente acrecentamiento de nuestra crisis de hegemonía nacional. Ejemplo de ello han sido el surgimiento

temporal de los medios contra estatales como "Televerdad", "Radio Vampiro" y "Radio Pirata" y las intervenciones guerrilleras que se dan a través de Internet.

Es por ello, que ante el próximo gobierno es necesario repensar que hacer en términos políticos para crear otro proyecto colectivo de comunicación social que si rescate el espíritu de estos planteamientos esenciales para democratizar a la sociedad mexicana.

IV.- HACIA UNA NUEVA POLITICA DE PARTICIPACION SOCIAL EN LOS MEDIOS DE INFORMACION COLECTIVOS

El modelo de desarrollo modernizador que gradualmente ha adoptado México al final del siglo XX con el Tratado de Libre Comercio en sus estructuras culturales para incorporarse al nuevo orden mundial surgido después de la guerra fría, basado mayoritariamente en el supuesto del "poder regulatorio mágico" de la **"Mano Invisible"** del mercado para dirigir la participación social; ha comprobado en una década sus enormes limitaciones y las bárbaras deformaciones humanas que ha producido. Ejemplo de ello, han sido la drástica devaluación del peso, la brutal fugas de capitales, el colapso agropecuario, la bárbara destrucción ecológica en todo el territorio nacional, la incontenible corrupción, el agudo desempleo, la marcada reducción de nuestro nivel de calidad de vida, el aumento de la incredulidad institucional, la crisis de esperanza de la juventud, el aumento de la violencia, etc.

Por ello, después del fracaso de dicho modelo ahora se requiere la búsqueda e implementación de nuevas políticas, especialmente de cultura y comunicación, para lograr la participación de la sociedad a través de otros procesos de información y contribuir, con ello, a resolver las agudas contradicciones mentales que limitan el crecimiento equilibrado de nuestra nación.

En este sentido, es fundamental sustituir dentro del contexto de la modernidad la idea de crear un **"Estado Mínimo"** o **"Ultra Mínimo"** en el área cultural de México a través de la adopción indiscriminada de la política del **"laissez faire informativo"**; para ahora introducir la concepción estratégica del **"Nuevo Estado Básico para la Sobrevivencia Social"** sin el cual no podrán

construirse un orden civilizatorio superior que mantenga las condiciones elementales de la convivencia en comunidad, especialmente, en la medida en que en el país somos crecientemente sociedades de masas cada vez mayores (14). "Nuevo Estado Básico para la Supervivencia Social" que no se limite a ejercer la labor meramente vigilancia policiaca, de atención a las urgencias inmediatas, de cubrir el servicio de recolección de basura, asistencia de los bomberos, etc., sino sobretodo que haga posible la participación democrática de la población en los procesos de creación de cultura y comunicación colectivos. Es decir, una comunicación de Estado al servicio del hombre y no el hombre al servicio del mercado, vía la información.

Es por esto, que ante el nivel límite de evolución en el que nos encontramos como civilización nacional y frente a la creciente realidad de establecer la "Iniciativa del Mercado" en el campo de la cultura y la comunicación colectiva del país, debemos considerar que así como una cantidad de actividades estratégicas para el desarrollo del Estado Mexicano no pueden dejarse en manos del sector mercantil, a riesgo de que desaparezcan como es el caso de la medicina preventiva, la generación del transporte urbano público, el impulsar a la ciencia básica, la producción de infraestructura urbana (15), etc; así tampoco puede delegarse a éste la construcción de una **"Cultura Social para la Supervivencia Nacional"**. Esto debido, a que aunque, paradójicamente, a largo plazo, la planificación cultural es la inversión económica más rentable que existe en México, a corto plazo, no es lucrativa dentro de los criterios de "ganancia pecuniaria" y de corto plazo que establece la actual concepción neoliberal de la vida.

Por ejemplo, la formación de una cultura ecológica, de una cultura de conservación de las especies que componen la conservación de las cadenas de reproducción de la vida, de una cultura de la defensa de los ancianos, de una cultura del cuidado del Planeta Tierra, de una cultura de la convivencia civil, de una cultura de revaloración de lo nacional, de una cultura de la promoción de la vida, etc. que son niveles de cerebralidad mínimos que requerimos construir y conservar para sobrevivir en sociedad de masas cada vez mayores; tendrán que ser creadas por el Estado y la sociedad civil, ya que para el sector mercantil no es rentable efectuarla.

