

00461
3



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y
SOCIALES
DIVISION DE ESTUDIOS DE POSGRADO

LA IMPORTANCIA DE LA INFORMACION EN LA
ERA DE LA MUNDIALIZACION (PROPUESTA
DE CREACION DE UNA SECRETARIA DE
INFORMACION EN MEXICO)

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN RELACIONES INTERNACIONALES

P R E S E N T A

CARLOS EDUARDO LEVY VAZQUEZ

ASESOR DE TESIS: DR.
EDMUNDO HERNANDEZ VELA-SALGADO

AGOSTO DE 2000

281831



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

VOTOS RAZONADOS EMITIDOS POR LOS SINODALES



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES
CENTRO DE INVESTIGACIONES SOBRE AMÉRICA DEL NORTE

Núm. Oficio: FCPS/IIS/CISAN/PPCPS/304/2000
ASUNTO: Propuesta de Jurado para Examen de
Grado (Maestría).

BIOL. FRANCISCO JAVIER INCERA UGALDE
Jefe de la Unidad de Administración de Posgrado
Presente.

Remito a usted los votos aprobatorios de la tesis sobre el tema "LA IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN EN LA ERA DE LA MUNDIALIZACIÓN (PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA SECRETARÍA DE INFORMACIÓN EN MÉXICO)", para optar por el grado de Maestría en Relaciones Internacionales, del alumno CARLOS EDUARDO LEVY VÁZQUEZ.

PRESIDENTE: DR. EDMUNDO HERNÁNDEZ-VELA SALGADO
VOCAL: DRA. MARÍA DE LOURDES ROMERO ALVAREZ
SECRETARIO: DRA. MARÍA DEL CARMEN CARMONA LARA
SUPLENTE: DRA. DELIA CROVI DRUETTA
SUPLENTE: DR. DAVID M. VEGA VERA

A T E N T A M E N T E
"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU"
Ciudad Universitaria, D.F., a 19 de julio de 2000

LA COORDINADORA DEL PROGRAMA


DRA. JUDIT BOKSER MISSES (



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

CIUDAD UNIVERSITARIA CODIGO POSTAL 04510 MEXICO, D. F.

DIVISION DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

5 de julio de 2000

Lic. Laura Hernández Arteaga
Secretaria Académica
P r e s e n t e .

Estimada Lic. Hernández:

Me complace comunicar a usted mi **Voto Aprobatorio** de la tesis de **Maestría en Relaciones Internacionales** que presenta *el Lic. Carlos Eduardo Levy Vázquez* sobre *La importancia de la información en la era de la mundialización (Propuesta de creación de una Secretaría de Información en México)*.

Dicha tesis es una muy seria y original investigación sobre un tema de sobresaliente interés y actualidad nacional de repercusión internacional, consistentemente planteada y desarrollada, de excelente adecuación teórico-metodológica, basada en las fuentes apropiadas, y que aporta interesantes y útiles conclusiones, culminando satisfactoriamente los objetivos propuestos al sustentar en forma vigorosa y convincente la propuesta que le da origen.

Con la confianza de que este dictamen razonado le sea de utilidad, Lic. Hernández, aprovecho la oportunidad para saludarla con el afecto de siempre.

A t e n t a m e n t e ,
"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU"

Dr. Edmundo Hernández-Vela S.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS

Circuito Maestro Matío de la Cueva s/n, Ciudad Universitaria
Delegación Coyoacán, 04510 México, D. F. Fax (52-5) 665-2193

Ciudad Universitaria, Coyoacán, a 4 de julio de 2000

Lic. Laura Hernández Arteaga
Secretaría Académica
Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
UNAM

PRESENTE

Estimada Lic. Hernández:

Agradeciendo la honrosa invitación para participar como Sinodal en el proceso de revisión de la tesis que presenta **CARLOS EDUARDO LEVY VÁZQUEZ**, sobre el tema "**LA IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN EN LA ERA DE LA MUNDIALIZACIÓN (PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA SECRETARÍA DE INFORMACIÓN EN MÉXICO)**", para optar por el grado de **Maestría en Relaciones Internacionales**, siguiendo sus instrucciones y atendiendo a la legislación universitaria me permito extender mi:

**DICTAMEN RAZONADO
APROBATORIO**

Fundo el presente dictamen en las siguientes consideraciones:

1. La propuesta teórico metodológica del trabajo a los requisitos de la temática, es la adecuada debido a que a partir de un diagnóstico de la situación que guarda el trinomio información - comunicación - gobierno, ante el contexto de la mundialización se ubica la situación en tiempo y espacio. En el primer caso se parte del análisis de los procesos de información y mundialización en la década de los noventas para situarla en el caso mexicano. Posteriormente en el análisis del caso se hace un recuento interesante del proceso de comunicación social del gobierno mexicano para concluir con una propuesta institucional.
2. Los seguimientos de la investigación se consideran los pertinentes ya que a partir de la postura metodológica se va del análisis general del proceso de mundialización al estudio del caso mexicano dando un importante seguimiento a ambos procesos.
3. La pertinencia del tema en relación con la especialidad y al grado en el que se lograron los objetivos originales de la investigación es también la adecuada, debido a que la relación del caso mexicano con el ámbito internacional y un proceso que ocurre en el campo de las relaciones internacionales en el tema de la información, es fundamental y se logra con la investigación que se llevó a cabo de una manera sistemática y que permite fundamentar la propuesta.
4. La propuesta de crear una institución ad hoc en el gobierno mexicano es muy interesante sobre todo en el momento en que el proceso de mundialización de la información requiere de establecer la posición de nuestro país en estos temas.

Aprovecho la ocasión para externar una felicitación que espero que por su conducto se la hagan llegar al tesista y a la Facultad por estar formando recursos humanos con la calidad y excelencia académica que requiere nuestra querida Universidad.

Con mis atentos saludos, quedo ante sus apreciables ordenes.

Mra del Carmen L. Carmona L.
Dra. María del Carmen Carmona Lara
Investigadora
Instituto de Investigaciones Jurídicas
UNAM

DRA. JUDITH BOKSER

Coordinadora del Programa de Posgrado
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM
P r e s e n t e

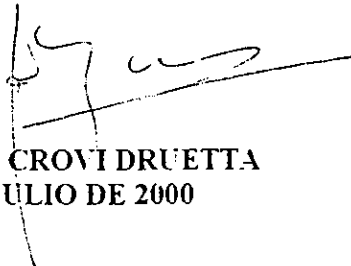
El motivo de la presente es informarle que he revisado la tesis titulada **LA IMPORTANCIA DE LA INFORMACION EN LA ERA DE LA MUNDIALIZACION (PROPUESTA DE CREACION DE UNA SECRETARIA DE INFORMACION EN MEXICO)**, que ha desarrollado el licenciado **Carlos Eduardo Levy Vázquez**, para obtener el grado de **Maestro en Relaciones Internacionales**.

Como lo enuncia desde su título, el propósito de esta tesis es proponer la creación de una Secretaría de Información en México, capaz de reunir las funciones que sobre este tema realiza el Estado en el contexto de la actual globalización (mundialización para el autor de la tesis). Para justificar su propuesta el Lic. Levy analiza la relación del gobierno con la información durante la década de los noventa, contexto que le permite establecer en el último capítulo del trabajo, las características que debería tener dicha Secretaría de Información.

Más allá de la viabilidad política de la propuesta que formula el Lic. Levy, considero que su trabajo está correctamente sustentado y su estructura así como los aspectos metodológicos, son los adecuados. Por lo anterior, doy mi **VOTO APROBATORIO** a la mencionada tesis a fin de que su autor proceda a realizar su defensa en examen oral.

Sin otro particular, hago propicia esta ocasión para enviarle un saludo cordial.

A T E N T A M E N T E



DRA. DELLA CROVI DRUETTA
C.U., 18 DE JULIO DE 2000

David M. Vega Vera
Doctor en Derecho

LIC. LAURA HERNÁNDEZ ARTEAGA,
SECRETARIA ACADÉMICA
PROGRAMA DE POSGRADO
EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES,
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES,
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.
P R E S E N T E .

Estimada licenciada Hernández Arteaga:

En respuesta a su atento escrito en el que se me invita a participar como sinodal propietario del jurado, en el proceso de revisión de la tesis que presenta el licenciado CARLOS EDUARDO LEVY VÁZQUEZ sobre el tema "LA IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN EN LA ERA DE LA MUNDIALIZACIÓN (PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA SECRETARÍA DE INFORMACIÓN EN MÉXICO)" para optar por el grado de Maestría en Relaciones Internacionales, y en el cual se me solicita la formulación de un dictamen razonado sobre el trabajo del sustentante, sirva este medio para exponer lo siguiente:

Para la realización de su tesis de grado, el licenciado Levy Vázquez empleó los métodos inductivo, deductivo, histórico y analítico-sintético. Dividió su investigación en tres capítulos, conclusiones y bibliografía.

En el capítulo primero, llamado "El trinomio información-comunicación-gobierno en la década de los noventas", plantea las nociones generales sobre información, comunicación social, medios de comunicación y su función social, y la evolución que ha tenido el trinomio información-comunicación-gobierno en un mundo globalizado. Analiza también el proceso de comunicación del gobierno en la sociedad mexicana.

Este planteamiento le sirve de base para desarrollar la investigación. El licenciado Levy Vázquez relaciona y aplica el método histórico para analizar los antecedentes de la comunicación social, en su evolución y surgimiento, y expone el marco jurídico para su organización política, social y jurisdiccional. El objeto del capítulo es lograr una comprensión acerca de la situación actual de la comunicación social y el papel que desempeña el aparato gubernamental en la comunicación social. El licenciado Levy Vázquez justifica dando conceptos y definiciones, la necesidad de reformar el proceso de comunicación del gobierno dentro de la sociedad mexicana.

Dentro del segundo capítulo, titulado: "El gobierno mexicano en el proceso de la comunicación social", el autor investigó las relaciones entre gobierno mexicano y sociedad, los roles del partido oficial en el proceso de la comunicación social y la construcción de una cultura ciudadana, destacando el papel que el PRI juega en ese proceso.

Investigó asimismo la política de comunicación social en las últimas tres administraciones, empleando la investigación de campo para confirmar y analizar su tesis e hizo un muestreo en el que da a conocer la opinión de la población en cuanto a la política de difusión e información del Gobierno Federal. El sustentante, ocupando métodos deductivos e inductivos descubre la fragilidad con la que se construye la cultura ciudadana.

En el capítulo tercero llamado "Propuesta de creación de la Secretaría de Información de México", el licenciado Levy Vázquez propone la creación de una Secretaría de Información del gobierno mexicano, sustentando su propuesta en la apreciación de que "el flujo de información y el ejercicio de la crítica, por lo menos en los últimos 20 años, es tan intenso que el gobierno no puede renunciar a una magna tarea de elaborar y comunicar socialmente la información de su gestión, su visión de los problemas y la explicación de sus decisiones más trascendentes". El no hacerlo podría conducir a un estado de deslegitimación del propio gobierno "en la medida que el terreno material de los medios y el espacio de las ideas es copado por rumorólogos, columnistas de la intriga, comunicadores sin ética y opositores de todo tipo al gobierno".

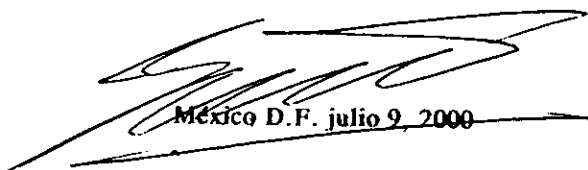
David M. Vega Vera
Doctor en Derecho

En este capítulo plantea también el análisis de los objetivos que dicha secretaría debe cumplir, siendo los principales el aglutinar y continuar con la información que genere el gobierno a nivel nacional e internacional y señala el marco jurídico, las atribuciones, estructura, alcances y límites de esta propuesta.

En las Conclusiones, el autor propone establecer un sistema de información puntual, objetivo, imparcial, analítico y veraz, como respuesta al avance tecnológico, que en el último medio siglo ha cambiado notablemente las expectativas de la comunicación, y a modificar sus reglas. Propone una reforma integral al sistema de información en México con la creación de la Secretaría de Información, que ya existe en otras naciones.

Considerando la metodología aplicada, las conclusiones, el material que aporta la investigación de campo, las proposiciones y la bibliografía consultada, otorgo mi dictamen razonado y aprobatorio al trabajo del licenciado CARLOS LEVY VÁZQUEZ, quien cumple formalmente con el objeto planteado en su investigación.

ATENTAMENTE.



México D.F. julio 9, 2000

María de Lourdes Romero Álvarez

Avenida México 5525 Casa 4.

16030 México, D. F.

México.

Teléfono particular 56 53 38 12

Correo electrónico marcosen@prodigy.net.mx

19 de julio de 2000

Licenciada Laura Hernández Arteaga
Secretaria Académica de la División
el Programa del Posgrado de la FCPS.

En respuesta a su solicitud, le informo que he revisado cuidadosamente el trabajo de tesis titulado *La importancia de la información en la era de la mundialización (Propuesta de creación de una Secretaría de Información en México)* que presenta el licenciado Carlos Eduardo Levy Vázquez para optar por el grado de Maestro en Relaciones internacionales.

El licenciado Levy Vázquez propone, en su tesis, elevar a 'Secretaría de Estado la actual Subsecretaría de Comunicación Social del Gobierno Federal; pues, desde su punto de vista, con la creación de esta nueva Secretaría, se evitará que la información que proporciona el Gobierno Federal sea dispersa y confusa, situación que permite a personas físicas y morales opinar contrariamente al interés nacional poniendo en entredicho al Gobierno Federal, por la falta de información de este último.

Para lograr su objetivo, el licenciado Levy Vázquez se enfrentó a una tarea de investigación ardua y meticulosa para la cual empleo la metodología adecuada para el tema tratado. Para hacer una propuesta sólida, el pasante investigó sobre la política de comunicación de las tres últimas administraciones gubernamentales del país. También, realizó una investigación de campo con la finalidad de conocer la opinión de la población en cuanto a la información oficial que difunde el gobierno federal. Por último, analizó la información sobre el tema tratado en el periódico Excélsior.

Para demostrar el rigor científico que se utilizó en la investigación, a lrespecto quisiera sugerir los siguiente: sería importante que se explicara la metodología que se utilizó para seleccionar y aplicar la muestra. También sería conveniente que fuera más convincente la explicación de porqué sólo hizo el análisis de un diario y no de otros;

María de Lourdes Romero Álvarez

Avenida México 5525 Casa 4.

16030 México, D. F.

México.

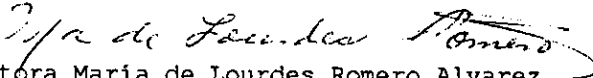
Teléfono particular 56 53 38 12

Correo electrónico marcosen@prodigy.net.mx

así como también que presentara las categorías que utilizó en su análisis.

En suma, el resultado de esta investigación nos proporciona un trabajo serio, interdisciplinario y bien documentado. Por lo anterior, considero valiosa la propuesta del licenciado Levy Vázquez y no tengo ningún inconveniente en otorgar mi VOTO APROBATORIO al trabajo del pasante. Sin otro particular y en espera de que mi colaboración sea de utilidad, le envío un cordial saludo.

Atentamente


Doctora María de Lourdes Romero Álvarez

**LA IMPORTANCIA DE LA INFORMACION
EN LA ERA DE LA MUNDIALIZACION
(PROPUESTA DE CREACION DE
UNA SECRETARIA DE INFORMACION EN MEXICO)**

INDICE

Introducción.	1
1. El trinomio información-comunicación-gobierno en la década de los noventas.	9
1.1. La información en la comunicación social.	9
1.1.1. El concepto de información en la década de los noventas.	11
1.1.2. La información en el contexto de la mundialización.	13
1.1.3. La importancia de la comunicación como necesidad actual.	15
1.1.4. La comunicación como proceso social.	17
1.1.5. La función social de los medios de comunicación.	19
1.2. La información gubernamental en el proceso de la comunicación dentro de la sociedad mexicana.	21
1.2.1. La comunicación dentro del sistema político.	27
1.2.2. La información y el control político.	31
1.2.3. La regulación jurídica de la comunicación social.	33
1.3. El papel del aparato gubernamental en la comunicación social.	38
1.3.1. La connotación actual de gobierno en la sociedad mexicana.	40
1.3.2. Los controles gubernamentales.	40
1.3.2.1. El control de las fuerzas políticas y económicas	42
1.3.2.2. El condicionamiento del derecho de información	44
1.3.2.3. La libertad de información bajo la óptica gubernamental	46
2. El gobierno mexicano en el proceso de la comunicación social.	47
2.1. El gobierno mexicano y su relación con la sociedad	47
2.1.1. Los roles del partido oficial en el proceso de la comunicación social.	57
2.1.2. La construcción de una cultura ciudadana como resultado de la acción social de la comunicación.	65
2.2. Las directrices del proceso de la comunicación social en las últimas administraciones gubernamentales de México.	69
2.2.1. La comunicación social en la administración del Lic. Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988)	75
2.2.2. La comunicación social en la administración del Lic. Carlos Salinas de Gortari (1988-1994)	86

2.3.	La evolución y los alcances de la comunicación social en la administración del Dr. Ernesto Zedillo Ponce de León. (1994-2000)	107
2.3.1.	Bienestar de la familia.	110
2.3.2.	El sistema de comunicación social.	112
2.4.	El análisis de la información oficial -nacional e internacional- dada a conocer a la sociedad mexicana durante el mes de agosto de 1998.	126
2.4.1.	En el periódico Excélsior.	128
2.4.2.	Las opiniones del público en general (sondeo representativo) sobre la información oficial que difunde el Gobierno Federal.	132
3.	Propuesta de creación de la Secretaría de Información de México.	142
3.1.	Justificación	142
3.2.	Objetivos	147
3.2.1.	Generales	147
3.2.2.	Específicos	148
3.3.	Marco jurídico	150
3.4.	Atribuciones	157
3.5.	Estructura	159
3.6.	Alcances y límites	160
4.	Conclusiones	167
	Bibliografía	173
	Hemerografía	181
	Documentos	183
	Anexos (Total: 12 anexos)	183-A
	Copia de los votos razonados de los miembros del jurado.	197

Introducción.

Motivado siempre por el estudio de las Relaciones Internacionales, he podido apreciar que la comunicación es una de las herramientas básicas e indispensables que debe manejar el internacionalista.

Lo anterior fue uno de los puntos básicos que desarrollé en la tesis de licenciatura titulada "*La influencia cultural norteamericana en México a través de la comunicación impresa (periódicos y revistas)*", la cual sustenté en diciembre de 1974.

A raíz de esa investigación y los cambios habidos en el ámbito nacional e internacional, fundamentalmente en lo que a información se refiere, me he visto comprometido a realizar este proyecto por la preocupación constante que siempre he manifestado por conocer el uso y fin que hacen de la comunicación ya no sólo las grandes agencias de información internacionales, sino los gobiernos y, en este caso, el gobierno mexicano.

Aunque las últimas administraciones han realizado una serie de adecuaciones y cambios a la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, aún existen vacíos dentro de la estructura orgánica, lo que ha impedido que se resuelvan, eficaz y eficientemente, complejos problemas no sólo económicos, sino políticos y sociales.

Los ajustes realizados a la ley citada, no consideraron evitar las duplicaciones y simplificar estructuras, fundamentalmente en el ámbito de la comunicación social. De aquí resulta importante analizar el papel del gobierno federal, a partir de dichos cambios (y aún más desde la creación de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República) en lo que a comunicación social respecta.

Por las características del sistema político mexicano, resulta evidente la importancia de la comunicación social, en todas sus manifestaciones.

No es un secreto señalar que la sociedad mexicana no conoce en forma clara, precisa y expedita, ya no digamos las leyes, decretos, acuerdos y reglamentos a nivel federal, ó las facultades de las instituciones, sus modalidades de creación y funcionamiento, sino que desconoce, en gran medida, acciones de interés general -presentes o futuras-, así como decisiones o posturas del Gobierno Federal, y si se llega a enterar de ellas, lo hace a través de canales no adecuados (prensa, radio y televisión -privados o concesionados, locales o foráneos) que se ha visto que sólo sirven para satisfacer las necesidades e intereses de las minorías, traicionando en ocasiones al interés nacional -sin importar el costo social-, llegando al extremo de servir a intereses extranjeros y emitiendo juicios o apreciaciones que sólo confunden, crean inquietud y llegan a causar pánico en la población.

Por lo anterior, resulta imprescindible el hecho de que el Gobierno mexicano sea quien marque una auténtica política de comunicación social y no otros, y si actualmente se da lo contrario, **es debido a la desorganización existente en el aparato gubernamental en ese ámbito.**

Frecuentemente el Gobierno Federal, al emitir alguna información a través de sus diversos canales de comunicación, lo hace por medio de un 'boletín de prensa', en forma escueta y confusa. En ocasiones, estos 'boletines' son antagónicos entre sí, lo que provoca mayor duda e incertidumbre.

Ante esa coyuntura, se presenta la figura de Estados Unidos. Este país siempre ha poseído mayor información sobre México, que nuestro propio Gobierno, provocando que sea EE.UU. (a través de sus canales públicos o privados) quien primero informe sobre problemas, acuerdos, convenios, sucesos, estadísticas, etc. respecto a nuestro país, dando a

conocer su postura, posición o punto de vista al respecto -el cual siempre ha sido contrario a nuestros intereses. Esta 'información' no sólo la dan a conocer a su público, sino que también a otros, creando una falsa imagen de nuestra situación, en su propio beneficio.

Todos los países necesitan vitalmente de la información. En un país bien informado se puede obrar en libertad y dar fuerza y fundamento a sus instituciones democráticas. En un sistema de gobierno como el nuestro, republicano, democrático, representativo y federal, se tiene la obligación de informar a la población de todos los actos que haya realizado, esté desarrollando o pretenda llevar a cabo el gobierno.