Ante este panorama de creciente desigualdad comunicativa y espiritual que se establece con la aplicación del modelo de mercado del Tratado de Libre Comercio en nuestra República, es necesario que el Estado mexicano cree las condiciones de otro equilibrio cultural a través de la elaboración de una **"Nueva Política de Cultura y Comunicación Social para la Supervivencia Nacional"**, que actualmente no existe y se requiere urgentemente para coexistir. Para ello, hay que considerar que así como en el campo económico el Estado reprivatizó la banca estatal y paralelamente impulsó la banca de desarrollo para apoyar a los sectores más desfavorecidos, o que así como vendió empresas públicas para destinar fondos a los proyectos de equilibrio social vía el "Programa Nacional de Solidaridad" (16); ahora, es necesario que así como ha permitido crecientemente el juego de los principios del mercado en el área cultural, se apoye la dinámica de **"Equilibrio de la Comunicación Social"** que surge desde las necesidades de expresión y participación ideológica más apremiantes de los grupos mayoritarios del país.

Con ello, se podrán rescatar los aspectos positivos que ofrece la economía de mercado en el campo cultural, como son la eficiencia, la competitividad, la libertad individual, la apertura de mercados, la adopción de nuevos financiamientos, etc; y al mismo tiempo se aplicarán los contrapesos culturales de nivelación mental necesarios para sobrevivir que no están incluidos en el frío cálculo económico neoliberal. Frente a esto es imprescindible considerar que la práctica del libre juego de las fuerzas culturales y comunicativas, no generan automáticamente un proceso de comunicación superior; sino que para lograrlo se requiere la presencia y la acción de procesos sociales planificadores, con alto nivel de participación de la sociedad civil (17). Contrapesos planificadores que no sean burocráticos, estatistas, paternalistas o populistas; pero que si vinculen globalmente los principales requerimientos de desarrollo social con la dinámica de producción cultural e informativa.

De lo contrario, los grandes límites naturales, que por sí misma, fija la economía de mercado sobre las dinámicas comunicativas, generarán más contradicciones culturales que las pretende resolver por la acción de la oferta y la demanda; y que sólo podrán ser resueltas con la introducción de la **"Racionalidad de la Comunicación Social"** en el campo de lo público. De no

construirse esta política de equilibrio en el área comunicativa y cultural, cada vez más, se vivirá el profundo divorcio existente entre necesidades materiales y espirituales de crecimiento social y la formación de la cerebralidad colectiva para resolverlas.

Es por ello, que ante el próximo gobierno es necesario repensar que hacer en términos políticos para crear otro proyecto colectivo de democratización de la comunicación social que permita que los medios de información se orienten hacia el desarrollo de nuestra conciencia para resolver nuestros conflictos de crecimiento; pues el proceso de la globalización mundial nos lleva a la creación de un nuevo orden cultural que modifica los contenidos y las fronteras ideológicas de los actuales Estados nacionales. De no efectuar esto, el alma cultural de nuestra sociedad correrá el gran riesgo de quedar sepultada por los nuevos espejismos de la modernidad y sus derivados simbólicos parasitarios de ésta nueva fase del desarrollo de la sociedad capitalista internacional.

De aquí, la enorme importancia que la sociedad civil presione a las Comisiones de Cultura y de Comunicación Social de la Cámara de Diputados del LVIII Período Legislativo para reglamentar con gran profundidad la operación de dichos medios de comunicación, pues en última instancia no se está legislando sobre simples instituciones de esparcimiento, diversión o información; sino sobre un fenómeno central de transformación y ampliación cotidiana de la estructura del Estado Mexicano y de la conciencia nacional.

Debemos reconocer, que la Reforma del Estado en materia de comunicación, no es una reforma jurídica mas para modernizar al Estado mexicano; sino que por su naturaleza vertebral que cruza todos los ámbitos de la vida comunitaria y cotidiana, es la reforma mas importante de la sociedad mexicana de principios del siglo XXI, pues es a partir de esta renovación como se determinarán las vías que modificarán o no los procesos para construir la conciencia colectiva nacional de final de milenio. De ello dependerá si se crean las bases político-sociales para generar una conciencia para el avance de la República o para su retroceso mental, social y civilizatorio en el nuevo siglo.

Para avanzar en la reforma del Estado mexicano, construir la **"Nueva Política de Cultura y Comunicación Social para la Sobrevivencia Nacional"** y ampliar las bases de la democracia;

el nuevo gobierno federal deberá realizar, entre otras, las siguientes acciones para modificar la relación entre tiempos oficiales, Estado y participación social:

1.- El Estado debe rescatar su función rectora en el campo de la comunicación frente a la dinámica salvaje que han alcanzado las fuerzas del mercado en éste terreno, para construir a través de los tiempos gubernamentales un nuevo proyecto de información nacional basado en la participación de las comunidades.