El gobierno mexicano debe tomar en cuenta que la información siempre será uno de sus elementos indispensables para consolidar el nacionalismo, las convicciones políticas y morales y para orientar a los individuos a adoptar una posición de interés nacional, con el objeto de hacer frente a las agresiones hacia nuestro país por parte de canales de difusión extranjeros -principalmente las provenientes de EE.UU.

Todo lo anterior nos lleva al establecimiento de las siguientes hipótesis (entre las principales):

- Es necesario que el Gobierno mexicano organice la información y la comunicación social, creando una SECRETARIA DE INFORMACION, dependiente del Poder Ejecutivo Federal.

- Respetando la libertad de expresión, consagrada en nuestra Carta Magna, el gobierno debe participar activamente, junto con el pueblo, en una auténtica y democrática comunicación social. La forma como actualmente se da, dista mucho de esta afirmación, porque sólo existe un monólogo (del Gobierno) y un receptor condicionado a ser pasivo, porque cualquier intento de 'diálogo' siempre se ha diluido de inmediato, al hacer caso

omiso el primero de las proposiciones, críticas y peticiones del segundo (el pueblo). Con la creación de la Secretaría de Información, organizando, centralizando y analizando datos, estadística e información en general, el propio Gobierno contaría con un apoyo coherente y, de proponérselo, eficaz y eficiente, tanto para la toma de decisiones como para su propia retroalimentación.

- Con la creación de la Secretaría de Información, el Gobierno podrá consolidar una cultura política, entendiendo a ésta como un sistema de valores, creencias y símbolos, que deberá forzosamente definir la situación en la que se desarrolla la acción política.

- Con su creación, se pretende convertir la compleja estructura burocrática que ha desarrollado la Administración Pública en el ámbito de la comunicación social, en un instrumento con responsabilidades claras y precisas que evite la duplicación de funciones y que permita que las decisiones gubernamentales se traduzcan, efectivamente, en los resultados que demandan los habitantes de nuestro país (como lo dice la exposición de motivos de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal).

- A través de esta nueva Secretaría, se evitará que la información que proporcione el Gobierno Federal sea dispersa y confusa, porque esto es exactamente lo que se ha venido dando antes y ahora, provocando que personas (físicas y morales) sean las que opinen y expresen posiciones contrarias al interés nacional, poniendo en entredicho al propio Gobierno, en virtud de la abstinencia de información de este último.

- El Gobierno Federal, con esta Secretaría, podrá neutralizar y/o aminorar la influencia de los medios de información extranjeros hacia nuestro país y **empezar a gestar una verdadera política nacional de información.**

Por otra parte, hoy en día es común escuchar el término *globalización* * (lo correcto es mundialización) que de entrada nos evoca la comunidad mundial, su organización, funcionamiento y el cambio de vida social.

En el *Diccionario de Política Internacional*, su autor, Edmundo Hernández Vela Salgado, define *globalización* como “fenómenos de naturaleza o base física que abarcan todo el globo terráqueo, como el de las *telecomunicaciones* (q.v.), la *informática* (q.v.) y las redes de *información* (q.v.). Término inapropiado para referirse a los procesos de carácter eminentemente social de tendencia, alcance o extensión mundial, como el uso y contenido de las propias telecomunicaciones y redes de información, incluyendo *Internet* (q.v.) y la telaraña mundial de redes”. El mismo autor define *mundialización* como “proceso continuo y permanente, inherente a la humanidad y por lo tanto característico de su evolución y desarrollo, de extensión y generalización creciente y progresiva a todo el mundo de fenómenos de naturaleza eminentemente humana de muy diversa índole conforme van surgiendo en alguna parte del planeta, que actualmente ha alcanzado mayor notoriedad y significación debido a la aceleración e intensificación que le ha impreso los recientes adelantos científicos-tecnológicos, muy especialmente los enormes avances alcanzados en los campos de la *informática* (q.v.) y las *telecomunicaciones* (q.v.) y que se manifiesta esencialmente en la pretendida existencia formal de un mercado libre mundial y una sociedad de la información (q.v.) del mismo rango, e influye en la conducta, las relaciones y la toma de decisiones, políticas y acciones de los sujetos de la sociedad internacional. En la práctica, realmente, la mundialización, bautizada en Estados Unidos como *globalización* (q.v.) implica la ominosa expansión e imposición a nivel planetario, y más allá, por todos los medios posibles, del estilo de vida estadounidense, de sus percepciones, criterios e

(*) Entendida ésta como la interdependencia entre los países del mundo, provocada por el intercambio de bienes y servicios así como de los flujos internacionales de capitales, aunado al vertiginoso desarrollo y crecimiento de la ciencia y tecnología, de los medios de comunicación, de la manera como actualmente se difunde la información y la forma como ésta impacta a los habitantes en todos los países de la Tierra.

intereses, como un modelo o paradigma irreductible, en detrimento de las culturas, los valores y los principios propios de cada pueblo, continuando y consolidando la prevaleciente ominosa relación internacional de dominio-subordinación, desarrollo-subdesarrollo, contando siempre con la connivencia de las oligarquías y los grupos que de ello sea ven favorecidos económica y políticamente en cada país”.

Hay un elemento decisivo en este proceso de *'globalización'*: el perfeccionamiento de la técnica en el caso de los medios por el avance en la electrónica.

En poco tiempo, las provincias, naciones o regiones, así como las culturas y civilizaciones son permeadas y articuladas por los sistemas de información y comunicación agilizados por la electrónica.

En la *aldea global*, como la denomina Marshall McLuhan, además de las mercancías tradicionales se venden informaciones. Se fabrican informaciones como mercancías y son comercializadas a escala mundial. Las informaciones, los entretenimientos y las ideas son producidos, comercializados y consumidos como mercancías. Hoy pasamos, como dice Octavio Ianni en la *teoría de la globalización*, de la producción de artículos empaquetados al empaquetamiento de las informaciones.

Anteriormente se invadían los mercados extranjeros con mercancías, hoy se invaden culturas enteras con paquetes de informaciones, entretenimientos e ideas. Ante la instantaneidad de los nuevos medios de imagen y sonido, hasta el periódico resulta lento.

En este contexto México tiene la apremiante necesidad de adaptarse y adecuarse a la mundialización, sobre todo en cuanto a información y medios de comunicación se refiere, de ahí la razón de ser de esta investigación la cual pretende dar una visión panorámica de lo que es la comunicación social en las diferentes aristas que tienen relación con el Gobierno

Federal, principalmente, así como justificar y fundar la propuesta para la creación de una Secretaría de Información en México.

El trabajo se encuentra dividido en tres capítulos. El primero se ocupa en ubicar, definir y diferenciar el trinomio información-comunicación-gobierno en un mundo *globalizado*, así como analizar el proceso de comunicación del gobierno dentro de la sociedad mexicana, enfatizando el papel del aparato gubernamental en la comunicación social, especialmente porque desde el nacimiento de los medios los Estados siempre han buscado el control ya sea político o económico y, en algunos más, su regulación jurídica.

En el capítulo dos se presenta el actuar del gobierno mexicano en el proceso de la comunicación social destacando el papel que el partido en el poder <PRI> tiene en ese proceso hasta llegar a lo que aquí descubrimos como la construcción de una cultura ciudadana.

Es conveniente resaltar que, en ánimo de hacer una propuesta meditada y soportada en bases firmes, se investigó en qué consistió la política de comunicación de las tres últimas administraciones gubernamentales en nuestro país. También en este capítulo se muestran los resultados de una investigación de campo que se realizó para conocer la opinión de la población en cuanto a la información oficial que difunde el Gobierno Federal.

El capítulo 3 constituye la propuesta de creación de una Secretaría de Información en México. El capítulo se estructuró, en primer lugar, con la justificación del por qué se requiere en México de una Secretaría de Estado que aglutine y dé continuidad a la información que produce el Gobierno Federal a nivel nacional como internacional; y, posteriormente, se señalan cuáles deben ser los *objetivos, el marco jurídico, las atribuciones, la estructura* y los *alcances* de dicha Secretaría.

Concluimos señalando que algunos países (Alemania, El Vaticano, España –Secretaría de Comunicación-) cuentan dentro de su aparato gubernamental con un ministerio o secretaria de información, lo cual no sucede en México. Con una Secretaría de Información en nuestro país se podría tener el sentido de la integración, se conformaría una política nacional de información que defendiera y promoviera la cultura nacional, y a través de ella se manejaría y difundiría información objetiva, imparcial, analítica y veraz.

1. EL TRINOMIO INFORMACION-COMUNICACION-GOBIERNO EN LA DECADA DE LOS NOVENTAS.

1.1. La información en la comunicación social.

En la actual sociedad, es innegable que los medios informativos constituyen la máxima expresión de la comunicación colectiva. Por medio de ellos se realiza un permanente diálogo entre todas las fuerzas que operan en la sociedad.

La información, señala Jorge Xifra Heras “es una actividad social que persigue un fin específico.... Como tal fin social, refleja un *valor* y depara una *utilidad*... la información se manifiesta como un *bien*. Y el objetivo de este bien es el de servir al derecho fundamental de saber, de conocer, de estar al día”.¹

La *comunicación social*, por su parte, debe constituir un medio o instrumento para el ejercicio del derecho a la información. La comunicación social es “aquella dimensión de la comunicación humana que procura una interacción entre todos los miembros de la sociedad, mediante diversos instrumentos y sistemas, a través de los cuales se genera una multiplicación de los mensajes y una pluralidad de oportunidades para la participación y expresión de opiniones, tanto individuales como de grupos y organizaciones sociales”.²

Por otro lado, cualquier ley que trate de regular la *comunicación social*, debe tener como objetivos fundamentales:

¹ Jorge Xifra Heras. *La información. Análisis de una libertad frustrada*. p. 195

² Proyecto de Plan Nacional de Comunicación Social de 1980. Citado por Sergio López Ayllón. *El derecho a la información*. p. 107

- ◇ promover la democratización de las comunicaciones en todos sus niveles de operación y organización,
- ◇ fomentar el ejercicio del derecho a la información a través de la comunicación plural y participativa que coadyuve a la reafirmación de la conciencia social y la opinión pública,
- ◇ defender y fortalecer la cultura nacional, nuestras libertades, nuestra independencia, y los principios de nuestra política interior y exterior,
- ◇ procurar la integración de las distintas regiones del país,
- ◇ promover la participación del país en la comunidad internacional,
- ◇ regular la materia de agencias informativas nacionales e internacionales,
- ◇ y definir claramente la información gubernamental, señalando sus fines, objetivos y carácter de ésta.

Dentro de la *comunicación social*, la información gubernamental debe ser de carácter público e interés social y el Estado debe garantizar el acceso libre y oportuno a ésta.

En cuanto a la intervención y participación de la sociedad civil en demanda de mayores espacios de opinión y acción, ésta debe ser constante y con carácter de irrenunciable. Se debe de dar en forma organizada, con fundamentos sólidos y con objetivos claros, que busquen el beneficio y la satisfacción de las demandas de las mayorías.

Por otra parte, no podríamos entender el concepto de democracia si no existiera la libertad de expresión y la libertad de prensa, y si **el Estado no garantizase el derecho a la información**. En nuestro país, en los planes nacionales de desarrollo de cada administración sexenal debe hacerse el sólido y firme compromiso de respetar la manifestación de las ideas, así como respetar la libertad de escribir, de publicar y de proyectar cualquier materia, siendo el límite el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública.

1.1.1. El concepto de información en la década de los noventas.

Tenemos ya algunas décadas de estar viviendo tiempos de cambio y reto, de crisis interna y externa, de incertidumbre, de desconfianza, de ausencia de poder en muchos niveles y esferas, de competencias desleales, de mentiras y de falsas promesas.

Y esas crisis no han sido ni siguen siendo circunstanciales, porque las soluciones ya se hubieran dado. Los problemas que vivimos ya han afectado notablemente estructuras, hábitos de conducta y actitudes, que han hecho que las tomas de decisiones sean realizadas, la mayoría de las veces, sin tomar en cuenta a las mayorías. Los beneficiarios siempre han sido grupos pequeños -pero poderosos- que sólo defienden y protegen sus intereses de clase.

Hace falta un verdadero sistema que permita la integración e identificación de los mexicanos, así como su desarrollo social, permitiendo la comunicación entre las personas y facilitando la difusión cultural, educacional y de entretenimiento, informando veraz, adecuada, eficaz y expeditamente a la población.

En el aspecto infraestructural, la evolución de las comunicaciones está asociada a un acelerado avance tecnológico, lo que ha provocado una gran dependencia de nuestro país al exterior, generando una fuga importante de divisas por la creciente y desordenada importación de equipos y materiales. Lo anterior debemos aunarlo al hecho de que en materia de investigación y desarrollo tecnológico en telecomunicaciones en México seguimos muy mal; además, contamos con la principal limitante: la falta de personal capacitado y la deficiente coordinación entre el sector oficial educativo y los centros de investigación, la industria y los prestadores de servicio.

Asimismo, los mexicanos no somos ajenos a lo que está pasando en el 'mundo globalizado' en el que vivimos, pero poco podemos hacer para que los que tienen la conducción de

nuestro país escuchen las voces de las mayorías a fin de que despierten del letargo o que tomen conciencia de que la situación, en materia de información, no debe continuar dándose de la misma forma.

Para avalar lo anterior, retomemos lo que señaló en *Excélsior*, el 7 de octubre de 1998, el periodista Francisco Martín Moreno “Cuando los fundamentalistas mexicanos continúan negándose a privatizar la industria petroquímica porque semejante política económica equivale a la enajenación del Ángel de la Independencia (con todo y columna) o a la venta en condominio vertical del Palacio Nacional, ignoran que la verdadera nacionalización, el desvanecimiento de tradiciones y carísimos principios, la erosión de nuestra identidad nacional, así como la ‘globalización ideológica’, no se origina en la enajenación de un conjunto de fierros viejos y oxidados propiedad de un gobierno antes igual de obeso que ineficiente y corrupto que mantuvo descapitalizado a dicho sector paraestatal, sino que la auténtica pérdida de valores mexicanos se encuentra en la **penetración silenciosa de los medios de difusión extranjeros**..... Sí debe preocuparnos que los anuncios espectaculares estén en inglés, que el cine mexicano no proyecte nuestra realidad nacional ni aporte soluciones a nuestros conflictos, inercias y enfoques, que no arroje cubetadas de luz en nuestra problemática histórica y doméstica, que los medios extranjeros nos impidan vernos reflejados tal y como somos, a contraluz, así, sin más, sin maquillajes ni afeites ni embustes; que las películas extranjeras nos continúen escindiendo como nación proyectando problemas y dilemas ajenos a nuestra manera de ser, abordando temas de criminalidad, violencia urbana imitada, narcóticos, prostitución, asesinatos de menores y por menores, acribillamiento de personas en bares, restaurantes y estadios, pornografía pura, descomposición familiar...”³

³ Francisco Martín Moreno. “La Verdadera Desnacionalización”. *Excélsior*. México, 7 de Octubre de 1998, 1ª. pág. 1ª. y 2ª. columnas.

nuestro país escuchen las voces de las mayorías a fin de que despierten del letargo o que tomen conciencia de que la situación, en materia de información, no debe continuar dándose de la misma forma.

Para avalar lo anterior, retomemos lo que señaló en *Excélsior*, el 7 de octubre de 1998, el periodista Francisco Martín Moreno “Cuando los fundamentalistas mexicanos continúan negándose a privatizar la industria petroquímica porque semejante política económica equivale a la enajenación del Angel de la Independencia (con todo y columna) o a la venta en condominio vertical del Palacio Nacional, ignoran que la verdadera nacionalización, el desvanecimiento de tradiciones y carísimos principios, la erosión de nuestra identidad nacional, así como la ‘globalización ideológica’, no se origina en la enajenación de un conjunto de fierros viejos y oxidados propiedad de un gobierno antes igual de obeso que ineficiente y corrupto que mantuvo descapitalizado a dicho sector paraestatal, sino que la auténtica pérdida de valores mexicanos se encuentra en la **penetración silenciosa de los medios de difusión extranjeros**..... Si debe preocuparnos que los anuncios espectaculares estén en inglés, que el cine mexicano no proyecte nuestra realidad nacional ni aporte soluciones a nuestros conflictos, inercias y enfoques, que no arroje cubetadas de luz en nuestra problemática histórica y doméstica, que los medios extranjeros nos impidan vernos reflejados tal y como somos, a contraluz, así, sin más, sin maquillajes ni afeites ni embustes; que las películas extranjeras nos continúen escindiendo como nación proyectando problemas y dilemas ajenos a nuestra manera de ser, abordando temas de criminalidad, violencia urbana imitada, narcóticos, prostitución, asesinatos de menores y por menores, acribillamiento de personas en bares, restaurantes y estadios, pornografía pura, descomposición familiar...”³

³ Francisco Martín Moreno. “La Verdadera Desnacionalización”. *Excélsior*. México, 7 de Octubre de 1998, 1ª. pág. 1ª. y 2ª. columnas.

Duele decirlo, pero ése parece ser el concepto de información en la actualidad que han aceptado y aprobado nuestros gobernantes y/o los responsables de dirigir la política de información en nuestro país.

1.1.2. La información en el contexto de la mundialización.

Todo lo que ocurre en otras partes del mundo no sólo lo conocemos de inmediato, sino que también sus efectos nos llegan rápidamente (caídas de las bolsas de valores, devaluaciones, crisis, etc.). La información nos llega a través de la radio, televisión, fax, internet o prensa escrita. Pero pocas personas, realmente pocas, al escuchar, ver o leer una información, se hacen las siguientes preguntas: ¿quién generó la información? ¿qué tendencias tiene? ¿qué país o gobierno o agencia transnacional está atrás de ella? ¿qué quisieron que el mundo supiera y qué fue lo que ocultaron ?

La información, dentro de los países libres y democráticos, contribuye a formar opinión pública y permite que la sociedad se entere de **hechos** de interés general cuando ésta es manejada ética y honestamente por auténticos comunicadores quienes, finalmente, son los que impiden que muchos hechos permanezcan ocultos, en perjuicio **de una sociedad, cada día más ofendida, menos informada**, que sólo espera respeto y que se le informe con la verdad. La mayoría de los medios tergiversan la información para vender más, para manipular políticamente o para polemizar con otros medios.

Manuel Vázquez Montalbán señala que “a escala mundial pesa un *imperialismo informativo* ejercido por las grandes potencias. A escala nacional pesa un control de la información por parte del Estado, convirtiéndola en un *aparato ideológico* a su servicio. Hay opulencia en la cantidad de mensajes que pueden transmitirse, en la cantidad de medios de comunicación, y en la circulación de diarios y revistas, en el crecimiento de

receptores de radio y televisión, y en las cifras de la industria editorial. Pero esta opulencia presenta la sombra de la desigualdad internacional en la capacidad de comunicación; en la intencionalidad controladora, represiva, paralizadora de la mayor parte de la información mundial; en la supeditación del profesional de la información a la internacionalidad del “empresariado”, sea privado o estatal, y en la conversión del público en una mera entidad receptora, pasiva.....El desarrollo de los medios de comunicación de masas ha sido posible gracias a un desarrollo infraestructural propiciado por la urgencia de la demanda informativa. (Los medios) no desconocen hoy ni un rincón del planeta, aunque su factualidad dependa del grado de desarrollo general de las sociedades en que actúan”.⁴

Ahora bien, es indudable que, no obstante las crisis económicas, los países ricos son cada vez más ricos y los pobres cada vez más pobres. Y estos polos no se nos presentan arbitrariamente, porque uno está en función del otro.

Las naciones poderosas poseen un mayor índice de expansión industrial y son las generadoras de la tecnología de punta. En cambio, los países pobres dependen en gran medida (en importaciones y exportaciones) de los países ricos y se sujetan a las políticas que les marquen.

En el terreno de la información, las naciones ricas son las que más papel consumen, poseen más estaciones de radio, televisión, periódicos, revistas, etc., cubren casi todo el planeta con sus corresponsales y están siempre en todo evento o suceso que ocurra en la Tierra. Como las naciones pobres no pueden sostener corresponsales en todas partes, no les queda otra situación mas que comprar la información elaborada por los reporteros de las naciones poderosas, quienes, sabemos, redactan la noticia defendiendo los intereses de su país, o de su empresa, sin ponerse a mirar si ofenden, dañan o lastiman al gobierno o habitantes del país donde aconteció el suceso.

⁴ Manuel Vázquez Montalbán. *Las noticias y la información*. pp.108-109

Otra situación que estamos viendo sin que nadie se oponga o se les enfrente, es cuando los grandes emporios informativos hacen uso de la libertad de iniciativa en contradicción de la libertad de información, al tomar para sí los medios cuando el Estado no se apropia o no puede o no le interesa apropiarse de ellos.

Frente a la 'dictadura informativa' de las poderosas empresas transnacionales se escucha cada vez más fuerte y con más insistencia el grito de una mayor independencia nacional, donde el Estado, a través de mecanismos claros, viables y con la participación de las mayorías, difunda información que habitualmente no lo hacen los grandes medios, donde haya una interacción con los lectores, escuchas o televidentes.

Y ya no basta salir con nuevas propuestas que tengan poco alcance o poca calidad o metas sin planear. El problema de la mundialización (mal llamado por otros como globalización) es un fenómeno que si no se hace algo al respecto en materia de diseminación de información, a la larga nos transformaremos en un país maniatado y sometido al arbitrio y juicio de las grandes potencias. El Estado mexicano debe actuar ya, realizando acciones bien planeadas, serias, en grande, para terminar con el acoso noticioso internacional, difamante y doloso. A grandes males, grandes soluciones.

1.1.3. La importancia de la comunicación como necesidad actual.

Actualmente el ser humano maneja diversas herramientas que le permiten recibir o enviar información al instante, como es el caso del fax, del teléfono celular o de un aparato radiolocalizador (conocido más bien como 'viper'), hasta llegar al envío de correos electrónicos o 'navegar' por las páginas de internet, que empieza a desplazar, paulatinamente, a los periódicos, a las revistas, a la radio y, en cierto punto, a la televisión. El sistema internet, entre otras cuestiones, permite la interacción y la capacidad de obtener información de cualquier tema y de cualquier país, a la hora que sea.

Si es difícil imaginar un mundo sin comunicación, resulta también difícil imaginarnos un mundo sin medios de comunicación. El ser humano, cuando se comunica correctamente, puede llegar a evitar conflictos o llegar a alcanzar la paz. Cuando se usa la palabra o se utilizan los medios inadecuados, inescrupulosos o indebidamente, los que detentan los medios siempre lo harán defendiendo sus intereses de clase, ya sea a través de los medios oficiales o concesionados.

Desde siempre, para nadie es un secreto de que quien maneja y posee la información tiene el poder. Sólo ellos pueden difundir lo que les interesa que se difunda. Y la difunden a través de los medios que, lógicamente o paradójicamente, también son de su propiedad.

Con la comunicación se obtiene o se tiene acceso al conocimiento, así como a la cultura, a la educación, a la ciencia, al desarrollo, etc. Desde que existe el ser humano en la faz de la Tierra siempre se ha comunicado, de diversas formas, por diversos medios, pero siempre consiguiendo lo que busca.

Actualmente, en la República Mexicana, existen cientos de formas de comunicación, desde las muy rudimentarias, pero eficaces, que se dan en pequeñas poblaciones menores a 1,000 habitantes, hasta las que se utilizan en grandes ciudades. En las pequeñas comunidades, y tomemos el ejemplo de una campaña de vacunación o para alertar a la población sobre algún fenómeno climatológico (huracán) o natural (erupción de un volcán), la comunicación se da a través de la radio o por medio de sonidos colocados en algún automotor o en las partes altas de la población (escuela, parroquia, etc.). La población se enteraría de inmediato y gracias a esa forma de transmisión de mensajes o recomendaciones (aunado a la cadena de comunicación que se haría entre los que escucharon los mensajes y los que no), se podrían salvar decenas o centenas de vidas.

La comunicación que se da en las grandes ciudades es por todos nosotros conocida. Si tomamos como ejemplo la necesidad de comunicar a la población del área metropolitana del Distrito Federal sobre alguna contingencia ambiental y la decisión de las autoridades sobre las acciones que deberán acatar los habitantes de dicha zona, indudablemente, en primer lugar, la población se enteraría por medio de los mensajes radiofónicos, luego por los televisivos y, finalmente, a través de los periódicos y revistas. Otra parte de la población se enteraría por los mensajes que recibiera a través del fax o internet.

Basta el ejemplo anterior para darnos cuenta de que, sin comunicación, no hay avance, ni progreso, ni desarrollo.

1.1.4. La comunicación como proceso social.

La comunicación también es importante en los procesos sociales que desarrolla y en los que participa el ser humano. El binomio **comunicación-información**, en la actualidad, se ha convertido en una **necesidad verdaderamente social** para una persona o para un grupo de personas.

Roger Clause se señala que “hoy día la complejidad del mecanismo social, los lazos de complementación y de interdependencia, sean nacionales o internacionales, la inseguridad y las crisis; el proceso de democratización política, económica, social; la pérdida de las tradiciones; la propagación y la difusión de la cultura y de la educación, la concentración de masas y su adquisición de conciencia, todos estos factores y otros más, crean, alimentan, refuerzan la necesidad de una información que abarque todos los acontecimientos de actualidad, pues todos ellos pueden tener o simplemente se supone pueden ejercer una influencia directa o indirecta sobre la vida colectiva o personal de todos los hombres.....

Esta necesidad social de información es tanto más imperiosa y abarca colectividades tan grandes cuanto que la sociedad se complica y se sensibiliza”.⁵

Para que los procesos sociales se desarrollen y avancen armónicamente dentro de un ambiente de paz, democracia y prosperidad, los medios masivos también juegan un papel importante, y para ello deben comprender que el público demanda de ellos una mejor calidad en la comunicación y en la información que transmiten; que lleguen realmente al fondo de los asuntos que tratan; que equilibren la cantidad y calidad de las noticias económicas políticas y sociales que publican diariamente; que la información cultural sea ofrecida y comentada por gente conocedora; que publiquen aspectos sobre la vida, comportamiento, actitudes y valores de las sociedades que viven y se desarrollan en todas y cada una de las entidades federativas con que cuenta nuestro país; que se alleguen de verdaderos profesionistas en las corresponsalías que tienen dentro y fuera del país; y que la información que compren o les llegue por medio de acuerdos o convenios procedentes de agencia de noticias internacionales pasen por filtros (ejemplo, cuerpos colegiados, altamente calificados y responsables) que analicen los valores, dirección y pretensiones de cada nota periodística, ensayo o editorial.

Mientras mejor informada esté una persona, mejor podrá organizarse, protegerse y hasta tomar ventaja o mejores posiciones cuando compita por algo o contra alguien. Roger Clause bien señala que “lo que deseamos conocer y es preciso que conozcamos, son los ‘acontecimientos clave’ de la historia; son sobre todo los hechos cuyo grado de significación es el más alto, porque su desconocimiento nublaría toda visión correcta de las cosas que se desarrollan; son las noticias que, privadas de dichos acontecimientos, no nos ponen al alcance ni del **proceso ni del sentido de las funciones y de los valores sociales**; son estas informaciones básicas, estas ‘claves del saber’, como las llaman los pedagogos,

⁵ Roger Clause. *Bosquejo de una Sociología de la noticia*. p. 11

las que son significativas, no solamente en el momento en que se produce el hecho, sino también para una perspectiva futura, en el desenvolvimiento histórico”.⁶

1.1.5. La función social de los medios de comunicación.

La prensa, radio, televisión y el cine son los medios de comunicación social que se han integrado a la sociedad, formando parte del desarrollo cultural de los seres humanos. El objetivo principal de estos medios es la difusión de la información cotidiana.

Sobre los medios informativos, Jorge Xifra señala que “A través de ellos se realiza un diálogo permanente entre todas las fuerzas que operan en la sociedad. La prensa es el vehículo a través del cual se expresan el periodista, el escritor, el gobernante, pero al mismo tiempo es eco de las voces anónimas de un público que protesta, asiente o muestra sus reservas... La información es una **actividad social** que persigue un fin específico, dirigido a llenar un vacío ontológico del ser humano. Como tal **fin social**, refleja un *valor* y depara una *utilidad*. En otras palabras, la información se manifiesta como un bien. Y el objetivo de ese *bien* es el de servir al derecho fundamental de saber, de conocer, de estar al día, que justifica (...) la libertad de información”.⁷

Los medios de comunicación deben crear, afirmar o modificar, más nunca deformar valores, opiniones, funciones e ideologías en la realidad sociocultural del público receptor. La eficacia masiva de los medios de comunicación, así como sus destrezas y capacidades, no se cuestionan ni se ponen en duda, ni tampoco que, en cierta medida, han dado voz y lugar a las demandas y reclamos de una sociedad cada día más decepcionada, desilusionada y resentida.

⁶ *Ibidem.* pp. 38-39

⁷ Jorge Xifra Heras. *Op. cit.* p.195

Sabedores de que tienen una penetración y un alcance de grandes dimensiones, los medios deben de ser realistas, éticos, respetuosos y no contribuir a hacer más volátil e incierto el clima político, económico y social que desde décadas hemos padecido en México. La falta de corroboración y precisión de los mensajes puede dar lugar a un flujo de información falso, distorsionado y partidista. Es por ello que deben de hacer un gran esfuerzo para realizar un manejo informativo veraz y equilibrado y no confundir tolerancia y pluralismo ideológico de los medios con libertinaje e irresponsabilidad.

La sociedad cada día está más crítica y atenta a los intentos de manipulación proveniente del sector gubernamental o privado y está exigiendo un comportamiento informativo más profesional y comprometido, y que los medios adquieran compromisos expresos difundiendo los problemas y las dificultades asociados a la cuestión social. La desigualdad social, la pobreza, el reparto inequitativo de la riqueza, el desempleo, la salud, la vivienda, etc. son temas prioritarios que ningún medio debe de ignorar.

Porque, “más que abundar en reglamentaciones y procedimientos jurídicos, lo que urge es un ejercicio ético, transparente y responsable, de los medios; sólo así, a través de un nuevo quehacer, podrán conservar su principal patrimonio: la credibilidad. Por esa vía, los medios podrían también volverse vehículos formidables para la formación de una conciencia social solidaria, alimentada no del temor o la culpa, sino de una discusión rigurosa sobre las posibilidades y la necesidad de que esa conciencia se vuelva pronto un efectivo valor moderno”.⁸

⁸ Ma. Elena Vázquez Nava, et al. *“Reforma política y comunicación de masas”* en Participación ciudadana y control social. p. 232

1.2. La información gubernamental en el proceso de la comunicación dentro de la sociedad mexicana.

Con el propósito de comprender la competencia del gobierno federal en lo concerniente a la información que difunde, es necesario conocer el marco jurídico que lo rige. El 31 de Agosto de 1998, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación. El Artículo 2 de dicho ordenamiento señala “Para el estudio, planeación y despacho de sus asuntos, la Secretaría de Gobernación contará con los siguientes servidores públicos y unidades administrativas:

Secretario del Despacho

Subsecretario de Gobierno

Subsecretario de Desarrollo Político

Subsecretario de Asuntos Religiosos

Subsecretario de Población y de Servicios Migratorios

Subsecretario de Seguridad Pública

Subsecretario de Comunicación Social

Oficial Mayor

.....

Dirección General de Información y Difusión.

.....

Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía

Dirección General de Medios Impresos

.....

Dirección General de Comunicación Social Gubernamental

.....”.

El Artículo 5 señala que “Son facultades indelegables del Secretario:

.....
XXVII. Conducir la política de comunicación social del Gobierno Federal y las relaciones con los medios masivos de información.

XXVIII. Orientar, apoyar, coordinar, supervisar y evaluar los programas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

XXIX. Someter a la consideración del Presidente de la República las propuestas para reglamentar el aprovechamiento del tiempo que corresponde al Estado en los canales concesionados de radio y televisión”.

Ahora bien, las principales atribuciones de las tres Direcciones Generales arriba señaladas, son las siguientes:

DIRECCION GENERAL DE INFORMACION Y DIFUSION.

- I. Dirigir y ejecutar la política de información y difusión de la Secretaría y sus órganos administrativos desconcentrados, de conformidad con los lineamientos que establezca el Secretario y con las disposiciones normativas aplicadas.
- II. Formular y proponer al Secretario los programas de información y difusión de la Secretaría y sus órganos administrativos desconcentrados.
- III. Coordinar los programas de publicaciones de la Secretaría y de sus órganos administrativos desconcentrados.
- IV. Coordinar las relaciones de la Secretaría y sus órganos administrativos desconcentrados con los medios de comunicación

- V. Registrar, analizar, evaluar y procesar la información que difundan los medios de comunicación referente a las materias de interés para la Secretaría y sus órganos administrativos desconcentrados.

- VI. Coordinar la producción de las campañas de información y difusión de la Secretaría y sus órganos administrativos desconcentrados y, en su caso, la contratación de medios impresos y audiovisuales nacionales y extranjeros.

- VII. Coordinar la realización de sondeos de opinión y evaluar las investigaciones relativas a los diversos elementos que conforman el proceso de información y difusión de la Secretaría y sus órganos administrativos desconcentrados, y

- VIII. Expedir constancias de acreditación de medios de información extranjeros a sus corresponsales en el país en asuntos relacionados con el ámbito de la Secretaría.

DIRECCION GENERAL DE RADIO, TELEVISION Y CINEMATOGRAFIA.

.....

- II. Aplicar, en su ámbito de competencia, la política de comunicación social del Gobierno Federal, de acuerdo con las instrucciones del titular del Ramo.

- III. Auxiliar al Secretario, en el ámbito de su competencia, en todo lo relativo a las propuestas que éste presente ante el titular del Ejecutivo Federal, para la emisión de acuerdos en los que se establezcan los lineamientos de la comunicación social del Gobierno federal.

.....

- V. Promover, con la intervención que corresponda a otras dependencias, la producción e programas de radio y televisión para contribuir al fortalecimiento de la integración y descentralización nacionales.
- VI. Regular la transmisión de materiales de radio y televisión.
-
- IX. Resolver las solicitudes de autorización para transmitir públicamente material grabado o filmado para cualquier tipo de programas de radio o televisión.....
-
- XI. Otorgar autorización de los argumentos y guiones para la radio, la televisión y para la publicidad grabada o filmada destinada a su transmisión o exhibición.
-
- XVI. Supervisar y vigilar que las transmisiones de radio y televisión a través de sus distintas modalidades de difusión cumplan con las disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión, sus respectivos reglamentos y títulos de concesión.
-
- XXIII. Proveer lo necesario para el uso del tiempo que corresponda al Estado en las estaciones de radio y televisión.
-
- XXV. Conocer previamente los boletines que los concesionarios o permisionarios estén obligados a transmitir gratuitamente y ordenar a éstos su difusión.....
- XXVI. Colaborar con la Comisión de Radiodifusión para transmitir los programas de los partidos políticos por radio y televisión, según lo dispuesto por el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.....
- XXVII Realizar los estudios, investigaciones, análisis y evaluaciones necesarias para conocer oportunamente los efectos de las transmisiones de radio y televisión y de

las exhibiciones cinematográficas sobre las actividades del Gobierno Federal y, en su caso, proponer las medidas que deban adoptarse.

.....

XXX. Imponer las sanciones que correspondan por incumplimiento de las normas que regulan las transmisiones en radio y televisión y las exhibiciones cinematográficas.

XXXI. Supervisar la cobertura y producción para la televisión de los programas informativos relacionados con las actividades del titular del Poder Ejecutivo Federal y sus dependencias, así como los correspondientes a los actos cívicos que señala el Calendario Oficial.

.....

XXXIV. Coordinarse, previo acuerdo del Secretario, con las unidades de comunicación social de la Administración Pública Federal, de los Gobiernos de los Estados y del Distrito Federal, para la producción televisiva de programas informativos acerca de las actividades del Gobierno Federal.

DIRECCION GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL GUBERNAMENTAL.

- I. Formular y coordinar la aplicación de la política de comunicación social del Gobierno Federal.
- II. Establecer relaciones de coordinación con los medios de comunicación oficiales.
- III. Fijar las bases para la orientación, planeación, autorización, coordinación y supervisión de los programas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.
- IV. Establecer y operar los mecanismos de coordinación con las unidades de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y con los Gobiernos de los Estados y del Distrito Federal, y

- V. Asegurar, mediante la participación conjunta de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, que las campañas oficiales informen oportuna y verazmente a la sociedad sobre los planes, programas y actividades gubernamentales, así como del cumplimiento de los mismos.

Independientemente de la Subsecretaría de Comunicación Social y de las tres Direcciones Generales anteriormente señaladas, el Gobierno Federal también posee otras dependencias oficiales que le permiten difundir, sin mayor problema, la información en la cantidad y con la frecuencia que desee, como es el caso de la agencia de noticias NOTIMEX, el Canal 11 de televisión, el Instituto Mexicano de la Radio; el Diario Oficial de la Federación; y cuenta con apoyos básicos e indispensables como los Talleres Gráficos de México, la Productora e Importadora de Papel (PIPSA), la Productora Nacional de Papel Destintado, la compañía Mexicana de Papel Periódico, la Fábrica de Papel Tuxtepec (y, hasta finales de 1998, el periódico El Nacional).

Asimismo, cuenta con la **Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República**, dependiente en forma directa del titular del Poder Ejecutivo Federal, la cual posee, entre sus principales facultades, las siguientes: elaborar y ejecutar los programas de difusión de la Presidencia de la República; captar, analizar y procesar la información de los medios de comunicación referente a los acontecimientos de interés para las responsabilidades de la Presidencia de la República; establecer relaciones con los medios de difusión nacionales e internacionales y organismos representativos de los sectores público y privado, relacionados con esta actividad; difundir las actividades relevantes del titular del Ejecutivo Federal, a través de publicaciones; coordinarse con la Secretaría de Gobernación para participar en la elaboración, ejecución y supervisión de los programas de comunicación social del Gobierno Federal.

Con todo este aparato, el gobierno federal debe satisfacer las siguientes demandas de la sociedad mexicana:

- Orientación e información de los programas, actividades y funciones que realizan las dependencias de la administración pública federal.
- Acceso a los archivos administrativos e históricos.
- Acceso a publicaciones oficiales.
- Acceso a estudios e información específica (estadísticas, censos, cartografía, etc.).

El gobierno federal requiere, en forma permanente, de información precisa y veraz que le permita programar, presupuestar, evaluar y controlar sus planes de desarrollo. Y esa información (excepto la catalogada propia como de seguridad nacional) debe estar al servicio de la sociedad mexicana.

1.2.1. La comunicación dentro del sistema político

Con la reforma del Estado y la actitud más participativa de la sociedad, de los partidos y de las organizaciones políticas, a partir de 1994 la comunicación dentro del sistema político mexicano ha sufrido algunas transformaciones.

Hasta antes de 1994, era difícil encontrar artículos periodísticos o notas televisivas o radiales que, abiertamente, criticaran al sistema, al presidente de la República o al Jefe del Departamento del Distrito Federal. Cuando por algún error se llegaba a publicar uno de esas características, el autocontrol de los medios funcionaba ipso facto, con la destitución del responsable. Las autoridades gubernamentales no desean enfrentamientos con los

concesionarios y parten de la base de que estos últimos deben ser responsables y ajustarse a lo establecido en la vigente Ley de Imprenta (que data de 1917).

A partir de 1994 los medios de comunicación, por las presiones que tuvieron, o por los mismos cambios que se estaban gestando en el país, empezaron a no censurar la aparición o edición de notas de líderes de partidos políticos manifestando opiniones que, antes de 1994, eran casi imposible ver, escuchar o leer. Y no me refiero al tiempo al que tienen derecho en la radio y televisión los partidos y organizaciones políticas que les otorga el Código Federal de Instituciones Políticas y Procesos Electorales. Me refiero al tiempo o espacio que los medios dedican al insertar una nota cuando un político hace declaraciones que, de entrada, crean polémica y enfrentamientos.

Con el paso del tiempo, los partidos políticos fueron participando (o la inercia les permitía participar) cada vez más, en los medios o adquiriendo algunos de ellos (como el caso del periódico *Reforma*); pero el número que poseen actualmente, en su conjunto, es insuficiente para llegar en la forma masiva como lo hacen las poderosas agrupaciones de radio o televisión concesionadas, con sus cadenas y repetidoras.

Raúl Cremoux señala que “Desde fuera pudiera decirse que no puede tolerarse que un núcleo social, así se trate del más poderoso grupo empresarial, se aparte del marco legal que gobierna a la sociedad y termine rigiéndose por leyes de excepción. Eso es profundamente antidemocrático, pero si lo vemos desde dentro, tendremos que aceptarlo como lo que es: una inmensa y bien articulada realidad, mezcla de intereses económicos y políticos”.⁹

⁹ Raúl Cremoux. Comunicación en cautiverio. Usos y abusos de la publicidad gubernamental. p. 63

Ahora bien, en época de elecciones, cada partido político delinea la campaña electoral de sus candidatos, para cualquier nivel de elección, la cual, más que campañas políticas, "son campañas propagandísticas, publicitarias. De este modo resaltarán lo que ellos consideran sus virtudes y disminuirán o eliminarán sus vicios o debilidades. El pueblo, los votantes, los futuros representados van a decidir prácticamente con una gruesa venda en los ojos y creerán estar eligiendo al mejor de los posibles. (Por lo tanto,) ¿cómo confiar en campañas ausentes de ideas y abundantes en frases huecas?"¹⁰

El rol que le corresponde al Estado, hoy y siempre, es el de mantener la estabilidad dentro del cambio y procurar el acceso creciente del pueblo a los instrumentos de poder. El compromiso del Estado para garantizar el acceso del pueblo a la información debe ser contemplado como parte de una estrategia integral de desarrollo,

El gobierno no debe de ver en los medios de comunicación sólo un uso político, sino instrumentos fundamentales de la transformación social. Wilhelm Boucsein bien dijo que "los medios no son la política, pero hoy en día no hay política eficaz que no pase por los medios de comunicación, de la misma manera los medios no son la realidad, pero contribuyen a definirla y a remodelarla".¹¹

Durante su participación en la Conferencia Internacional sobre el Derecho de la Información en el marco de la Reforma del estado en México, realizada del 6 al 9 de Mayo de 1998 en la Ciudad de México, el representante en nuestro país de la Fundación Konrad Adenauer, afirmó que "Para que la información política sirva efectivamente de base a una opinión pública activa y sofisticada, se requiere sin embargo, mucho más que un volumen abundante de mensajes. Se necesita, en primer lugar, que la información sea producida y transmitida sin cortapisas, o sea, sin censura previa ni menoscabo de derecho a informar.

¹⁰ *Ibidem.* pp. 143 y 144.

¹¹ H. Cámara de Diputados. *El Derecho de la Información en el marco de la Reforma del Estado en México.* p. 23

Más allá se requiere que exista una infraestructura de medios que alcance a todo el territorio nacional y que no excluya a nadie de su ejercicio al derecho a la información. Aunado a esto hace falta una diversidad de medios y de canales de transmisión para que la opinión pública pueda formarse libremente y esté expuesta a fuertes alternativas de información.

“(Asimismo) es necesaria la existencia de públicos dotados de capacidades cada vez más elevadas de recepción e interpretación de la información disponible, por lo tanto, se necesita establecer niveles educacionales cada vez mejores.