2.- Es necesario discutir públicamente en el Congreso de la Unión y en los diversos sectores de la sociedad civil con que políticas aplicar el uso de los diversos tiempos oficiales para construir con estos dentro de la actual infraestructura de medios comercial-privados un amplio sistema de Medios de Comunicación de Estado de Servicio Público. Esto significaría contar con un gran frente de medios de servicio público con alta penetración y con un mínimo de inversión del Estado y de la sociedad.

3.- A diferencia de la propuesta de los concesionarios de los medios de información que plantean que el 12.5 % del tiempo oficial debe desaparecer, "se debería revisarlo en un marco general de necesidades sociales de difusión del Estado y la sociedad mexicana. Esta industria debe cubrir un gravamen especial puesto que opera bajo concesión, que es el privilegio de actuar no en un mercado libre, sino cerrado. Si cualquiera pudiera participar en la radio y la televisión, si no se requiriera una autorización específica que se otorga a muy pocos, esa industria sería como cualquier otra. Pero el régimen de concesiones le da una peculiaridad que debe y puede reflejarse fiscalmente" (18).

4.- Se requiere terminar con la distribución discrecional de los tiempos oficiales del Estado por parte de la Secretaría de Gobernación a través del Consejo Nacional de Radio y Televisión. Para ello, se propone, entre otros:

A.- Que la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) de la Cámara de Diputados y de la Cámara de Senadores de la XLVIII Legislatura vigilen sistemática y rigurosamente el otorgamiento de dichos espacios.

B.- Que el actual Consejo Nacional de Radio y Televisión añada entre sus miembros a dos representantes de la sociedad civil organizada y a dos representantes del sector académico vinculado con la investigación y el análisis de los medios de información.

5.- Es imperativo a través del aprovechamiento del 12.5% de los tiempos oficiales que el Estado fortalezca y amplíe el esquema de medios de comunicación de servicio público para cumplir con su función de rector nacional y equilibrar el funcionamiento del modelo de comunicación de mercado.

6.- Debe revisarse la práctica que considera al 12.5 % de tiempo como no acumulable, para que el tiempo no usado se pueda recuperar y por lo tanto, evitar que no se pierda el impuesto que se paga en especie.

7.- Debido a la crisis y al rezago educativo en el país, las instituciones educativas y culturales deben tener un acceso preferencial a los tiempos oficiales en los medios de información para promover la educación y la cultura nacionales.

8.- A mediano plazo el 12.5 % de impuesto que los concesionarios pagan en especie lo deberán pagar en efectivo y el monto recuperado debería ser orientado para crear un fondo de apoyo a los medios de servicio público. Es importante considerar que "la obligación no cumplida de pagar en especie, sin más, significa consagrar una exención que los concesionarios ganaron desde siempre. Es oportuno plantear que el pago en especie se sustituya por un pago en efectivo, y aún es posible concebir un régimen mixto, en que el estado continúe disponiendo de tiempos en radio y televisión para usarlos directamente y para compartirlos con la sociedad" (19).

9.- El Estado debe abrir la participación de la sociedad civil organizada en los tiempos oficiales ya que son espacios que se otorgan en las concesiones que la sociedad en su conjunto le delega al Estado para que éste los administre en base al bien común. En este sentido es importante puntualizar que en la medida en que las organizaciones sociales cuenten con tiempos en los medios de comunicación electrónicos se evitará la presencia de tantas manifestaciones callejeras que todos los días suceden en las principales ciudades del país y que implican pérdidas económicas, cierre de empresas y comercios,

destrucción de bienes, caos vial, ingobernabilidad, caos urbano, irritación ciudadana, aumento del stress y pérdida de la calidad de vida en la población. *La sociedad toma permanentemente las calles del país por no tener espacios de expresión en los medios de difusión colectivos.*

10.- Se requiere rescatar y ampliar vía los tiempos oficiales los pocos espacios que se han dedicado a la difusión y construcción de valores plurales y cívicos vía los medios de comunicación de masas, y proponer alternativas para impulsar la edificación de una cultura cívico-democrática más madura en nuestro país.

11.- Finalmente, mediante el empleo de los tiempos fiscales es necesario rescatar y preservar la memoria histórica de nuestra sociedad como parte del Derecho a la Información.