“Se requiere, (además), **asegurar la calidad de la comunicación política**, asunto que toca directamente a los profesionales que trabajan los diferentes medios de comunicación.

“(Y) le corresponde a la comunicación democrática ayudar reconstruir una comunidad nacional informada, para lo cual se requiere establecer y fortalecer el derecho a informar y el libre acceso a la información, elevar la calidad de ésta, ensanchar y mejorar la educación de las personas y asegurar una efectiva competencia en el mercado de la información”.¹²

A lo expresado por el representante de la Fundación Adenauer, debemos señalar que es innegable que se deben reforzar las esferas donde el Estado y los medios de comunicación tienen responsabilidades concurrentes y fortalecer la corresponsabilidad ciudadana, la tolerancia, el pluralismo ideológico, y seguir luchando para que la sociedad mexicana reciba una información educativa, cultural y política seria, constructiva, veraz, que sirva como detonante democratizador.

¹² *Ibidem.* p. 22

1.2.2. La Información y el control político.

Actualmente, los medios requieren transmitir, ipso facto, los hechos que se generen en cualquier parte del plantea, a fin de no perder actualidad. Al hacerlo así, en forma apremiante, debido principalmente a la competencia, se afectan los contenidos de la noticia, su veracidad y su seriedad. Las noticias de los corresponsales de radio y televisión, dadas en vivo, exigen que el reportero armonice los intereses de clase de la empresa en la cual labora, la celeridad con que debe transmitir su nota y la objetividad de la misma. Esto es, el propio corresponsal debe hacer, in situ, un autocontrol de la información que transmite. Esto no pasa en los medios impresos, porque casi todos siguen contando con comités editoriales o responsables que vigilan que se respeten las líneas editoriales de la empresa o las políticas de autocontrol.

Todos sabemos que el autocontrol de los medios existe en México. Es un valor entendido que la mayoría respeta, porque el gobierno sabe disuadir en forma eficaz sobre el particular. Partiendo de lo anterior, se puede pensar que el gobierno sólo debe adoptar posturas de *reglamentación* y de *fomento* y nunca de *restricción* (mediante censura) ó de *intervención*.

Si retomamos los estudios de Peterson, Schramm y Siebert y los adecuamos a nuestro objeto de estudio, encontraríamos que actualmente podemos identificar tres sistemas de control: el *autoritario*, el *liberal* y el de *responsabilidad social*.

En la teoría *autoritaria*, el gobierno utiliza a los medios como un instrumento de su política y prohíbe toda clase de críticas a sus planes, programas y proyectos que lleva a cabo, así como a las acciones o declaraciones que realicen los gobernantes y funcionarios públicos de la administración pública federal, estatal o municipal. Para ello, se vale de la disuasión, al dar a conocer las penalizaciones que se pueden aplicar a los infractores, las cuales van desde la cancelación de la concesión, multas económicas fuertes o hasta la requisición de la empresa. La característica fundamental del sistema autoritario consiste en “proteger,

mantener o reforzar un orden social **basado en el poder de una minoría** (es por ello que este sistema apoya los monopolios) para impedir que (los medios) sean utilizados por ciertos grupos que buscan sólo destruir y dañar”.¹³

Ahora bien, en la teoría *liberal*, según los 3 autores antes mencionados, se considera a la actividad informativa al margen de los poderes públicos, preocupándose solamente por garantizar el orden público y el cumplimiento del marco jurídico que regule la libertad de prensa y el derecho a la información. Los únicos controles serían la libre competencia y los tribunales de justicia, para el caso de los infractores.

En lo que respecta a la tesis de la *responsabilidad social*, un estado democrático aspira a ofrecer y garantizar que la información sea objetiva, que se respeten los derechos privados y los intereses nacionales y sociales, confiando en la ética profesional de los dueños de los medios concesionados.

Desde el punto de vista histórico, el Estado ha sido el primer informador y desde entonces ha procurado y continúa procurando encontrar, en los medios de difusión, un apoyo político, proveyéndolos de comunicados y boletines oficiales, muchos de ellos de tipo informativo, otros para difundir la personalidad y trayectoria de sus candidatos (propaganda gratuita y eficaz) y otros más para neutralizar o desprestigiar a los partidos opositores. Pero, también, utiliza el apoyo de los medios para mantener en secreto y en silencio informaciones que no conviene darlas a conocer a la opinión pública (fracasos en los proyectos o programas llevados a cabo), o para desmentir acusaciones de la oposición.

En México no podemos, sin demostrarlo, afirmar que tenemos un régimen autoritario. Hemos buscado y hemos luchado por sostener un Estado democrático, apegado a derecho. No obstante ello, las autoridades gubernamentales no requieren hacen uso de la fuerza o utilizar un intervencionismo absoluto en los medios para lograr sus fines. Les basta

¹³ Jorge Xifra Heras. *Op. cit.* p. 220

solo utilizar su poder e influencia para presionar y persuadir, sutilmente, a los concesionarios. Los medios requieren el apoyo del gobierno y viceversa. El gobierno adquiere cientos de suscripciones a periódicos y revistas y constantemente publica notas e inserciones pagadas. Para ellos, mantener la paz con el gobierno, es sólo una cuestión obvia y lógica (sin que aquí nos metamos a analizar quién maneja la venta e importación del papel en México, pues también esta situación es importantísima para sostener la teoría del autocontrol).

Ahora bien, el alcance de la información es mundial. Movimientos como fue el de los países no alineados, la política internacional que enarbolan líderes de países que se manifiestan contrarios a la política de Estados Unidos de América, la teoría de sectas religiosas, etc. saben y conocen muy bien que los medios de comunicación son vitales para expandir, en todo el planeta, sus creencias, políticas, teorías, posiciones e ideologías.

Pero, por otra parte, los líderes de países subdesarrollados saben que, para no tener problemas, deben ser cautelosos en sus declaraciones y no atacar, abiertamente, los intereses de potencias extranjeras y más, si éstas, son vecinas o tienen grandes capitales invertidos en el país. Como se dijo al principio de esta investigación, aquí cabe muy bien la frase de que 'con la información se puede generar una guerra o un conflicto grave pero también se puede sostener o llegar a la paz'. La autocensura es, y seguirá siendo, el mejor control político de los gobiernos que se dicen democráticos.

1.2.3. La regulación jurídica de la comunicación social

Para algunos, regular significa restringir, impedir o prohibir. Para otros, limitar o bloquear. Es obvio que la información, por lo eficaz que resulta para levantar a todo un pueblo o para intranquilizarlo o inquietarlo, requiere de algún sistema, medio o autoridad que establezca

las reglas del juego. Y esto es posible cuando se consigna en un documento que todos aceptan, reconocen y respetan, como es el caso de la Constitución General de un país, la cual permite la existencia de leyes ordinarias y reglamentarias para su ejecución y aplicación.

La información genera acción y los gobiernos saben el potencial de ésta. Por eso, la historia nos muestra que desde el Imperio Romano siempre han existido censores o funcionarios que analizan los contenidos de aquello que se quiere difundir o publicar, ya sea por la propia autoridad o por particulares. La iglesia católica también impuso sus reglas, para neutralizar o destruir la herejía. La aparición de la Santa Inquisición o el Santo Oficio vino a mostrar que aquello iba en serio para los que se atrevieran a desafiarla.

Conforme pasaron los años, los Estados introdujeron en sus cartas magnas lo relativo a la libertad de prensa. Países como Suiza, Austria e India, por ejemplo, reconocen la libertad de prensa en forma muy genérica y vaga. Otros países sólo la definen, como es el caso de Finlandia, Egipto y Alemania. Por su parte, Bélgica, Dinamarca y Luxemburgo hablan de la prohibición de la censura o de los obstáculos preventivos. Otros señalan límites razonables de sumisión a los principios fundamentales del Estado, como es el caso de España. Y la italiana, por su parte, establece el “libre derecho a manifestar el propio pensamiento por medio de todos los instrumentos de difusión; prohibición de la censura y de la autorización previa;prohibición de espectáculos y publicaciones contrarias a las buenas costumbres..”.¹⁴

La regulación de los medios jamás ha sido bienvenida, ni bien vista, ni bien acogida. Pero los defensores de la libertad de expresión y de la libertad de prensa olvidan que existen fuerzas radicales que, al difundir sus posturas extremistas, podrían poner, fácilmente, en grave peligro la seguridad nacional, el prestigio adquirido por el Estado, el caos, la

¹⁴ *Ibidem.* p. 221

anarquía, la pérdida del respeto a las personas y la violación a los derechos fundamentales de los habitantes de ese país.

“La necesidad de defenderse contra ciertas presiones sociales, políticas o económicas, y contra determinadas propagandas internas o externas, han obligado, incluso a los países más adictos a la libertad de prensa, a adoptar medidas legales, a veces de naturaleza excepcional, con miras a asegurar el orden público y la objetividad informativa”.¹⁵

Como se vio anteriormente, el Estado, sin llegar a la imposición, establece ciertas reglas del juego con los concesionarios de los medios de comunicación social. De varias formas les señala la orientación que desea que observen los medios, principalmente para que las directrices oficiales se reflejen como él lo tiene planeado; asimismo, para asegurar el fin social de la comunicación y el pluralismo informativo. En nuestro caso, el Estado cuenta con el tiempo oficial que le confiere la ley, o con programas como La Hora Nacional, por ejemplo, o con agencias noticiosas como Notimex, para poder orientar, contestar o posicionar algún concepto, idea, corriente o simple puntualización oficial. Y lo hace también para compensar las deficiencias que, según el propio gobierno, manifieste la gestión privada o concesionada.

José Luis Soberanes Fernández, recientemente declaró que “En México vivimos una verdadera tragedia en materia tan importante y delicada para el adecuado desarrollo democrático del país..... desde el más férreo control de la prensa en el cual varios periodistas han ofrendado su vida, tratando de ejercitar tal derecho, hasta la más irracional e inopinada oposición a cualquier intento de reglamentación jurídica... Mientras el Estado vea en los profesionales de la comunicación a enemigos irreconciliables o a lacayos serviles (...) así como los comunicadores vean en cualquier intento legislativo de dar cauce a una

¹⁵ *Ibidem.* p. 222

garantía individual como 'ley mordaza' o utilicen tan noble profesión para medrar en beneficio de propósitos indignos, no progresaremos en la vía democrática".¹⁶

No se puede hablar de una reforma del Estado en México si no se actualiza el marco jurídico de la comunicación social, con la participación democrática de todos los grupos que tienen relación con ella, en un clima de pluralidad, tolerancia y respeto.

Los críticos, los analistas y los estudiosos del problema de la comunicación social rechazan que siga persistiendo y teniendo vigencia la actual y represiva Ley de Imprenta que, como dijimos anteriormente, data de 1917.

El Presidente de la Comisión de Régimen Interno y Concertación Política de la H. Cámara de Diputados (1997-2000), Porfirio Muñoz Ledo, con motivo de la celebración de la Conferencia Internacional "El Derecho de la Información en el Marco de la Reforma del Estado en México", celebrada del 6 al 9 de mayo de 1998 en Ciudad de México, señaló que no era posible "transitar hacia una democracia plena sin una nueva legislación y sin nuevas relaciones políticas y jurídicas entre los distintos actores que confluyen al proceso de la comunicación y de la información, las instancias del estado nacional y la sociedad misma...

(Los mexicanos deben tener el derecho) a la información, a estar informados con objetividad, con imparcialidad y a poder participar en el proceso de la comunicación.....
(El Estado debe garantizar) el deber de transparencia de los actos del poder público, el deber de informar, el deber de tener abiertos los archivos y todos aquellos datos conducentes al mejor conocimiento de la sociedad respecto de los actos de la autoridad. (Y deben existir) las prohibiciones de hacer indebidamente propaganda (hacia algún partido político), como ocurre en el país (cuando se hace una propaganda) con dinero de la nación

¹⁶ Citado en el Prólogo de la obra de David M. Vega Vera, et al. *Estudio sobre la libertad de prensa en México*. En Cuadernos Constitucionales México-Centroamérica. No. 26. p. 9

.... No se trata de reducir la libertad de expresión, sino de garantizarla.... (Debido a) lo precario y obsoleto de las bases jurídicas (en materia de información y comunicación social), se han privilegiado las relaciones de poder sobre las relaciones jurídicas, que en lo esencial las relaciones del gobierno, que no del Estado, con los medios de comunicación electrónicas, han sido normadas por el principio de la mutua conveniencia y han sido fundamentalmente clientelares..... Las concesiones, permisos, autorizaciones y regulaciones administrativas en materia de radio y televisión no deben ser potestad de gobierno, sino potestad de Estado en función de los intereses de la sociedad. *(Ante ello)*, es indispensable establecer una autoridad autónoma en materia de radio y televisión.... *(Respecto al tema de la globalización)* no se trata de caer en la dicotomía elemental entre soberanía y globalización. Se trata de entender qué tipo de técnica jurídica es necesaria para compatibilizar, por un lado, los intereses de la nación con las exigencias de la globalidad y, por otro, la necesidad de la seguridad y de la certidumbre jurídica con la rápida evolución tecnológica..... No es posible que nos sigamos rigiendo por leyes no escritas, que a todos dañan porque sólo promueven el abuso y la complicidad".¹⁷

Fuertes y tal vez molestas (para algunos grupos) pueden resultar las aseveraciones señaladas por el Diputado Muñoz Ledo. Pero sólo personas que están en la oposición pueden hablar o escribir de esa forma. Ahora bien, nadie debe de dudar que hay avances en lo que a libertad de expresión se refiere, porque lo que dijo el Dip. Muñoz Ledo bien se pudo haber ocultado. Sin embargo, lo expresado por él se publicó íntegramente en un documento oficial, que circuló, también, en todas las instituciones de educación superior en México, sin ninguna restricción.

El Estado debe regular y al mismo tiempo garantizar la libertad de información y de expresión. Si los dueños de los medios no quieren, no desean o no les interesa autoregularse

¹⁷ H. Cámara de Diputados. *Op. cit.* pp. 36-40
(Nota: la letra cursiva en el texto de la cita No. 17 es del autor de esta obra)

o autocontrolarse, es ahí cuando el Estado debe intervenir. No es posible que la prensa, la radio o la televisión divulguen noticias o programas que sólo generan violencia, ó valores propios de otras sociedades, de otras culturas, de otro tipo de desarrollo, o que los gobiernos generen una copiosa información oficial o partidista sin bases, tendenciosa y ficticia. Por eso recalcamos lo que señalamos en este párrafo: es el Estado el que debe garantizar y regular, no el gobierno, la libertad de expresión y de información.

1.3. El papel del aparato gubernamental en la comunicación social.

Es claro que el principal papel del gobierno en materia de comunicación social es velar por que se cumpla la ley. Y, aunque ésta es obsoleta y decrépita (data de 1917), debe vigilar y evitar el surgimiento de monopolios. Además, debe apoyar y promover que se legisle, en forma justa y ordenada, sobre dicho tema.

Los responsables de la dirección gubernamental de un país (y no el Partido en el poder) deben de analizar y frenar los abusos de los concesionarios que no les interesa divulgar la cultura y la educación a través de sus medios o que se aferran a no apoyar proyectos de corte informativo y formativo con impacto social verdaderamente profundo.

Pero además de lo anterior, también el gobierno tiene un papel importante como comunicador social, pues debe crear un sistema que garantice el acceso a la información y que transparente la que proyecta a la comunidad. Sergio Téllez, al respecto, señala que “Transparencia es el término actual para referirse a la fluidez de la información y de las relaciones entre medios y oficinas gubernamentales y privadas de comunicación social y de prensa, y dentro de éstas existe la responsabilidad por parte de los encargados del área de servir como intérpretes de la acción gubernamental hacia la opinión pública, que atiende,

principalmente, las necesidades de información que reclaman los representantes de los medios. Para muchos periodistas, las oficinas de comunicación social son medios de control de la información. Dentro de los organismos oficiales se controla a los propios funcionarios para no dejar libre flujo a la información, y en la relación con los medios, se controla al periodista por medio de llamados, dádivas o rejugos sutiles con sus jefes. Los periodistas consideran que las relaciones con las entidades de poder que se significan en las oficinas de prensa o 'relaciones públicas' son turbias. La emisión de los boletines ha aflojado el espíritu de investigación y de saber de los reporteros. Por ello, se tienen que restablecer las relaciones entre las oficinas de comunicación social y los periodistas desde otras bases".¹⁸

En México, la sociedad civil se ha vuelto cada vez más escéptica de la información oficial o de la que proviene de los órganos de gobierno. Dicha información encuentra, cada día, mayor resistencia en lo que a credibilidad se refiere. La opinión pública se ha vuelto (o la han hecho) muy susceptible. Los boletines de prensa son, instintivamente, estigmatizados. Se sospecha que están bañados con un halo de interés gubernamental y poco creíbles.

Se oculta tal cantidad de información al pueblo que, cuando se le da a conocer una nota oficial, la opinión pública no está en condiciones para juzgar su veracidad y objetividad, quedando imposibilitado para formar juicios sanos sobre el contenido de la noticia, creando sólo rumores.

¹⁸ Fernando Gómez de Lara, et al. *Estudio sobre la libertad de prensa en México*. En Cuadernos Constitucionales México-Centroamérica. No. 26. pp. 71-72

1.3.1. La connotación actual de gobierno en la sociedad mexicana.

Hace menos de 7 años (en 1992), según el analista Raúl Cremoux, clasificaba al gobierno mexicano como una “tremenda concentración de fuerza, de autoridad que nace y se reproduce en el ejercicio de una continua e infatigable tarea que consiste en: fortalecer para equilibrar; romper para unificar; reprimir para convencer; captar para hacer entender; gastar para ahorrar; gritar para silenciar. Todo lo necesario para, fundamentalmente, mantener el orden y la continuidad. De este modo, mantener incólume el primer mandamiento supremo: sostenerse en el poder por sobre todas las cosas..... El nuevo estado ya no se comporta en forma neutra, sino que pasa a actuar como el garante y el organizador de una estructura que subordina todo a las fracciones más altas de una cúspide marcadamente dependiente con el exterior. En la organización de ese tipo de Estado, tienen un peso abrumador los grupos que forman la tecnocracia especializada en la modernización de la economía. Pues a partir de este resorte, señalan, todo puede remediarse..... El rasgo distintivo, no obstante, ha sido el recorrimiento del Estado hacia una más clara posición de clase y el abandono consecuente no nada más de la herencia masiva y popular sino el distanciamiento de las posiciones nacionalistas para poder insertarse mejor dentro del cuadro de la economía mundial de claro corte mercantil y capitalista”.¹⁹

1.3.2. Los controles gubernamentales.

Uno de los principales retos de los *Estados* a nivel mundial es controlar el aspecto informativo porque el control de los poderes públicos sobre el proceso informativo plantea una pluralidad de ideas que deriva en problemas y por ende en distintas soluciones de acuerdo con el **sistema de prensa** adoptado.

¹⁹ Raúl Cremoux. *Op. cit.* pp. 75-76

A este respecto existen diferentes criterios ya que dependiendo de los poderes públicos se limita, apoya o interviene en la actividad informativa o bien como considera F. Siebert las relaciones entre el gobierno y los medios de comunicación social distinguen cuatro posibilidades según se adopte una apertura de **restricción** (mediante censura), de **reglamentación**, de fomento o de **intervención**.²⁰

Desde luego que, en la práctica, no podemos encontrar un modelo *puro* o *típico* que en algunos sistemas de gobierno se interfieren mutuamente. De ahí que resulte más realista hablar simplemente de sistemas autoritarios, comunista totalitario, liberal y de responsabilidad social.

En la teoría autoritaria se considera a los medios de comunicación como un instrumento de la política del gobierno y prohíbe la crítica al mismo y a sus colaboradores imponiendo un control rígido de los medios de comunicación (censura, suspensión previa y autorización, sanciones, etc.).

La característica primordial de un sistema autoritario consiste en que los medios informativos *deben proteger, mantener o realizar un orden social basado el poder de una minoría*. Una variante del sistema autoritario es el paternalismo donde se emplea el monopolio de los medios de comunicación para proteger y guiar a la comunidad alegando que es para impedir que sean utilizados por ciertos grupos que sólo buscan destruir y dañar.

En tanto en un sistema *comunista-totalitario* los medios de comunicación se encuentran en manos del Estado o bien del partido manteniendo por supuesto los cauces autoritarios e imponiendo un control directo sobre todo el proceso informativo.

²⁰ Fernand Terraw. *La información*. p. 218

La *teoría libertad*, en el extremo opuesto, considera la actividad informativa al margen de los poderes públicos y se preocupa únicamente por garantizar la seguridad jurídica y el orden público sin más controles que la libre competencia y los tribunales de justicia. En la práctica este sistema se ha manifestado en su vertiente comercial partiendo según Raymond Williams " del principio de que los hombres tienen el derecho de poner a la venta cualquier tipo de trabajo y que todo el mundo tiene el derecho de comprar todo lo que le ofrece". ²¹

Finalmente la tesis de la *responsabilidad social* acorde con los principios del Estado democrático y social aspira a ofrecer una información objetiva, respetando el equilibrio de los derechos privados y de los intereses sociales, garantizado por el control de la opinión pública, de la ética profesional y de la acción de los tribunales jurisdiccionales.

El control estatal de la función informativa se lleva a cabo jurídicamente, por medio del establecimiento de un orden legal y la ejecución del mismo por la administración y los tribunales, o bien a través de la acción política. <Ver punto 2.1.2 >

1.3.2.1. El control de las fuerzas políticas y económicas.

La actividad política en la sociedad actual tiende a ser más plural al margen de las estructuras gubernamentales y tiende a actuar en defensa de los intereses de complejos grupos o fuerzas políticas.