De no avanzar sobre este horizonte en el próximo gobierno, encontraremos que en plena fase de modernización nacional con los Tratados de Libre Comercio se habrán modificado las estructuras económicas, políticas, jurídicas, tecnológicas, etc. de nuestra sociedad; pero no se habrán transformado las estructuras mentales profundas que, en última instancia, son las que sostienen y le dan vida a nuestra comunidad.

Bajo estas circunstancias la sociedad mexicana estará avanzando con los "ojos vendados" por un precipicio muy pelagroso y dentro de algunos años veremos y sufriremos las consecuencias devastadoras que habrá dejado sobre nuestra conciencia y comportamientos colectivos la presencia del funcionamiento desregulado de la lógica de mercado en el terreno cultural y espiritual de nuestro país.

V.- **NOTAS.**

- (1) Participación de los movimientos sociales, vía los medios de comunicación:

CUADRO No. 1.

DIAGRAMA DE PARTICIPACION DE LOS MOVIMIENTOS SOCIALES EN MEXICO A TRAVES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

MAYOR APERTURA A LA PARTICIPACION SOCIAL

MENOR APERTURA A LA PARTICIPACION SOCIAL

(+) (-)

MEDIOS ----- NUEVAS ----- CINE --- RADIO --- TELEVISION ---- NUEVAS
 IMPRESOS TECNOLOGIAS Y VIDEO TECNOLOGIAS
 LIGERAS PESADAS.

(Prensa, revistas y folletos) (Videocasete, computadoras personales, Compac disk, etc.) (Satélites de comunicaciones)

- (2) Expresión del Lic. Virgilio Caballero Pedraza.
- (3) Ley Federal de Radio y Televisión y su Reglamento, Comisión de Radio Televisión y Cinematografía, LVII Legislatura, H. Cámara de Diputados, D.F. junio del 2000, pagina 28 y 29.
- (4) Ley Federal de Radio y Televisión y su Reglamento, Comisión de Radio Televisión y Cinematografía, LVII Legislatura, H. Cámara de Diputados, D.F. junio del 2000, pagina 36 y 37.
- (5) Doce y Medio Por Ciento, Miguel Ángel Granados Chapa , Plaza Pública, Periódico Reforma, México, D. F., 9 de noviembre del 2000, pagina 7 - A.
- (6) Fátima Fernández Christlieb, Los Nuevos Tiempos Fiscales y Legales: Una Responsabilidad Compartida Entre Estado y

- Sociedad, en: Hacia la Normatividad de los Medios de Comunicación, José G. Zamarripa (Compilador), Grupo Parlamentario del PRD, Cámara de Diputados, LVI Legislatura, Congreso de la Unión, México, D.F., 1997, páginas 153.
- (7) Doce y Medio Por Ciento, Miguel Ángel Granados Chapa , Plaza Pública, Periódico Reforma, México, D. F., 9 de noviembre del 2000, pagina 7 - A.
- (8) Doce y Medio Por Ciento, Miguel Ángel Granados Chapa , Plaza Pública, Periódico Reforma, México, D. F., 9 de noviembre del 2000, pagina 7 - A.
- (9) Doce y Medio Por Ciento, Miguel Ángel Granados Chapa , Plaza Pública, Periódico Reforma, México, D. F., 9 de noviembre del 2000, pagina 7 - A.
- (10) México, entre las siete países con las leyes mas atrasada en materia de comunicación, El Financiero 24 de abril de 1998.
- (11) Consulta Pública en Materia de Comunicación Social, Primera Etapa: Relatoría de Foros Regionales de Consulta (Versión Preliminar), Comisión Especial de Comunicación Social, LVI, Legislatura, H. Cámara de Diputados, México, D.F., 25 de octubre de 1995, pagina 73 a 224.
- (12) Iniciativa de Ley de Comunicación Social. Proyecto de Ley reglamentaria de los Artículos 6º y 7º Constitucionales en Materia de Libertad de Expresión y Derecho a la Información, Comisión de Radio Televisión y Cinematografía (RTC) de la XLVII Legislatura, Honorable Cámara de Diputados, Congreso de la Unión, México, D.F., marzo de 1998.
- (13) Ikram Antaki, conceptos expresados por la escritora en la conferencia de prensa, foro sobre Libertad de Expresión y Responsabilidad Social, Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), World Trade Center, México, D.F., 21 de julio de 1998.
- (14) En el TLC el mercado fijará precios a los básicos, Excélsior, 27 de marzo de 1992; ¿ De qué sirve la democracia si pervive el mercantilismo en América Latina ?, Excélsior,, 3 de junio de 1992; Está en duda que el mercado solucionará mágicamente

los problemas económicos, El Financiero, 26 de noviembre de 1993.