Una fuerza política importante la constituyen los medios de comunicación. **Burdeau** los coloca al mismo nivel de los partidos, de los grupos de presión y del cuerpo electoral y considera que "*todas las fuerzas políticas se estructuran a base de una compleja red de*

²¹ *Ibidem.* p. 220

*canales informativos internos y externos, indispensables para conseguir su integración y su eficacia".*²²

De ahí que la información constituya uno de los factores esenciales de todo grupo político.

Lo importante de resaltar aquí es el control de la información por estas fuerzas políticas muy particularmente los **grupos de influencia** y los **partidos políticos** ya que ambos aspiran a expresar sus opiniones y propósitos a través de los medios de comunicación propios que constituyen órganos de expresión de sus intereses, pero además llevan a cabo una serie de controles y presiones a veces imperceptibles, sobre la prensa llamada *libre* a la que tienen acceso a través de cauces políticos, profesionales y comerciales que pueden construir una amenaza para la libertad y la objetividad informativas que desaparecen cuando los medios materiales necesarios para asegurarlas se hallan concentrados en manos de unas potencias que defienden unos intereses concretos o cuando los servicios auxiliares de la información, entendidos como suministro de materias primas, publicidad, distribución, etc. se encuentran en poder de grandes organizaciones económicas.

Generalmente los grupos de influencia, para lograr la adhesión de la opinión pública a través de los medios de comunicación, son de diversa índole, desde las técnicas de *relaciones públicas* que aspiran a la consolidación de lazos de confianza con toda clase de garlitos hasta los cauces de la corrupción e intimidación (subvenciones), favores, *boicots*, retiro de publicidad, huelgas, violencia, procedimientos judiciales, etc. sin olvidar las intermedias de la propaganda y la publicidad.

Entre los grupos de influencia destacan los *caracteres financieros* que persiguen un lucro del capital que invierten en los medios de información. Y de manera muy especial las agencias publicitarias soportadas por los anunciantes, con fuerza suficiente para deformar la

²² *Ibidem.* p. 231

información en beneficio propio o de una persona producto o idea. La publicidad es el precio que la prensa ha tenido que pagar para conseguir su independencia y su gran difusión, por un lado, pero, por el otro, constituye una de las fuerzas más poderosas que la contaminan y la oprimen.

La hostilidad o la indiferencia de las grandes agencias publicitarias pueden poner en peligro la existencia de un periódico de una emisora o de una televisora con solo limitar o suprimir su colaboración. Por esta razón se encuentran en una posición privilegiada para influir en la orientación política de determinada información de un diario o para exigir textos de gracia o reportajes publicitarios, contando en todo momento con la amenaza del *boicot* que pueden ejercer los anunciantes.

En tanto que los partidos políticos buscan en primera instancia canalizar la información en su favor y una forma ha sido anteponer la maquinaria electoral a sus ideologías lo que le ha valido una mayor cobertura a nivel de medios de comunicación. Hoy en día es difícil detectar un medio de filiación cien por ciento definidos a una orientación o tendencia política, más bien los partidos procuran influir a través de los periódicos y medios electrónicos usando técnicas persuasivas heredadas de los grupos de influencia, especialmente para canalizar las campañas electorales.

1.3.2.2. El condicionamiento del derecho de la información.

De entrada habrá que definir una cuestión que aparentemente resulta semántica pero que en la práctica va más allá. La diferencia entre **libertad de expresión** y **libertad de información**.²³ La libertad de expresión comprende las ideas, conjuntas y juicios de valor de los individuos que ponen en conocimiento de los demás, de manera directa a través de

²³ Ernesto Villanueva. *¿Por qué y para qué una Ley Federal de Comunicación Social?* p. 23

los medios de información "y en el caso de México esa libertad se encuentra protegida por el Artículo sexto Constitucional. La libertad de información o derecho a la información que es el punto que aquí nos interesa es el que tutela la investigación, recolección y difusión de hechos de carácter noticioso a través de los medios de información eminentemente y está consagrada en el artículo séptimo constitucional; lo difícil de esto radica en que no existe una reglamentación clara de este derecho lo que da la pauta para que se interprete este concepto a partir de posiciones ideológicas preconcebidas cuyo resultado ha sido una rara mezcla entre lo jurídico, lo ideológico y lo sociológico que pocas veces ofrece propuestas de fondo o conclusiones claras de orden técnico – jurídico".²⁴

Además, de una u otra forma el derecho de información es condicionado por el Estado a través de diferentes mecanismos que, de acuerdo con cada presidente, se van implantando.

Basta citar aquí un ejemplo, ya que para muestra basta un botón. Los gobiernos, casi siempre al inicio de su gestión, emiten sus lineamientos de comunicación social cuyo objetivo es exigir uniformidad en la información gubernamental. Esto, en alusión a problemas de incoherencia y falta de sistematización así como la imagen única del gobierno, lo cual evidencia el desgaste de los mecanismos de control y condicionamiento informativo y la carencia de interés por verdaderamente instrumentar el derecho de informar.

El Estado siempre mantendrá la posibilidad de instrumentar medios tendientes a recuperar su hegemonía que hoy resulta tan necesaria para legitimar una buena parte de sus actividades.

²⁴ *Idem.*

1.3.2.3. La libertad de información bajo la óptica gubernamental

Para el gobierno la *libertad de información* responde al manejo discrecional de los medios lo cual ha sido resultado, en los últimos años, de la apertura democrática que ha obligado al poder a abrirse más a la sociedad, a respetar por su actuación y confrontar la opinión pública. Dicho sea de paso que la actuación de los medios de comunicación ha sido fundamental en ese aspecto: el gobierno ha estado 'más fiscalizado' aunque no suficientemente en comparación con naciones de mayor apertura política.

En el gobierno los funcionarios no tienen el hábito de dar información, de conceder entrevistas, de ser interrogadas, pues no están preparados para ello y esa es la razón de múltiples contradicciones entre uno y otro funcionarios de una misma o de distintas dependencias sobre una misma materia.

En distintos foros se ha manifestado la necesidad de apertura a los medios lo mismo que de la *respuesta pública* frente a una determinada crítica o política. Esto sugiere, por ende, un giro a la concepción de la comunicación gubernamental que se ve forzada a reflejar el quehacer del ente gubernamental ocupado por el partido político que sea, ante los medios y ante una sociedad vigilante y crítica.

Es conveniente señalar que esa situación modificará la relación existente entre los medios de comunicación y el poder público. Además de que en la medida que otros partidos accedan al poder, los compromisos con el grupo gobernante en turno se irán diluyendo en aras de la formación de nuevas alianzas y apoyos mutuos.

2. El gobierno mexicano en el proceso de la comunicación social.

2.1 El gobierno mexicano y su relación con la sociedad.

Antes de hablar de la función del Gobierno en el proceso de Comunicación Social es conveniente, definir lo que se entiende por ésta, parafraseando a Bockelmann diremos que la comunicación social es una participación, una comprensión, una conexión (exponente de los grupos participantes en ella) que nunca despierta a una persona en igual estado a como la encontró.

La comunicación social implica participación y se lleva a cabo en el momento en que el individuo interactúa con el otro estableciendo una relación dialógica. <Ver capítulo 1> Desde esta perspectiva la participación del gobierno en el proceso de comunicación social, subyace en el manejo de la información principalmente.

Y si tratamos de ubicar al gobierno en el contexto de la comunicación social no debemos soslayar que su presencia en el control de la información ha sido determinante por su particular sistema de poder que es el resultado del pacto político que se ha gestado en las élites del poder económico y político de la etapa posrevolucionaria. No olvidemos que desde su aparición, los medios impresos primero y luego los electrónicos nacieron de los grupos de poder emanados de la Revolución Mexicana y que el gobierno, en turno, en el rubro de política periodística mantuvo a los diarios dóciles y por lo mismo carentes de crítica por medio de la centralización de la información. A Lázaro Cárdenas le debemos la creación de boletines de prensa lo que contribuyó en esencia a la notable uniformidad de la prensa mexicana. Hasta la fecha los boletines de prensa caracterizan, como veremos más adelante, las noticias que ofrecen los diarios sobre la política del gobierno.²⁵

²⁵ Cfr. Karin Bohmann. *Op. cit.* p. 73

Cimentada en esa relación de élites de poder la información ha sido botín de unos cuantos que han cristalizado y filtrado a través de los medios lo que a sus intereses conviene.

Como diría Pablo Hiriart “ Los medios en nuestro país, tradicionalmente han sido puentes de comunicación entre las élites del poder. Los dueños de los órganos de difusión suelen utilizarlos para el intercambio de mensajes cifrados, de los que el grueso de la población está completamente al margen.

“Estos espacios supuestamente noticiosos en los medios de comunicación, juegan el papel de arena donde se debaten las cúpulas del poder.

“Por ello los medios, en muchos casos, no constituyen un servicio público sino un instrumento de ataque y de defensa de reducidos pero sólidos grupos políticos, económicos e inclusive familiares.²⁶

De ahí que la información, sobre todo la noticiosa, sea vigilada desde dos perspectivas: de quién la produce y el gobierno. Si nos abocamos a ver con más detenimiento la función del gobierno observamos que los mecanismos de control del Estado han sido más *duros* contra la prensa que con los medios electrónicos. ya que desde el nacimiento de estos últimos el gobierno los utilizó como apoyo a sus objetivos políticos y de integración de las masas en el sistema (político) y para la creación de una identidad nacional.

Aun cuando al principio se dio una lucha entre el Estado y la iniciativa privada por la creación de estaciones de radio y tv, el Estado mexicano terminó por favorecer su desarrollo comercial. Hubo algunos intentos de quitarle poder al consorcio televisivo que se fue conformando. En el sexenio de Luis Echeverría, cuando el Estado adquirió estaciones de televisión propias e intentaron un contenido alternativo frente a la programación

²⁶ UNAM. Memoria del Seminario: Medios, Democracia y Fines. *La pluralidad en la comunicación social*. p. 87

comercial amén de sus propósitos de nacionalización, la contraofensiva no se hizo esperar y, a cambio, emergió fortalecida, ampliando *TELEVISA* su capacidad de influencia sobre la política de comunicación de los medios.

Actualmente la mayoría de los medios electrónicos mantiene un estrecho vínculo con los gobiernos en turno, ambos con objetivos propios. En estas condiciones, la pantalla casera, hoy Televisa, impulsada por Miguel Alemán, Azcárraga y O' Farril, desde su nacimiento, se ha dejado ver como una incondicional del gobierno. Con el paso del tiempo Televisa se fue consolidando como un medio indiscutible de poder sobre la opinión pública nacional, lo cual ha aprovechado el gobierno para mostrar su mejor imagen hacia la población.

Aun así los funcionarios del gobierno juegan un importante papel en la producción y elaboración de noticias, ya sea como fuentes o como críticos, así, las noticias son el resultado de políticas organizacionales. Los funcionarios revelan información con el propósito de reunir y mantener apoyo, tanto dentro como fuera del gobierno. Aquí surge una relación necesaria entre reportero y funcionario, los cuales se usan el uno al otro en beneficio de sus propias organizaciones; el reportero explota sus contactos con el gobierno para obtener "exclusivas" y ganar adeptos, y el funcionario (miembros del gobierno) explota la necesidad de noticias para transmitir sus mensajes a la población, aunque la mayoría no les crea nada.

La mayor parte de la información de las empresas noticiosas es recogida a través de mecanismos rutinarios: procedimientos oficiales, comunicados y conferencias de prensa, que generalmente es muy acudida y común tanto para el gobierno como para los medios.

Ante esto, los medios informativos publican, por lo tanto, mucha información que es recibida y/o buscada en " ... las funciones gubernamentales, pero deberá al mismo tiempo

compaginar esa información con la recibida de las fuentes no gubernamentales, para tratar de alcanzar un equilibrio en la información”.²⁷

Existen también fuentes cercanas al gobierno que permiten, en raras ocasiones, complementar la información de las fuentes gubernamentales o, en su defecto, sustituirlas si éstas se cierran ante el medio; sin embargo, también se encuentran las fuentes de oposición que son necesarias para contrastar las informaciones de las fuentes gubernamentales que generalmente, provienen de los partidos políticos de oposición o de Organizaciones No Gubernamentales (ONG), ya que suelen dar sus puntos de vista en relación con las políticas del Estado, por medio de entrevistas, o publicando artículos, además que estos partidos y organizaciones suelen publicar órganos informativos a nivel interno.

La heterogeneidad de ideales con la política del gobierno podría tomar la forma de un movimiento masivo. Pero en este caso, la descentralización de la opinión de los partidos políticos de oposición, su carencia de vocero oficial en comparación con el gobierno que puede programar conferencias de prensa y producir comunicados, hace que la oposición no tome una fuerza masiva.

Los medios tienden, la mayoría de las veces, si no es siempre, a excluir las fuentes de oposición, ya que causan malestar al gobierno, debido a que son muy violentos para el logro de sus objetivos. Las organizaciones informativas casi siempre prefieren dar noticias que privilegian al gobierno o al Jefe del PRI, manteniendo ignorada a la fuente de oposición puesto que puede crear o destruir reputaciones, afectando el poder de los personajes que se encuentran en el gobierno.

²⁷ Héctor Borrat. *El periódico, actor político*. p. 59

Esto provoca que en la vida cotidiana se resalte más a través de los medios **las actividades del presidente y no el análisis o investigación de su forma de gobierno, sino cualquier cosa que dice o hace es noticia para los periodistas.**

Las personalidades del gobierno suelen mostrar habilidad para usar los medios informativos, muchas veces a través de los líderes de opinión. Por medio de éstos, pueden realizar reputaciones y obtener prestigio e incrementar su capacidad para persuadir a las personas para que estén de acuerdo con lo que ellos realizan. Es decir, los medios son muy importantes para circular las opiniones, de tal forma, que al escuchar las noticias por el sonido de la opinión pública, los funcionarios escuchan los ecos de sus propias voces.

Sin embargo, muchas veces el gobierno se niega a desempeñar roles de fuente, utilizando el nombre de 'secreto de estado'. En todas sus variantes posibles: 'Secreto Diplomático', 'Secreto Militar', 'Secreto Fiscal', 'Secreto Administrativo', etc. por considerarlos vitales para la seguridad del interior del Estado o la seguridad de ellos en el gobierno. Para mantener esta seguridad, llevan al cabo una campaña de desinformación, es decir, el gobierno comunica mensajes, ya sea que se califiquen como aceptables o favorables, dejando muchas cosas en la sombra y aún más en la oscuridad total. "A la vez que fuente de información y actor protagónico de los relatos informativos, el gobierno impone al marco institucional de todas las relaciones de comunicación que establezcan dentro del propio sistema político y dispone de sus propios poderosos medios para controlar y encausar el flujo informativo: agencias de información oficial, medios del Estado, prensa del partido gobernante".²⁸

El Gobierno tiene una ventaja, y es que se encuentra en su posición de poder y el monopolio del uso legítimo le da una fuerza para atribuirse en lo consiguiente, para decidir

²⁸ *Ibidem.* p. 60

no sólo las modalidades de su flujo informativo, sino también la configuración misma del manejo de los medios de comunicación a su antojo.

Es decir que ese esfuerzo gubernamental por controlar a los medios noticiosos a través de la censura y el manejo de las noticias, se basa principalmente bajo la amenaza de suspender la concesión de licencias y permisos a los medios, o en el caso de la prensa, la no distribución del papel como lo menciona Fátima Fernández en su libro 'Los Medios de Comunicación Masiva en México', o la persecución judicial por sedición, acciones que son constantemente empleados por el gobierno. Y aún podríamos añadir otra modalidad consistente en actos de intimidación y hostigamiento de los informadores y los motivos de esa persecución han sido en torno a la difusión de trabajos periodísticos (sean informativos o de opinión) y al intento de la cobertura noticiosa.²⁹

“Desde el principio del sexenio se reprochó a Salinas iniciar su administración con el ejercicio de la censura. Asimismo, hubo presiones e intimidación hacia reporteros de Excélsior y La Jornada. Al concluir el sexenio hay un saldo de 38 periodistas muertos”.³⁰

En el curso del presente sexenio esto no se ha acabado pues seguimos presenciado todavía este tipo de casos, debido a que existen noticias de periodistas y fotógrafos golpeados por la policía antimotines y hasta los de tránsito, además por mencionar un el cese de funciones de una periodista y respaldada por sus compañeros que tomaron las instalaciones del periódico de iniciativa privada SUMA. La causa al parecer, exceso de información de parte de la Sra. Isabel Arvide.

Las citas anteriores marcan dos aristas de las que aborda un estudio hemerográfico realizado por la fundación Manuel Buendía sobre agravios a informadores en el cual se

²⁹ Omar Raúl Martínez, et al. *Agravios a periodistas durante el 1er. Bienio zedillista*. RMC, 49, p. 26

³⁰ José Woldenberg. *La Jornada*, p. 10-A

muestra que en el actual sexenio se evitaron las medidas extremas (homicidios) pero en cambio aumentaron los agravios. En promedio en los primeros años de gobierno de Carlos Salinas se registraron 173 actos contra el gremio y en el de Ernesto Zedillo 240.³¹

Es por ello que los periodistas, al menos, obtienen una medida de seguridad a partir de su dependencia de acudir a las fuentes de carácter oficial. Esto es lo que hace que los medios informativos caigan en la información sin fondo, pero muchas veces se actúa por seguridad física.

Por eso, las fuentes del gobierno son y se han vuelto para los medios fuentes necesarias (y casi forzosas), de información buscada y de información recibida. Se ha generado de esta forma el periodismo actual, que se limita a recoger y reescribir información de la fuente acudida afines con la línea de su periódico (sobre todo los gobiernistas como: *Excélsior* y *Ovaciones*), no crea crítica o interpretación, sólo reproduce y cita, esto reduce o suprime la posibilidad de confrontar información y opiniones, esto es clásico en nuestro país.

Cuando en 1994, estalló el conflicto en Chiapas, el subcomandante Marcos, inició el envío de una serie de comunicados para los medios informativos después de la toma de San Cristóbal – ya se había dado cuenta del comportamiento de los medios, - lanzó por primera vez en la historia un reto contra las empresas Televisa y Televisión Azteca y, por supuesto las televisoras oficiales, al igual a la gran mayoría de periódicos de tendencia derechista, lo cual fue la excusa y causa de limitarse a difundir noticias de carácter oficial; sin embargo, la información más profunda en torno al movimiento zapatista quedó así confinada a ciertos periódicos como *El Financiero*, *La Jornada* y la revista semanal *Proceso* y así sigue hasta la fecha.

³¹ Omar Raúl Martínez. *Op. cit.* p. 26

En algún momento se puede decir que estos medios impresos presentan la otra cara del periodismo, es el tipo de periódico que no se conforma con las fuentes compartidas, sino emplea y le da mayor importancia a la fuente exclusiva, y no solamente eso, acude a otros medios de comunicación extranjera, como fuentes para producir y estar mejor informado que los demás. Estas acciones las hacen con mucho tacto.

Para reforzar lo anterior, podemos clasificar al periodismo en dos tipos: el que da prioridad a fuentes de carácter oficial y el que ejerce un periodismo independiente, es decir el que toma en cuenta las fuentes no gubernamentales, y que en realidad son pocos.

En nuestro país, es casi imposible hablar de la existencia de un diario de circulación importante, sin involucrarlo a los favores de políticos de cierta cultura. Es decir, esa relación prensa y gobierno son inseparables, puesto que la prensa es más impredecible que los otros medios.

No olvidemos que los políticos también son lectores, tal vez los más devotos con que cuenta la prensa, debido a que estos medios sirven como proveedores de información para los funcionarios, son canales formales entre el gobierno y rumores que circulan en la población.

Todos los medios de comunicación proporcionan al gobierno gran cantidad de información actual de la sociedad y el mundo.

Sin embargo, los reporteros obtienen información del interior del gobierno. Esto parece ser una retroalimentación en círculo reporteros-funcionarios-reporteros. Así pues, los funcionarios seleccionan las noticias que ellos mismos piensan deben ser difundidas, o quieren que la prensa lo reporte.

Los funcionarios buscan la confirmación a sus propias creencias en cualquier cosa que leen. “Cuando no encuentran lo que están buscando, cuando reciben malas noticias, según lo ven ellos; tienden a desconfiar de su fuente. Como los griegos que mataban a los portadores de la prensa”.³²

Lo que esperan, es que la política de recopilación de noticias permanezca como está en la gran mayoría de los medios, que ofrezcan a la ciudadanía, principalmente noticias de procedimiento oficial.

Pero la ironía consiste en que en su afán de obtener una cobertura más favorable atacando la imparcialidad de la prensa, los funcionarios se perjudican a sí mismos, reduciendo la credibilidad de sus propios mensajes, que son los que dominan las noticias.

Pero esto a ellos no les preocupa, ya que desde siempre, con la aparición de los primeros diarios masivos de este siglo (Excélsior y El Universal), han adoptado los medios impresos como modelo informativo propagandístico para fortalecer su permanencia en el sistema.

En otras palabras, siguen aferradas a esta idea, a pesar que la mayoría de la población ya no creé en ellos.

Pero aún así, las actividades comunicacionales pueden apoyar en mayor o menor escala el funcionamiento del sistema, ya que la comunicación puede lograr ya sea un cambio o en este caso la adopción de los individuos a un sistema.

³² León V. Sigal. *Reporteros y funcionarios*. p. 223

El sistema, en sí, exige que vastas cantidades de información (hecha por ellos mismos) fluyan por los diversos canales de comunicación hacia diversos públicos. Es por ello que la información debe ser exacta para que el sistema pueda operar libremente.

Esto explica suficientemente la tendencia de la clase dominante (funcionarios o jefes de estado) de apropiarse de los medios masivos y la creación de toda una red de instituciones para capacitar personal en el manejo adecuado de los mismos, ya que su gran penetración es fuente abundante para formar una ideología en los medios dominados, con el propósito de la supervivencia del mismo sistema.

A través del control de los medios se trata de alcanzar un fin: el de uniformar los gustos y las opiniones políticas y culturales en la población.

Los medios de información aparentan cumplir ante los ciudadanos otorgando una información veraz y objetiva, aunque nos hemos dado cuenta que esto no es así por una sencilla razón: el sistema y la organización política es siempre contrario a la información, debido a que este sistema burocrático anula y silencia los hechos que no le convienen. Lo que es cierto es que tenemos una libertad muy limitada, ya que se encuentra bajo ciertas restricciones y condiciones.

2.1.1. Los roles del partido oficial en el proceso de comunicación social.

Si bien el Estado aparece a lo largo de la historia como actor principal de la instancia política, los partidos políticos son otra pieza clave sin los cuales no pueden entenderse a los sistemas políticos modernos.

Remontándonos a su origen, los partidos políticos se conciben "...como entidades cuyo fin consiste en promover la participación del pueblo...; en recabar la adhesión de los ciudadanos...; en definir con amplitud sus principios, tesis y programas, así como los análisis y opiniones que formulen respecto de los problemas de la sociedad".³³

Sin embargo, para realizar esa actividad los partidos políticos con el tiempo encontraron un aliado: los medios de comunicación. En el último siglo los medios han tenido una participación más real dentro de los procesos electorales, situación que, a últimas fechas, algunos partidos políticos han usufructuado en su máxima expresión.

Se habló ya del manejo y centralización de la información por parte del gobierno y su peso como instrumento político para imponer a la mayoría las orientaciones necesarias para la perpetuación del poder.

En México, todos sabemos que el poder siempre se encontró bajo la fórmula gobierno–PRI (1929-2000) ya que el estado mexicano logró crear un sistema unipartidista. A raíz del triunfo de la Revolución Mexicana el gobierno inculcó una marcada conciencia nacional e histórica que ha transmitido sobre todo a través de las instituciones educativas que en los últimos años tiende a cambiar debido a la influencia que ejerce la televisión.

³³ José Barragán B. *El origen del derecho de asociación política en España*. Citado por el mismo autor en *Introducción al derecho mexicano. Derecho de la Comunicación e Información*. p. 34

Asimismo, el partido (PRJ) se presenta como el administrador de la Revolución y adquiere por ella hasta la fecha legitimación. Esa legitimación relativamente alta y el elevado grado de autonomía del Estado posibilitan este desarrollo del partido oficial.³⁴

Es importante resaltar que una característica básica de los partidos políticos es que éstos aspiran a canalizar la información a favor suyo. Si bien es cierto que en la actualidad se ha impuesto la prensa de información o comercial, no debemos olvidar que, en sus orígenes, el periodismo escrito fue una arma de combate al servicio de los partidos y más tarde se intentó a través de los medios electrónicos.

Desde su nacimiento, el Partido Nacional Revolucionario buscó contar con su propio medio de comunicación. En 1930, un año después de su nacimiento, en el periodo presidencial de Pascual Ortiz Rubio, el PNR inauguró la XEFO, emisora que tenía como objetivos: "... la difusión de la doctrina del partido; información diaria de la gestión del mismo, así como de los gobernantes, e incorporación espiritual de las masas proletarias al arte y la literatura."³⁵

El partido utiliza su estación en la campaña presidencial de Cárdenas y de 1934 a 1940 difundirá las principales realizaciones de su gobierno. La trayectoria de la XEFO como del PRM se verá interrumpida en 1946, cuando el presidente Miguel Alemán decide entregar la concesión de la estación a radiodifusoras privadas ya que para entonces tienen preparado el advenimiento de la televisión.³⁶

En 1950 Miguel Alemán decidió entregar la naciente televisión a la gestión de los intereses privados. Este acto marcó un nuevo intento del Estado en el manejo, en este caso, de su

³⁴ Cfr. Bohman *Op. Cit.* p. 240

³⁵ Fátima Fernández Christlieb. *La industria de Radio y Televisión. Gestión y desarrollo.* p. 240

³⁶ *Idem.*

propia televisión. Inicialmente lo hizo de manera tímida para después convertirse en varios canales comerciales que dieron pie al monopolio privado de la televisión ³⁷

Desde entonces la televisión en mayor grado, la radio y la prensa (salvo excepciones) han constituido un vehículo de servicio para que el PRI se mantenga durante tantos años en el poder. Además de su acentuada inclinación partidista, la televisión pone a la vista de todos los errores de los servidores de la nación y más incisivamente los de oposición.

Esa dictadura gobierno–PRI ha consistido en colocar incondicionales en puestos políticos muy importantes para así poder controlar a los líderes, manejar a las masas y eliminar a los opositores irreductibles en la cual gracias a la ayuda de los medios ha manifestado “una de sus formas que es la manipulación organizada de la voluntad ciudadana”. ³⁸

Una de las tareas del gobierno es encontrar la forma de convencer a través de la televisión principalmente, a los habitantes de la nación que el candidato del partido oficial es el más preparado para la presidencia y de esta manera continúe vigente el sistema lo cual hace evidente “la intervención directa del aparato del Estado con todos sus recursos y poderes en beneficio de los candidatos de un partido”. ³⁹

El Estado se ha valido de los medios para actuar sobre los ciudadanos y manipular su voto. Especialmente a través de los medios electrónicos, se ha intentado vender las imágenes de los candidatos de los partidos políticos, es decir que el gobierno a través del partido oficial “venden sus candidatos” y sus programas del mismo modo que una empresa vende sus productos”. ⁴⁰

³⁷ Cfr. Miguel A. Granados Chapa. *La Televisión y el Estado. En busca del tiempo perdido.* p. 223

³⁸ Lui Villoro. “Transformar el Estado”. *La Jornada*, p. 11

³⁹ *Ibidem*.

⁴⁰ José Luis García Fajardo. *Comunicación de masas y pensamiento político.* p. 49

Por eso los partidos políticos, especialmente en periodos electorales, buscan resaltar la imagen del candidato y pagan grandes cantidades de dinero a especialistas en propaganda electoral para mostrar, a través de los medios, un candidato carismático, al cual los especialistas adiestraron en su comportamiento y actitudes.

Se ha visto que los medios han tenido una participación más real dentro de los procesos electorales en el último siglo. Sin embargo, todo parece indicar que esta participación ha respondido más a las necesidades de los dueños de los medios y sus tendencias partidistas que a las expectativas reales del público.

Merece especial atención resaltar que los procesos electorales en la década de los ochentas presentaban mayor complejidad que en la anterior debido a varios factores de los cuales pueden resaltarse: el crecimiento natural de la población, las transformaciones sociales de los votantes, la posibilidad de registro de nuevos partidos políticos, la introducción del principio de representación proporcional en la integración de la Cámara de Diputados, así como la adición al Artículo 6º constitucional el cual garantiza el acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación masiva a raíz de la reforma política.

Aunado a esto la precipitación de la crisis en 1982 imprimieron a los procesos electorales posteriores un carácter peculiar porque con el descontento de la situación económica que imperaba se dio la posibilidad que la población se expresara en votaciones a favor de los partidos de oposición.

En 1983 aún cuando el gobierno intentó mantener la hegemonía en el poder sufrió algunos descalabros ya que con Miguel de la Madrid al frente culminaron algunos procesos iniciados con el gobierno anterior. En estas elecciones el PRI triunfó en gubernaturas y diputaciones así como en la gran mayoría de los ayuntamientos pero perdió dos ciudades

capitales: San Luis Potosí, donde ganó el candidato del Frente Cívico Potosino y en Guanajuato donde obtuvo el triunfo una coalición PAN -PRD.

En julio de ese mismo año el PRI tuvo en Chihuahua una de las derrotas más espectaculares de su historia. Perdió frente al PAN siete alcaldías de importancia, entre ellas la capital del Estado y Ciudad Juárez.

A pesar de los acontecimientos sucedidos en los procesos electorales, en los medios de comunicación se imponía un estilo de informar que daba primacía al conjunto de acontecimientos y declaraciones provenientes del gobierno tratando de minimizar las actividades de los otros partidos políticos.

Un acontecimiento importante que sirvió como parteaguas en los procesos electorales fueron las elecciones de 1988 ya que si bien es cierto que, en la mayoría de los casos, la clase hegemónica selecciona la información que ha de transmitirse y/o publicarse en los medios y considerando que esta clase mayoritariamente pertenecía al partido oficial PRI en la práctica se demostró que aún cuando los medios indicaban una cosa, la posición del público fue otra, es decir que la gran cantidad de propaganda del PRI de nada sirvió porque la elección de los ciudadanos distó mucho de lo que se había manejado a través de los medios electrónicos, sobre todo.

La radio y la televisión estuvieron mayormente relacionados con las acciones del aparato gubernamental, sus funcionarios y las actividades electorales. Y sin duda alguna no se manifestó una igualdad informativa, en donde el favoritismo predominó en los medios informativos.

Encontramos por ejemplo, según datos del texto de Pablo Arredondo, que el noticiario 'Día a Día', del entonces Imevisión, perteneciente al Estado en 87.13 por ciento de los

encabezados tuvieron como referente principal al PRI frente al 3.96 por ciento del resto de los partidos y el 8.9 por ciento otros temas relativos a las campañas⁴¹ y el proceso electoral. Dentro de “24 Horas” se dedicó el 79.4 por ciento de los encabezados al PRI, un 9.52 por ciento al conjunto de los partidos fuertes de oposición y otro 9.52 a otros temas electorales. Así podemos encontrar casos similares tanto en radio como en prensa. Con lo anterior se pudo constatar la inequidad en la cobertura y el tratamiento informativo de los noticiarios televisivos y radiofónicos durante ese año electoral.⁴²

Aun cuando en elecciones anteriores el PRI había perdido algunas posiciones, desde su fundación, el Partido Revolucionario Institucional no había perdido como ocurrió el 6 de julio de 1988. Cuando la oposición se agrupó en un Frente Democrático Nacional que no reconoció el triunfo de Carlos Salinas de Gortari y con ello atrajo a los priístas inconformes que con sus votos le dieron vida a grupos que ya estaban agonizantes. Asimismo, la estructura del PRI se fracturó considerablemente por las importantes deserciones de sus militantes.

Las críticas a los medios electrónicos arrieron en ese año, pero los partidos políticos opositores adquirieron una mayor presencia en la televisión y la radio al amparo de la nueva legislación electoral.

En las elecciones de 1994 se puso en práctica una nueva estrategia político – propagandística en México: *el debate televisivo*. Los debates televisados practicados ya en la mayoría de los países europeos, Estados Unidos y Canadá son de gran utilidad para los electores, puesto que presentan una oportunidad para muchos de ellos y así comparar posiciones, personalidades y las habilidades de los candidatos al mismo tiempo, en el mismo lugar.

⁴¹ Pablo Arredondo Ramírez. *Así calló el sistema de comunicación y las elecciones de 1988*. p. 77

⁴² *Idem*.

Se puede así estudiar las actuaciones, las diversas políticas y evaluar las similitudes y diferencias de los puntos de vista de los candidatos presidenciables.

Así se ha confirmado mediante encuestas que el debate televisado representa el único acceso directo y limpio a la política, además de orientar en ésta a los ciudadanos. “Múltiples encuestas han comprobado que un porcentaje elevado de electores toma su decisión después de los debates”.⁴³

Este es sólo un motivo (tal vez el principal), por el cual los candidatos desean participar en los debates televisivos puesto que de esta manera su popularidad puede aumentar. Hemos podido observar que los debates tienen efectos profundos, ya que producen:

- 1) Un factor decisivo en la recta final y pueden marcar la diferencia entre el triunfo y la derrota.

Si bien recordamos nuevamente el debate que se llevó al cabo antes de las elecciones de 1994, elevó la cantidad de afiliados del Partido Acción Nacional (PAN), ya que la actitud de quien fuera su candidato, Diego Fernández de Cevallos, fue imponente y seria (fue el primero que atacó directamente), exponiendo con argumentos las acciones de los otros candidatos políticos (PRI y PRD).

- 2) Se puede extender su influencia y también corregir aspectos negativos de su imagen.
- 3) Orientar a los indecisos.

⁴³ Florence Toussaint. *“Democracia y medios de comunicación, un binomio inexplorado”*. *La Jomada* . p. 18

En nuestra nación no solamente se quedó en la exposición de posturas de los partidos, sino que fue aprovechada por los medios para desprestigiar las figuras de los candidatos, es decir, que el debate dejó otras secuelas sin lugar a dudas. ⁴⁴

El abuso de las repeticiones del fragmento del discurso del candidato Ernesto Zedillo Ponce de León fue con el objeto de dejar fuera a Cárdenas, impulsando la figura priísta en todos los cortes de edición de los noticieros de la televisión.

Es aquí donde se pone en entredicho la imparcialidad informativa en los momentos de campaña. El debate significó excelente pretexto para que los medios atacaran de una forma indirecta al candidato del PRD, debido a su desempeño ante las cámaras.

En los noticieros poco o nada se dijo de los planteamientos vertidos. En cuanto a Cárdenas, mucho y con especial énfasis en de las fallas de su discurso, su imparcialidad ante los ataques de Fernández de Cevallos y su actitud parca y opaca para responder. Se logró una manipulación de forma que apareciera como perdedor, omitiendo al cien por ciento el desastroso papel que tanto en ideas como en desenvolvimiento había hecho Zedillo y que objetivamente fue el peor de los candidatos para la confrontación política, pero ¿para esto se encuentran los medios o no?.

De esta manera es como se forma, por parte de los medios informativos, un orden partidista, y contribuye para influir en la ciudadanía, la que puede cambiar o decidirse de acuerdo con la imagen y la propaganda que le proyecta cada candidato. Es así como podemos establecer que los debates por televisión son una nueva forma de propaganda política, copiada de los Estados Unidos.

⁴⁴ *idem.*

Aquí es conveniente abrir un espacio para reflexionar; ya que hace falta profesionalizar a los medios para un servicio público y ponerlos a salvo de la contienda partidista, así como, dejarlos en plena “autonomía que no implica soberanía, sino facultad para decidir sus propios asuntos, conforme a su propios valores”.⁴⁵

Los aparatos de difusión masiva se tornan vitales para la lucha política, puesto que los medios son los vehículos mediante los cuales es posible hacer llegar la *oferta política* a la ciudadanía.

El excesivo peso político de los medios es tal, que hay quienes sostienen que el foro de atención principal de los partidos en tiempos de campaña se diseñan teniendo en mente a los medios como interlocutor primordial de candidatos.

2.1.2. La construcción de una cultura ciudadana como resultado de la acción de la comunicación.

No hay actividad humana en la que el hombre no haya sentido la necesidad de comunicarse. No podríamos afirmar en que medida la comunicación actuó en la acción social o ésta originó la comunicación. Lo cierto es que ambas guardan una relación simbiótica que en momentos de algidez originan cambios sociales. En México, los cambios sociales han sido recurrentemente producto de revoluciones.

Es elemental entender que la acción social provoca un movimiento constante, sin embargo es necesario resaltar los momentos coyunturales de éstos, ya que generan cambios sociales.

⁴⁵ Luis Villoro. Op. cit. p. 16

Como menciona Rogers Everett el cambio social constituye "un proceso por el cual ocurren alteraciones en la estructura" ⁴⁶

En la sociedad mexicana se logró un cambio sustantivo primero con la Guerra de Independencia y luego con la Revolución Mexicana. Incluso los principios emanados de la Revolución Mexicana han constituido el "caballito de batalla" del partido que ha gobernado a nuestro país los últimos setenta años.

Aunque debemos reconocer que durante las dos últimas décadas se ha ido gestando paulatinamente una mayor participación de la ciudadanía en un tránsito que se ha dado en llamar *cultura política*. El término se ha utilizado en diferentes situaciones y bajo distintos fenómenos. Para tratar de ubicar el concepto de cultura política recurrimos a Almond y Verba, en su estudio pionero sobre el tema en el cual se afirma "La cultura política de una nación es la peculiar distribución de patrones de comportamiento respecto de asuntos políticos, entre los miembros de dicha nación." ⁴⁷

Casi dos décadas después (los ochentas) Craig y Cornelius, al presentar un estudio sobre cultura política en México ampliaban aquel marco legal y la entendían como "el conjunto de conocimientos, percepciones, evaluaciones, actitudes y predisposiciones de comportamiento a través de los cuales los miembros individuales del grupo y/o los subgrupos entienden e interpretan a las instituciones y a los procesos políticos, así como sus propias relaciones con esas instituciones y esos procesos". ⁴⁸

Así podríamos enlistar una gran cantidad de definiciones y no concluiríamos, aunque como dice Norbert Lechner "No contamos con una concepción reconocida de cultura política ni

⁴⁶ Everett M. Rogers y F. Floyd Shoemaker. *La comunicación de innovaciones. Un enfoque transcultural*. p. 293

⁴⁷ Gabriel A. Almond y Sidney Verba. *The Civic Culture. Political Attitudes and the Democracy in Five Nations*. Princeton University Press, 1963, pp. 14-15. Citado por Raúl Trejo Delarbre. *¿Cultura Política? De los medios a las mediatizaciones*. p. 96

⁴⁸ Raúl Trejo Delarbre. *Op. cit.* p. 96

mucho menos existe un acuerdo acerca de lo que debiéramos entender por cultura política democrática ... Es cierto que carecemos de un concepto de cultura política pero el fenómeno existe".⁴⁹

Una cosa si es evidente que "la cultura no se limita o denota principalmente la opinión y pensamiento en torno al Estado, la política *stricto sensu* y las élites dirigentes.

La cultura política está integrada por nuestras nociones conocimientos y actitudes en terrenos muy variados: percepción de la ética global de una sociedad, autoestima por los valores y tradiciones nacionales, interpretación de la forma de operar de la justicia en la sociedad, sensibilidad en torno a los problemas religiosos, nuestros referentes culturales más amplios, etc." ⁵⁰

Lo importante aquí es destacar que la cultura política en la práctica se convierte en una **cultura ciudadana** y esto sucede, como afirma Trejo Delarbre "... cuando accede a un estado de conocimiento y participación respecto del sistema de gobierno... la cultura política de una sociedad la conforma un amplio acervo de conocimientos, orientaciones y normas..." ⁵¹

El conocimiento entendido como la distribución entre los individuos que componen a la sociedad y lo inherente a ella como a las instituciones, a la práctica política, a las fuerzas políticas que operan en un determinado contexto. Las orientaciones más o menos difundidas por ejemplo: la indiferencia, el cinismo, la rigidez, el dogmatismo o por el contrario el sentido de confianza, la alusión, la tolerancia hacia las fuerzas políticas distintas de la propia etc. Y finalmente las normas como por ejemplo el derecho y el deber

⁴⁹ Lechner Norberth *Presentación a una cultura política y democratización*. FLACSO-CIACSO, Santiago de Chile, 1987 pp. 9-10. Citado por Raúl Trejo D. *¿Cultura Política? De los medios a las mediatizaciones*. p. 119.

⁵⁰ UNAM. Memoria... *Op. cit.* p. 119

⁵¹ Lechner Norberth. *Op. cit.* p. 98

de los ciudadanos de participar en la vida política, la obligación de aceptar las decisiones de la mayoría, la inclusión o exclusión del recurso a formas violentas de acción.⁵²

Desde luego que en la praxis social ese conjunto de aprendizajes, actitudes y reglas indudablemente cambian de acuerdo con la información que el ciudadano reciba. Así nuestra sociedad sería más participativa si tuviera mayor acceso a las informaciones políticas de carácter general. Como afirmamos al principio, en México a fuerza de insistir una y otra vez, a contra corriente, se ha ido forjando muy limitada pero existe la pluralidad en distintos medios de comunicación lo que poco a poco ha ido formando una nueva cultura política y por ende una incipiente cultura ciudadana.

La construcción de una cultura ciudadana implica concebir a la información como un vehículo para que la sociedad pueda conocerse y participar con conocimiento de todos los hechos sociales. La participación de todos y en los diferentes niveles requiere desde luego el contacto, del conocimiento mutuo y ampliado continuamente, tanto en el número de sujetos opinantes como en los objetos de opinión que son los instrumentos contemporáneos de la comunicación y su acción diaria al servicio de la opinión pública, representan el fundamento imprescindible para una verdadera sociedad democrática que necesita estar informada e intercomunicada.

Si el punto de partida de la sociedad es la búsqueda deliberada de un destino común que coordine los pensamientos y la acción organizada de sus miembros, la comunidad natural se nos aparece como la garantía para defender la individualidad y la *pluralidad social* en la búsqueda pluriforme de lo que se tiene cada momento por necesario y bueno para la sociedad.⁵³

⁵² *Idem.*

⁵³ Benito Angel. *Fundamentos de teoría general de la información.* p. 38

2.2 Las directrices del proceso de comunicación social en las últimas administraciones gubernamentales de México.

Desde el surgimiento de los medios el Estado Mexicano se enfrenta al gran reto de la comunicación a través de los medios y a la forma de involucrarlos en la solución de sus problemas pero sobre todo que respondan a nuestra realidad social y económica sin perder de vista la pluralidad de ideas de los grupos sociales, pluralidad que se resume a fin de cuentas en identidad dentro de las normas constitucionales que nos rigen.

Además es conveniente resaltar que el Estado Mexicano surgió bajo un modelo paternalista que ha patrocinado y alentado el desarrollo de organismos sociales: obras campesinas y empresarios, incluidos los de los medios de comunicación. Estos organismos participan y actúan en la vida política bajo el padrinazgo estatal. Unos han crecido más que otros y son más fuertes pero no podemos esperar que este proceso siga al infinito siempre con la esperanza de que el gobierno dé una solución a todo. Si la sociedad mexicana ha de fortalecerse, será a través del crecimiento autónomo de cada sector que en pleno uso de sus derechos exija la participación en todas las áreas de la vida social y especialmente en la comunicación social a través de los medios.