- (15) Sí al neoestatismo para guiar y no remplazar al mercado, Excélsior, 13 de abril de 1992; Corrige J. Major a M. Thatcher y fortalece al Estado Benefactor, Excélsior, 15 de julio de 1992; Profundo rechazo en Wall Street a Clinton. Temor a un incremento de tasas de interés e inflación, El Financiero, 13 de noviembre de 1992; El Neointervencionismo Estatal, El Financiero, 23 de noviembre de 1992; Clinton: ¿ Un nuevo Liberalismo Social ?, El Financiero, 24 de noviembre de 1992; Clinton, intervencionista astuto si concilia Estado y mercado, Excélsior, 26 de noviembre de 1992.

La aplicación del liberalismo a ultranza en Estados Unidos durante más de 15 años provocó que una pequeña minoría se enriqueciera desproporcionada ente, mientras la mayoría social se convirtiera en más pobre, sin encontrar en el "paraíso capitalista" la felicidad prometida. De igual forma, la implementación durante varios años de la dinámica de la "mano invisible" en Inglaterra descuidó la educación pública al grado que en 1992 sólo el 34 % de los jóvenes entre 16 y 18 años gozaban de un sistema de capacitación, contra 47 % en Alemania y 66 % en Francia. El Neoliberalismo continúa haciendo "agua" en Estados Unidos, El Universal, 2 de octubre de 1993.

- (16) Liberalismo social, nuestra filosofía; Contra Estatismo y Neoliberalismo absorbente, El Financiero, 5 de marzo de 1992. El liberalismo social, Excélsior, 7 de marzo de 1992; El liberalismo social: Nuestro camino, Uno Más Uno, 8 de marzo de 1992; ¿ Neoliberalismo social ?, Uno Más Uno, 11 de marzo de 1992; Entre la política y la economía. La condición de los serviles, Excélsior, 13 de marzo de 1992; El liberalismo social fortalece la soberanía, Uno Más Uno, 1º de marzo de 1992; Recursos a los marginados con mecanismos de mercado, Excélsior, 14 de marzo de 1992; Que del liberalismo, Uno Más Uno, 17 de marzo de 1992; De nuevo sobre el liberalismo, Uno Más Uno, 10 de marzo de 1992; El liberalismo social se vive con el Pronasol, Excélsior, 21 de marzo de 1992; Ni la soberanía es obsoleta, ni existe un modelo único, Excélsior, 22 de marzo de 1992.

- (17) Requiere la sociedad actual de una nueva revolución científica, Uno Más Uno, 31 de marzo de 1992.
- (18) Doce y Medio Por Ciento, Miguel Ángel Granados Chapa, Plaza Pública, Periódico Reforma, México, D. F., 9 de noviembre del 2000, pagina 7 - A.
- (19) Doce y Medio Por Ciento, Miguel Ángel Granados Chapa, Plaza Pública, Periódico Reforma, México, D. F., 9 de noviembre del 2000, pagina 7 - A

Introducción

Las elecciones de 2000 en México, han dejado claro que el procedimiento de hacer campaña política en el país ha cambiado sustancialmente. Se trata de un momento que es resultado del cambio de escenario en la comunicación política. Este ya no se opera en las plazas públicas, en la calle, en las asambleas y sindicatos de manera pacífica. Hoy la mediación de la radio y la televisión se ha vuelto indispensable. Tiene el efecto que se puede afirmar, después de analizar las campañas electorales que por lo pronto y en el futuro inmediato ya no habrá elecciones cuya difusión o sea organizada por medios electrónicos.

La transformación de radio y televisión como medios para las campañas ha marcado un hito en la historia, ya que estos medios que obedecen a códigos de ley que regulan su funcionamiento, por lo tanto, se han convertido en un espacio público para quienes quieren ser escuchados y vistos. Este espacio público es el resultado de la transformación de los medios de comunicación en un espacio público que permite la participación de los ciudadanos en la vida política del país.

Esta edición consta de 150 ejemplares.
Impresa en Producciones p. World, S.A. de C.V.
Pensylvania # 44,
Col. Parque San Andrés,
C.P. 04440, México, D.F.
Tel. 5696 7414
Tel. y Fax 5549 7187 y 5689 5926
E-mail: printing_world@yahoo.com
printingworld@hotmail.com