En México la comunicación social ha adquirido diferentes matices, pero todos con la misma bandera, el derecho de la información o la libertad de expresión. A ciencia cierta cada presidente ha dado su propio toque a lo que entiende por política de comunicación como veremos con Miguel de la Madrid, Carlos Salinas y Ernesto Zedillo.

Para Miguel de la Madrid era importante concentrar los medios de comunicación oficiales en uno solo y para ello instruyó a la Secretaría de Gobernación a través de un ordenamiento legal a concentrar los *instrumentos de comunicación social del Ejecutivo*.

De esta forma el Secretario de Gobernación Manuel Bartlett daba a conocer que como producto de esta reordenación se creaba el **Sistema Nacional de Comunicación** y estaría integrado por: Un Consejo de Coordinación, un Secretario Técnico, un Consejo General Consultivo y la Coordinación General. En tanto que la Dirección General de radio y televisión y Cinematografía se fraccionaba en tres institutos uno por materia respectivamente.

Con ese mismo ánimo de aglutinar todos los elementos dispersos en cuanto a medios se refiere pasaron a la Secretaría de Gobernación: Productora e importadora de papel (PIPSA), El Nacional, Canal 13, Radio México entre otras.

La crisis económica por la que atravesaba el país, obligó al gobierno a reducir el presupuesto que destinaba a publicidad gubernamental. Además de que se incrementó el precio del papel y eso originó la desaparición de algunos diarios vespertinos y por ende PIPSA ejerció mayor presión sobre aquellos diarios que atacaban al gobierno.

Miguel de la Madrid, represor en gran medida con la prensa y el cambio, otorgó todas las facilidades para la conformación del consorcio Televisa en pago tal vez por los favores recibidos durante su campaña.

Con este presidente se adquirió el hábito de rendir un mensaje a la nación después de realizar viajes al exterior y al inicio de cada año, con el fin de dar a conocer al pueblo mexicano el objetivo de su visita y los resultados obtenidos. Como parte de la reestructuración, en 1985 entró en funciones el Sistema Estatal de Televisión Imevisión.

El hecho de dar impulso al federalismo favoreció el crecimiento de los medios de comunicación estatales y junto con ellos la producción de su programación tanto en

televisión como en radio. En este periodo se preponderó a las instituciones gubernamentales por sobre las emisoras universitarias.

Con Miguel de la Madrid se presentó la oportunidad de hacer una política de comunicación social más compartida con la población en un sentido de servicio a la comunidad, es decir, que los medios realmente coadyuvaron a mantener informada a la sociedad. Ese momento se presentó gracias a los sismos de 1985 cuando, dadas las circunstancias, los medios dieron un giro en su programación. Desgraciadamente el gobierno no se percató y más bien fomentó el incremento de los medios electrónicos comerciales y la constante represión a informadores.

Durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari la nación fue zigzagueante. Al principio, los medios de comunicación jugaron un papel determinante, ya que resultaban el instrumento ideal para legitimar *a posteriori* su sistema de gobierno. Aunado a su proyecto modernizador intentó convencer a la población de su disposición y confiabilidad para sacar adelante al país.

La recesión económica en la que Miguel de la Madrid había dejado al país obligaba a Salinas de Gortari a renegociar la deuda externa porque resultaba una acción trascendente para todas y especialmente para él que buscaba su legitimación.

Una alternativa para allegarse recursos consistió en la venta de paraestatales y con ello se evolucionaba del patrimonialismo al modernismo. Esa venta involucraba por supuesto el ámbito de la comunicación social y lo que se había avanzado en este campo con Echeverría, López Portillo y Miguel de la Madrid se venía abajo con la modernidad del libre mercado y de una economía superavitaria que sólo duró un sexenio.

Una de las primeras acciones en materia de telecomunicaciones para garantizar la rectoría del Estado y promover el desarrollo integral de éstos fue la creación de telecomunicaciones de México (Telecomm) creada por decreto en el Diario Oficial en 1989 y por ese mismo decreto se vendió a Teléfonos de México el uso y aprovechamiento de la red de microondas para larga distancia nacional y para telefonía celular.

En el campo de los medios de comunicación estatales Salinas determinó que éstos deberían adoptar criterios de responsabilidad y eficiencia a la par de la televisión privada, es decir, prevaleció el criterio mercantil y se soslayó la función social a través de los medios estatales. A fin de cuentas logró salvarse Canal 11 en virtud de la creación de un fideicomiso de apoyo a dicho canal.

Pese a las protestas de la sociedad civil, la Comisión Intersecretarial de Gasto - Financiamiento creada con ese fin continuó con la venta del paquete Compañía Operadora de Teatros (Cotsa), Estudios América, Impulsora de Televisión de Chihuahua y del periódico el Nacional.

Así pues, las acciones de Carlos Salinas en política de comunicación fueron disímbolas y autoritarias. En el caso de la prensa hablaba de modernizar sus relaciones, sin embargo la manipulación informativa en la prensa fue externa.

En el ámbito de la comunicación internacional, Salinas de Gortari consideraba que la comunicación debería afrontar dos retos: modernizar su operación para lograr una mayor competitividad en los mercados internacionales y al mismo tiempo lograr el acceso a nuevas fuentes de financiamiento y de tecnología.

No mostró una definición clara en cuanto a política de comunicación de sus actividades incluso denominaba con este concepto a los mensajes publicitarios de su gobierno. Es más,

creó un lineamiento para la aplicación de los recursos federales destinados a la publicidad y difusión y en general a las actividades de comunicación social. Precisamente esa indefinición política de comunicación propició casi al final de su mandato el uso indiscriminado de los medios de comunicación para promocionar programas gubernamentales y al candidato de la república.

En tanto que el escenario político y económico en el que llegó Ernesto Zedillo a la Presidencia de la República lo obligó a realizar un gran esfuerzo por conjuntar a los partidos políticos más importantes y firmar el Acuerdo Político Nacional y con él se sentaba el precedente para la Reforma Política del Estado con el consenso de las fuerzas políticas nacionales.

Parte de la modernización administrativa fueron los medios de comunicación ¿qué hacer con ellos? ¿cómo incorporarlos en la mesa central para la Reforma Política del Estado?

El primer paso en el camino fue la aprobación del dictamen de la Iniciativa de Reforma al Artículo 28 Constitucional a través del cual el Estado podría otorgar concesiones o permisos a particulares sin afectar desde luego la soberanía nacional.

También en la Cámara de Diputados se creó la Comisión Especial de Comunicación Social con el fin de proponer una nueva legislación para reglamentar a los medios de comunicación. De la Investigación de la mencionada Comisión surgieron dos Iniciativas de Ley una reglamentaria de los artículos sexto y séptimo denominada Ley Federal de Comunicación Social y la otra referida a la libertad de expresión que abordaba el derecho a la información.

En 1996 se hicieron importantes ajustes a la política de comunicación en materia administrativa como la designación de nuevos cargos. Se nombró a Carlos Almada López

como Director de Comunicación Social y a la vez como Vocero Presidencial el cual trabajaría coordinadamente con la Secretaría de Gobernación.

Y en junio del mismo año fue creada por Decreto Presidencial la Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno Federal⁵⁴ la cual se ocuparía de formular, regular y orientar la política de comunicación del aparato gubernamental así como establecer relaciones con los medios de comunicación nacionales y extranjeros.

A partir de este momento el gobierno zedillista planteó reiteradamente que los medios de comunicación autorregularan la difusión de sus contenidos en función de ciertos parámetros éticos que ellos mismos fijan además que el gobierno no estaba a favor de limitar la libertad de expresión y dejaba a los comunicadores la responsabilidad de lo que publicaban o expresaban en cada medio.

Los partidos políticos en su afán de lograr una reglamentación empezaron una lucha interna en la Comisión Especial de Comunicación de la Cámara de Diputados que cristalizó en una reunión con el Secretario de Gobernación el cual afirmó que pretender normar las garantías individuales lesionaba la libertad de expresión. Con lo cual las opiniones recabadas en la Consulta Nacional de Comunicación Social tendrían que esperar para un mejor momento.

Hasta 1997 la política de comunicación era en el mismo sentido 'el gobierno de México mantiene el compromiso de respetar la crítica y garantizar la libertad de expresión que ejercen los comunicadores' afirmaba el Secretario de Gobernación Emilio Chuayffet.

En abril de 1997 fue nombrado Alejandro Carrillo Castro como Coordinador de Comunicación Social y en su opinión la política de comunicación debía ser regulada y contar con leyes claras y adecuadas al momento que se está viviendo refiriéndose desde

⁵⁴ Decreto por el que se reforma y adiciona el Reglamento Interior de la Segob. DOF. 19-Jun-1996. pp. 28-29

luego a la obsoleta Ley de Imprenta y de Radio y Televisión. Casi al mismo tiempo la Comisión Especial de Comunicación Social de la Cámara de Diputados presentó una Iniciativa de Ley para crear la Ley Federal de Comunicación Social, la cual llegó a su momento de algidez hasta 1998 cuando en la LVII Legislatura volvió a manejarse que el derecho a la información debe ser garantizado por el Estado y promovió la Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social a través de la comisión lo que armó gran revuelo entre los dueños de los medios y el propio gobierno, a tal grado que los primeros la denominaron "Ley Mordaza" y la verdad, dicho sea de paso, es que se lesionaban intereses creados entre el Gobierno Federal y algunos medios jurídicos que permiten al primero partidas presupuestales de publicidad sin fiscalización.

En esencia la política de comunicación de Ernesto Zedillo consistió en autorregulación de los medios a través de un código de ética que no limitara la libertad de expresión y a ello aunaba un elemento más la tolerancia donde cada quien es libre de elegir sus comunicaciones y aceptar que otros puedan gozar de la misma libertad con convicciones y formas de vida diferentes.

2.2.1. La comunicación social en la administración del Lic. Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988)

Al entrar en funciones el presidente Miguel de la Madrid retomó en su Plan Básico de 1982 – 1988 la garantía del derecho a la información y habló de la obligación que tiene el Estado de "... que la colectividad reciba la información oportuna, objetiva e imparcial, necesaria para permitir la configuración de una opinión pública, libre y democrática".⁵⁵

⁵⁵ Citado por Karin Bohmann. *Op. cit.* p. 314

Sin embargo, después de asumir el poder dio un giro inesperado a su lema de la *Renovación Moral*. Se trató de una amplia campaña de moralización de la vida pública, la cual también debía alcanzar a los medios de comunicación. “La renovación moral” tenía como objetivo castigar las prácticas de soborno de los políticos mexicanos.⁵⁶

Estas acciones originaron que el gobierno de Miguel de la Madrid iniciara sus actividades, en cuanto a la política de comunicación social, en un ambiente de tensión con los medios de comunicación y en especial con la prensa escrita ya que a escasos cuatro días de que concluyera el régimen de José López Portillo se expidió el **Reglamento de Publicaciones y Objetos Obscenos**, de acuerdo con sus 25 artículos cualquier cosa o expresión podrían ser consideradas obscenas.⁵⁷ Lo que finalmente culminó con la derogación del mismo el 10 de diciembre de 1982. En ese mismo mes el presidente, para seguir congruente con la *Renovación Moral*, envió dos Iniciativas de Ley una para modificar el Código Penal para el Distrito Federal en materia del fuero común y para toda la república en materia federal en el cual se tipificaba el delito de deslealtad:

“... Comete el delito de deslealtad ... el servidor público que por sí o interpósita persona sustraiga, destruya, transmita, oculte o inutilice ilícitamente información o documentación que se encuentre bajo su custodia o a la cual tenga acceso o de la que tenga conocimiento en virtud de su empleo, cargo o comisión, y ... cualquier persona que difunda información a que hace referencia la fracción anterior de este artículo y que tenga conocimiento de que su difusión es ilícita ...”⁵⁸

Y por supuesto se enfatiza en el servidor público y el uso de la información.

⁵⁶ *Idem.*

⁵⁷ Cfr. Rodríguez Castañeda, Rafael. *Prensa Vendida*. p. 231

⁵⁸ *Ibidem.* p. 232

La segunda iniciativa proponía reformas al Código Civil para tipificar el delito de *daño moral* ya que se consideraba imprescindible la existencia de una vía accesible y expedita para resarcir los derechos cuando sean ilícitamente afectados y la existencia del daño moral quedaba al arbitrio de la autoridad:

“ ... Cuando un acto u omisión ilícitos produzcan daño moral, el responsable del mismo tendrá la obligación de repararlo mediante un pago compensatorio en dinero ... Por daño moral se entiende la lesión que una persona sufre en sus derechos de la personalidad, tales como sus sentimientos, afecciones, creencias, decoro, honor, reputación, secreto de su vida privada e integridad física, o bien en la consideración de sí misma ...” ⁵⁹

Al parecer los términos en los que se consideraba en el Código el *daño moral* limitaba la libertad de expresión, sobre todo del gremio periodístico.

Las dos iniciativas fueron duramente criticadas por dirigentes de agrupaciones periodísticas, directores de publicaciones, caricaturistas, juristas, comunicólogos y partidos políticos. Pese a esto las iniciativas fueron aprobadas en enero de 1983. A partir de esas iniciativas, debemos acotar que el gobierno de Miguel de la Madrid ejerció una mayor censura y control sobre la prensa. Una prueba de ello lo constituyó el aumento en los precios del papel casi al inicio de su gestión así como el **ordenamiento legal** que concentró en la Secretaría de Gobernación los **instrumentos de comunicación social del Ejecutivo**. Estas acciones, sobre todo la primera, provocaron el temor de que se viera limitada la publicación de anuncios oficiales en la prensa escrita, lo cual pondría en serias dificultades económicas a diversos periódicos y revistas. El temor fue confirmado cuando los periódicos sintieron el abandono gubernamental ya que como repercusión de la crisis económica el gobierno redujo el presupuesto que destinaba a la publicidad gubernamental que por supuesto otorgaba a unos cuantos diarios selectos.

⁵⁹ *Idem.*

Las devaluaciones del peso elevaron notablemente el precio del papel: de 16 mil pesos por tonelada en 1982 se incrementó a 72 mil en 1983. Esta situación originó la desaparición de algunos diarios: “*el Diario de la Tarde*, vespertino de *Novedades* (noviembre 1982) *Última Hora* edición vespertina de *El Sol de México* (enero 1983), el vespertino *Diario de México* (marzo 1983), *¡Por esto!* (en abril)”⁶⁰ Además de que la mayoría de los diarios capitalinos redujeron personal y en otros casos disminuyeron el número de páginas y de enviados especiales.

Y por supuesto Pipsa ejerció mayor presión sobre las publicaciones que atacaban abierta o veladamente al gobierno, tal era el caso del semanario *Impacto* que desde hacia tiempo venía atacando fuertemente al gobierno y a su presidente.

En contraste con el trato que dio a la prensa, el gobierno, otorgó todas las facilidades para la consolidación del consorcio Televisa. Tal vez porque “... el grueso de su campaña presidencial fue diseñado, realizado y evaluado por televisa.”⁶¹ Y eso explica en parte porque después se otorgaron toda clase de concesiones a sus empresarios para crear revistas, hacer películas o en la obtención de permisos para estaciones de radio y televisión.⁶²

Es imprescindible resaltar que el ordenamiento legal abrigaba la reestructuración de los medios de comunicación e información oficiales. Así el 24 de marzo de 1983, el Secretario de Gobernación, Manuel Bartlett lo daba a conocer y también la incorporación del tema de la comunicación a la agenda de consulta popular próxima a celebrarse, “con el propósito de fortalecer el diálogo entre la sociedad y el gobierno, y de brindar una información oportuna y clara sobre las decisiones públicas y el acontecer nacional.”⁶³

⁶⁰ R. Rodríguez Castañeda. Op. cit. p. 233

⁶¹ Raúl Cremoux. Op. cit. p. 52

⁶² Idem

⁶³ Las Razones y las Obras. Gobierno de Miguel de la Madrid. Crónica del sexenio 1982-1988. Presidencia de la República. Unidad de la Crónica Presidencial y Fondo de Cultura Económica. México. 1988. Tomo I pp. 108 y siguientes.

El **Sistema Nacional de Comunicación** que surgiría de esta reordenación, estaría integrado por cuatro entidades fundamentales: ⁶⁴

- **Consejo de Coordinación.** Integrado por los titulares de las Secretarías de Gobernación; Hacienda y Crédito Público; Programación y Presupuesto; Energía, Minas e Industria Paraestatal; Comercio y Fomento Industrial; Comunicaciones y Transportes; Educación Pública; Salubridad y Asistencia; así como por los titulares de la Subsecretaría de Gobernación de la Secretaría de Gobernación, de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía; y de la Dirección General de Información de la Secretaría de Gobernación.
- **Secretario Técnico.** Integrado por los representantes de la Subsecretaría de Gobernación de la Secretaría de Gobernación; de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía; y de la Dirección General de Información de la Secretaría de Gobernación.
- **Consejo General Consultivo.** Integrado por representantes de todos los sectores de la sociedad (aunque no se especificó la manera en que se seleccionarían a los “representantes” de la sociedad).
- **Coordinación General.** De integración burocrática.

Este Sistema utilizaría sus propios recursos y utilizaría también, el 12.5 por ciento de tiempo fiscal en los medios comerciales, así como los 30 minutos diarios que le corresponden al Estado. ⁶⁵

⁶⁴ *Idem.*

⁶⁵ *Idem.*

En materia administrativa sin embargo, se dieron cambios sustanciales. El 25 de marzo de 1983, fueron publicados en el Diario Oficial de la Federación, tres decretos por los que la **Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía** de la Secretaría de Gobernación, se fraccionaba en tres Institutos, a saber: El **Instituto Mexicano de la Radio (IMER)**, el **Instituto Mexicano de Televisión (IMT)**, y el **Instituto Mexicano de Cinematografía (IMC)**, todos ellos presididos por una junta directiva integrada por funcionarios de gobierno y presididas por el Secretario de Gobernación.⁶⁶

Estos tres Institutos estarían a cargo de las labores operativas y de producción en sus respectivas ramas de la comunicación, mientras que la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación mantendría las facultades normativas, de supervisión y de orientación en los tres ámbitos.⁶⁷

El mismo decreto que creaba al IMER le adjudicaba seis emisoras radiofónicas y para 1985, el Instituto ya contaba con ocho emisoras radiofónicas⁶⁸

En ese ánimo de aglutinar todos los elementos dispersos en los sectores de difusión, pasaron a la Secretaría de Gobernación: "Pipsa, El Nacional, Canal 13, Radio México, Notimex, el cine con todas sus anexiones como Cotsa y Estudios Churubusco y América, la Agencia de Publicidad Cuauhtémoc."⁶⁹ Y por supuesto todas las tareas de producción y normatividad incluso de los Institutos recién creados.

En mayo de 1983, se celebraron las audiencias públicas relativas a la situación de los medios de comunicación y se presentaron las propuestas de reforma en materia de comunicación social. La convocatoria a esta consulta nacional tuvo una gran respuesta:

⁶⁶ Karin Bohmann. *Op. cit.* p. 315

⁶⁷ Las razones y las obras. *Op. cit.* p. 316

⁶⁸ Karin Bohmann. *Op. cit.* p. 316

⁶⁹ Raúl Cremoux. *Op. cit.* p. 53

concurrieron al foro 1,800 participantes con más de 2,600 ponencias, en las que se repetían las demandas para un decremento en la transmisión de publicidad comercial, así como la apertura democrática de los medios.

En opinión de Karin Bohmann, estas consultas (publicadas incluso por la Presidencia de la República) significaron tan sólo “una válvula de escape para aquéllos que no estaban conformes con que no se hubiera realizado una reglamentación al derecho de la información.”⁷⁰

El 1° de diciembre de 1983 en su discurso inaugural Miguel de la Madrid señaló que “fortalecería los sistemas para informar a la nación en torno a la marcha del Estado. Como parte de esta política el presidente mismo dirigió por radio y televisión un mensaje al comenzar cada uno tres primeros años de gobierno y después de sus viajes al exterior, con objeto de dar a conocer a los mexicanos el objetivo y los resultados obtenidos en los mismos. Además todas las dependencias del gobierno informarían periódicamente, sobre sus actividades y la situación de los asuntos a su cargo.”⁷¹

En este sexenio también inició la costumbre de que los titulares de los organismos gubernamentales comparecieran ante el Congreso, para informar sobre su actuación, presentaciones que se publicaban ampliamente.

Aún cuando el gobierno mostró gran preocupación por la comunicación social e hizo un gran esfuerzo por mejorar la calidad de la información y enterar a la opinión pública lo más profusamente posible de las acciones que realizaba y de la situación general del país la respuesta de la sociedad y de los críticos, especialmente seguía, debido a la gran diversidad

⁷⁰ Karin Bohmann. *Op. Cit.* p. 315

⁷¹ *Ibidem.* p. 54

ideológica que había en el conjunto de los medios de comunicación nacional y por el malestar que provocaba la crisis.

A pesar del descontento y como parte de la reestructuración iniciada dos años antes, en mayo de 1985 se puso en marcha el **Sistema Estatal de Televisión** <Imevisión> que compacta la Red Nacional 7 (recién creada) y el Canal 22 de circuito cerrado. Desgraciadamente, como afirma Cremoux, Imevisión careció de una estructura que orientara sus tareas a la realización de una verdadera televisión del Estado.⁷²

Las telecomunicaciones se adicionaron a la Constitución Mexicana, en el artículo 28 (publicada en el Diario Oficial de la Federación del 3 de febrero de 1983) y tal actividad estuvo a cargo del Estado. Sin embargo el *Sistema de Satélite Morelos* estaba destinado primordialmente a coadyuvar en el avance de la teleinformática y en actividades financieras y bursátiles así como en la administración empresarial. O sea que el uso de las telecomunicaciones no tenía como meta beneficiar el desarrollo de la radio y la televisión, al menos a corto plazo.

Por otra parte, el gobierno planteaba como un objetivo primordial el fortalecimiento del Federalismo, lo que ayudó a que varios Estados crearan sus propios medios masivos de comunicación de propiedad estatal. Un ejemplo de lo anterior son los Estados de Tabasco, Quintana Roo, México y Michoacán, que pudieron inaugurar durante ese sexenio, sus propios canales de televisión. Para 1986 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes informó que estaban tramitándose 193 solicitudes de concesión para establecer nuevos sistemas radiofónicos y televisivos estatales.⁷³

⁷² Raúl Cremoux. Op. cit. p. 53.

⁷³ Las razones y las obras. Op. cit. Tomo IV. p. 528

El 28 de junio de 1985 el Presidente inauguró el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (Canal 7 de la Televisión estatal) cuya cobertura llegaría hasta Belice, Guatemala y Cuba. En ese mismo mes, se inauguró la Primera Muestra - Concurso Nacional de Televisoras Estatales cuyo objetivo era implantar un adecuado sistema de colaboración entre las 22 emisoras estatales. En estos foros. El Director del Sistema Michoacano de Radio y Televisión solicitó en nombre de las estaciones de los estados, un acceso garantizado al Sistema de Satélites Morelos puesto que solamente Imevisión y Televisa contaban con canales asignados, a pesar de que había cerca de 24 frecuencias libres.⁷⁴

Así, durante el sexenio de la Madrid se fomentaron e impulsaron a las estaciones gubernamentales más que a las emisoras universitarias de corte cultural⁷⁵ y las empresas paraestatales de comunicación alcanzaron un desarrollo aceptable.

Este fomento de televisoras locales tuvo un relativo y simbólico éxito. Tanto el Sistema Quintanarroense como el Mexiquense lograban acercarse a una verdadera alternativa informativa y de esparcimiento para el público local, sin embargo, la excesiva dependencia de las emisoras al Poder Ejecutivo del Estado truncó todas las expectativas de estos nuevos medios de comunicación locales.⁷⁶

Cabe destacar que, durante el régimen de Miguel de la Madrid el Estado participó en el campo radiofónico con 17 estaciones, 7 de ellas en el D.F. y 10 en el interior de la República. En cuanto a la televisión, para 1985 la t.v. comercial y estatal cubrirían al menos con un canal, el 65 por ciento de territorio nacional y a finales de sexenio existían más de 400 emisoras televisivas. La gran mayoría de éstas eran repetidoras de los Canales 2, 5, 7 y 13. Tan sólo el Canal 7 contaba con 99 repetidoras en el interior de la República. Ello lo convertía en el medio masivo con mayor cobertura nacional. Sin embargo, solamente 26

⁷⁴ *Idem.*

⁷⁵ Cfr. Karin Bohmann. *Op. cit.* p.317

⁷⁶ *Las razones y las obras. Op. cit.* Tomo IV. p. 617

estaciones estatales producían y transmitían localmente, 10 de ellas en el D.F. y las 16 restantes repartidas en tan solo 11 estados del interior.⁷⁷

Entre 1983 y 1987 la televisión estatal aumentó al doble su producción de programas, la mayor parte de ellos eran de entretenimiento (a pesar de que en su origen los sistemas de comunicación estatales habían ofrecido ser culturales y formativos), mientras que la producción de programas de orientación, informativos y educativos no se incrementó en absoluto y representaba tan sólo el 40 por ciento del total de la producción televisiva estatal.

El inconveniente que presentó el desarrollo de este nuevo concepto de televisión estatal mexicana era su intento de competir con Televisa. Además, se distrajeron demasiados recursos para atender las demandas del propio gobierno puesto que Imevisión debía cubrir las actividades del Ejecutivo (nótese la grave exclusión de los otros dos Poderes Federales) y debía realizar también labores de difusión gubernamental lo que dio como resultado que la atención y producción de este tipo de “programas” fueran mayores que los destinados a la programación normal.

En 1988, Pablo Marentes, Director General de Imevisión, informó al Presidente de la Madrid que la empresa se encontraba financieramente sana a pesar de no vender *spots* para alcohol y tabaco, productos que destinan una gran cantidad de recursos a la publicidad masiva, de tal forma que “a partir de 1988, Imevisión operaba sin subsidios del gobierno, financiando su operación exclusivamente con los ingresos provenientes de su organización comercial”⁷⁸

Como podemos observar en este sexenio hubo un incremento importante de los medios tanto oficiales como comerciales especialmente electrónicos capitalizados por Televisa que,

⁷⁷ Las razones y las obras. Op. cit. Tomo VI. p. 611

⁷⁸ *Ibidem.* pp. 616-617

en *colaboración* con el Estado impulsó la comunicación vía satélite. Sin embargo no se crearon nuevos espacios para la expresión democrática aun y cuando en el *Plan Nacional de Desarrollo* se preveía un acceso equitativo de los medios y más todavía se proponía promover las modificaciones que aseguraran la objetividad e imparcialidad de la información sobre los partidos, campañas y candidatos.⁷⁹

En la práctica “de entre las muchas sorpresas que produjo el proceso electoral, de 1988 especialmente, habría que incluir la polémica pública que generó el manejo informativo de la televisión”. incondicionalidad de la televisión con el partido oficial fueron temas recurrentes en las campañas de los partidos opositores y en las páginas de ciertos rotativos del país.”⁸⁰

En tanto que al final de su sexenio Miguel de la Madrid se definía a sí mismo y su administración como “un gobierno informador” y a pesar de las innumerables críticas a su actuación, el 7 de junio de 1988 en la acostumbrada celebración del Aniversario de la Libertad de Prensa, el Presidente manifestó que “sin una opinión pública informada y participativa, no puede fortalecerse la democracia ... la responsabilidad del gobierno en materia de información no queda satisfecha con el simple respeto a la libertad de prensa, sino que es imprescindible apoyarla con todos los medios a su alcance”.⁸¹

Finalmente, cabe mencionar que la propia crónica del gobierno de de la Madrid pone eufemísticamente de manifiesto la grave corrupción y dependencia de los reporteros y el gobierno, señalando que:

“es conocido que la mayoría de los reporteros reciben compensaciones especiales en las dependencias gubernamentales sobre cuyas actividades informan. También se sabe que los

⁷⁹ Presidencia de la República. *Plan Nacional de Desarrollo*. P. 69

⁸⁰ UNAM. *Memoria del Seminario*. Op. cit. p. 55

⁸¹ *Las razones y las obras*. Op. cit. p. 607

periodistas están en general, sumamente mal pagados y que el dinero recibido por esta vía – comúnmente denominado ‘embute’ o ‘chayote’ – compensa sus ingresos. Todas esas circunstancias hacen muy estrecha la relación entre el gobierno y la prensa.”⁸²

En conclusión, no pudo cristalizarse una política de comunicación oficial incluyente de todos los sectores sociales. Especialmente porque hubo dos hechos relevantes que marcaron este sexenio el desaprovechamiento del clima favorable que propiciaron los sismos de 1985, para conducir a la comunicación social concesionada por un sendero de servicio y la otra la constante represión hacia los informadores.⁸³

2.2.2. La comunicación social en la administración del Lic. Carlos Salinas de Gortari (1988-1994)

En diciembre de 1988 iniciaba una nueva Administración, asumía la primera magistratura Carlos Salinas de Gortari y en su discurso inaugural marcó tres prioridades: la ampliación de la vida democrática pues estaba obligado a comprometerse a que la nación tuviese elecciones limpias, justas y transparentes; la recuperación económica con estabilidad de precios, y por último el mejoramiento productivo del nivel de vida de la población.

La negativa del candidato a participar en los debates públicos televisados que le proponían los candidatos opositores quedó atrás. Ahora el Presidente, con el estandarte de la modernización y la necesidad de *legitimar a posteriori* su sistema de gobierno, emprendió una serie de acciones en las cuales los medios de comunicación constituyeron un factor determinante para lograrlo. A partir de allí apareció constantemente en la televisión y en los noticieros televisivos, y se decía que el país avanzaba porque había una clara dirección en la cúpula.

⁸² *Idem.*

⁸³ Cfr. Raúl Cremoux. *Op. cit.* p. 53

Mediante el constante anuncio de un proyecto modernizador se intentó involucrar a toda la población hasta convencerla de su confiabilidad y buena voluntad para sacar adelante al país.⁸⁴

Hubo dos acciones estratégicas en la búsqueda de legitimación de Salinas: el gobierno reclamaba firmeza y respeto a la ley y lo demostró a través de los medios con las espectaculares detenciones de Joaquín Hernández Galicia la "Quina" y Salvador Barragán; y la de Eduardo Legorreta "El bayo".

Para junio de 1989 con el advenimiento del Plan Nacional de Desarrollo se generó una amplia movilización en los medios masivos de comunicación: entrevistas, reportajes, comentarios. En *el Plan*, en los acuerdos de su toma de protesta se sumaba el de 'defender la soberanía y promover los intereses de México en el mundo'.

El Plan Nacional de Desarrollo fincaba su arranque en tres líneas básicas: la estabilización de la economía, la ampliación de recursos para la investigación y la modernización económica.

Urgía salir de la recesión económica en que Miguel de la Madrid había dejado al país lo cual motivaba la necesidad de renegociar la deuda externa contraída con los bancos mexicanos acreedores. Era urgente la renegociación porque era trascendente para todos no solamente para el gobierno que buscaba su afirmación y la legitimación.

La alternativa consistía en la venta de paraestatales, así se obtendrían dividendos, se adelgazaba al Estado del patrimonialismo y pasábamos al modernismo. Desde luego esta alternativa afectaba el entorno de la comunicación social.

⁸⁴ *Ibidem.* pp. 89-91 y siguientes.

En ese contexto las elecciones en Baja California, en ese mismo año, donde resultó ganador Ernesto Ruffo Appel del PAN marcaba *el nacimiento* de la democracia y un elemento más de legitimación y confianza.

En materia de comunicación lo que se había conseguido con Echeverría, López Portillo y de la Madrid se venía abajo con la *modernidad* de libre mercado y de una economía superavitaria que no duró como después lo constatamos, más de un sexenio.

Previo a la venta de paraestatales, una de las primeras acciones en el ámbito de la comunicación lo constituyó la creación de **Telecomm** (Telecomunicaciones de México), a través de un Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 17 de noviembre de 1989 mediante el cual se fusionaba Telégrafos Nacionales y la Dirección General de Telecomunicaciones de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

El objetivo de tal fusión sería promover el desarrollo y la modernización integral de las actividades en materia de telecomunicación así como garantizar la rectoría del Estado sobre ella. Telecomm operaría y explotaría la Red de Estaciones Terrenas y Sistemas de Comunicación Vía Satélite.

Por este mismo decreto se “vendió” a **Teléfonos de México, S.A. (Telmex)** el uso y aprovechamiento de la red de microondas para Larga Distancia Nacional y para Telefonía Celular. Lo grave de este acaparamiento de señales digitales domésticas es que el gobierno no reservó ninguna forma de participación, control social o gubernamental, al momento en que **Telmex** fue vendida a los particulares.

El 21 de diciembre de 1989, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto relativo a la **Instalación y Operación de Equipos Terminales de Telecomunicación**, por el que se suprime el requisito de obtener permisos para operar equipo de telecomunicación

con el objeto de desregular la recepción de la información mediante las nuevas tecnologías como el Telefax y las señales digitales.⁸⁵

El 29 de octubre de 1990, se publicó un nuevo **Reglamento de Telecomunicaciones** “para complementar la regulación del título de concesión de Telmex, en materia de radiocomunicación, larga distancia nacional, telefonía celular, telefax” y otras ramas de la telecomunicación.

La ampliación del dominio de Telmex sobre las nuevas ramas de comunicación no apuntaba al control estatal de las nuevas tecnologías, por el contrario, era la *obertura del concierto* de inversión privada en el que se sumergía a la Nación durante todo el sexenio salinista. El 9 de diciembre de 1990, el gobierno anunció el final del proceso de desincorporación y venta de Telmex.⁸⁶

Para dar cumplimiento formal a la alternativa de venta de paraestatales se creó la **Comisión Intersecretarial de Gasto –Financiamiento** que se ocuparía de desincorporar y privatizar diversas entidades estatales.

Para el gobierno de Salinas en el campo de la televisión pública, los canales estatales deberían adoptar “criterios de responsabilidad y eficiencia similares a los de la televisión privada” con el objeto de volverse más competitivos ante el auditorio,⁸⁷ así lo manifestaba en el mes de agosto de 1990. Esta declaración ponía al descubierto la idea de comercializar todo tipo de empresa o entidad gubernamental o estatal bajo criterios mercantiles, sin considerar antes la función social que debía protegerse a través de tales entidades.

⁸⁵ Véase *Crónica del Gobierno de Carlos Salinas de Gortari 1988-1994*. Unidad de la Crónica Presidencial y Fondo de Cultura Económica. México, 1993. Tomo II. Segundo año p. 281.

⁸⁶ *ibidem*. p. 403

⁸⁷ *Crónica del Gobierno de CSG*. Tomo VI. Sexto año. p. 446 y siguientes.

Peligraban los canales estatales entre ellos Canal 11 que en 1988 enfrentaba serios problemas financieros y técnicos. A pesar de su escasa cobertura inicial, el Canal 11 podía ser sintonizado también a través del Sistema de Televisión por Cable, en virtud de un convenio de cooperación e intercambio, lo que representó un considerable incremento en su auditorio potencial.

Asimismo, el 11 de diciembre de 1989, el Canal 11 recibió su enlace al Sistema de Satélite Morelos. Se destinó gran parte de sus recursos financieros, técnicos y humanos para desarrollar dos programas importantes: “Enlace” y “Hoy en la Cultura”, que constituyeron los planes básicos de expansión del canal. De esta forma, para 1990 el Canal 11 transmitía 11 horas diarias en promedio.

A finales de enero de 1991, se nombró como Directora del Canal 11 a Alejandra Lajous, quien puso en marcha inmediatamente un programa de modernización del canal. Las metas que se propuso alcanzar eran básicamente tres:

1. Transmitir programación cultural de alta calidad
2. Incrementar a mediano plazo la autosuficiencia financiera.
3. Aumentar sustancialmente su auditorio.

En cumplimiento de este ambicioso proyecto, Canal 11 solicitó la reintegración a su patrimonio del transmisor ubicado en el cerro del Chiquihuite, que había sido usado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes desde 1968 y por Imevisión desde su creación. En 1991, se publicó el decreto que reintegraba dicho transmisor al Canal 11.⁸⁸

⁸⁸ *Idem.*

En junio de ese mismo año, se creó el **Fideicomiso de Apoyo al Canal 11** cuya finalidad era obtener fondos públicos y privados para financiar las actividades de producción y transmisión del canal.

De esta forma, después de fallidos intentos por fortalecer el desarrollo de la televisión estatal, el 14 de septiembre de 1990 la Secretaría de Gobernación anunció oficialmente la decisión de *vender* algunos canales de la Red Estatal de Televisión entre los que se encontraban los *canales 7 y 22*. El argumento para justificar la venta fue que con ello se fortalecería la estructura de la televisión pública en México y se proporcionarían opciones de mejor calidad a la ciudadanía.⁸⁹

Desde el 22 de marzo de 1990 y hasta el 20 de mayo de 1991 se habían recibido las propuestas para la compra de la Compañía Operadora de Teatros (COTSA), Estudios América, Impulsora de Televisión de Chihuahua y del periódico El Nacional. Todas ellas se sectorizaron para su venta, a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

La sociedad civil no conforme con la nueva política de privatización impulsada por el Salinismo publicaban el “sábado 26 de enero de 1991 una inmensa página entera con varios cientos de firmantes: escritores, médicos, investigadores, técnicos, actores, académicos, burocratas, becados...” en la que solicitaban a Carlos Salinas de Gortari que el Canal 22 no se vendiera y fuera destinado a actividades de orientación y tono cultural.⁹⁰

En respuesta a tal petición, el 27 de febrero de 1991 se creó e instaló el *Consejo de Planeación del Canal 22* y se nombró como presidente a Victor Flores Olea, Director del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. El Consejo estaba integrado por reconocidos

⁸⁹ Cfr. *Crónica*. Tomo II. Segundo año. pp. 341-342

⁹⁰ Raúl Cremoux. *Op. cit.* p. 101

académicos de la comunicación como Beatriz Solís, José Sarukhán K., Fátima Fernández Christlieb, Carlos Monsiváis y Raúl Trejo Delarbre.⁹¹

Este Consejo se reunió en los Pinos con el Presidente Salinas el 26 de junio de 1991, para entregar su primer informe de labores. A este acto acudieron como testigos Ernesto Zedillo, Secretario de Programación y Presupuesto, Manuel Bartlett, Secretario de Educación Pública y Otto Granados, titular de Comunicación Social de la Presidencia de la República.

De esta reunión no surgió ningún plan concreto en materia de comunicación social o de fortalecimiento de la televisión pública sino que, al parecer, se trató de una reunión en la que sólo se ratificó la 'buena voluntad' del gobierno para no vender el Canal 22.

Independientemente de la excepción hecha al canal 22, la *Comisión Intersecretarial* continuó con sus actividades y entre el 26 de febrero y el 20 de agosto de 1991, así como en enero de 1992 aprobó las propuestas de compra-venta que conformaban el paquete de referencia (Cotsa, Estudios América, Impulsora de Televisión de Chihuahua) y se designó a Multibanco Comermex como agente encargado de evaluarlas y venderlas. En el caso de El Nacional no se vendió porque no se presentaron propuestas.

Las acciones de Salinas en política de comunicación fueron disímbricas y autoritarias. En el caso de la prensa su discurso político hablaba de *modernizar* las relaciones entre el Estado y ésta, respetar el ejercicio pleno y responsable de la libertad de expresión. Asimismo analizar la conveniencia de desincorporar la Productora e Importadora de Papel (Pipsa)⁹² de tal forma que existieran opciones diversas para adquirir papel y la necesidad de que se estableciera el salario mínimo para periodistas. Estos dos últimos puntos fueron recurrentes los tres primeros años de su gestión.

⁹¹ Véase *Crónica*. Tomo III. Tercer año. p. 75

⁹² Rafael Rodríguez Castañeda, *Op. cit.* p 307

Durante la primera celebración del día de la libertad de prensa, en junio de 1989 no se permitió acercarse al presidente para entrevistarle ni a reporteros ni fotógrafos lo que despertó malestar en el gremio. Cuando se expuso esta situación al presidente éste ofreció tomar cartas en el asunto. Y a través de la Secretaría de Gobernación creó una *oficina especial* para tratar denuncias de agresiones a periodistas.

Algunos periodistas hablaban de un cambio para empeorar. tal es el caso de “Gerardo Unzueta, director del Bisemanario *6 de Julio* – estaba ligado al PRD pero no era su órgano oficial – que aparecería en días próximos: “Si ha habido algún cambio en la relación de la prensa con el poder en este sexenio ha sido para peor (sic): la manipulación informativa ha buscado métodos más depurados, tecnologías más avanzadas pero la regla sigue siendo la misma: la supeditación de la prensa – con sus contadas excepciones – a la dirección oficialista”.⁹³

Al parecer en el gobierno no había un gran interés para participar en la producción periodística como lo denotaba la puesta en venta de *El Nacional*.

A mitad del sexenio no se percibía todavía una política de comunicación clara. Recurrentemente se encontraba una privatización casi indiscriminada aunada a la preocupación por hacer crecer la economía mexicana.

A través de los medios de comunicación, el aparato publicitario se ocupó de ampliar y magnificar la figura presidencial incluso dejando de lado prácticamente al gabinete entero y a sus instituciones.⁹⁴

⁹³ *Ibidem.* p. 320

⁹⁴ Raúl Cremoux. *Op. cit.* pp. 107-111

En el ámbito Internacional, el régimen salinista tampoco demostró el menor indicio de una política democrática en materia de comunicación. El 6 de abril de 1992 se inauguró el **Foro y Exposición Internacional de Telecomunicaciones América Telecomm '92**, en Acapulco, Guerrero. El Presidente manifestó en su discurso inaugural que la comunicación debía afrontar dos grandes retos, el primero era modernizar su operación para lograr una mayor competitividad en los mercados internacionales y el segundo era el lograr acceder a nuevas fuentes de financiamiento y de tecnología,⁹⁵ dejando de lado toda consideración respecto a la mejora social y cultural de los contenidos de las transmisiones.

Asimismo, el 12 de junio de 1992 se llevó a cabo el **I Taller Internacional de Política y Modernización Tecnológica**. Fausto Alzati, Director del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), expresó nuevamente la postura del gobierno salinista frente a la actividad comunicativa. Señaló que el desarrollar tecnologías de información constituía sin duda alguna, un reto que debía ser afrontado de inmediato, sin embargo, indicó que este asunto competía más al sector privado que al Estado.⁹⁶

Aún así, el gobierno no podía desconocer su obligación de otorgar facilidades en el campo del desarrollo e investigación de las nuevas tecnologías de la información entre otras cosas porque era un punto que había manejado dentro del Plan de Desarrollo por lo que el 29 de junio de 1992 se firmó un **acuerdo** suscrito por la Secretaría de Educación Pública, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y el Consejo Nacional de ~~Ciencia y Tecnología~~ en el que se constituyó el **Comité Nacional de Concertación para la Modernización Tecnológica (CONCERTEC)** y su principal objetivo era facilitar el enlace entre las empresas que requerían tecnología y los centros de enseñanza e investigación que pudieran satisfacer sus necesidades, así como el intensificar

⁹⁵ Crónica. Op. cit. Tomo IV. Cuarto año. p. 127

⁹⁶ *ibidem*. pp. 242-243

la comunicación entre el público y estas empresas e instituciones. Lo anterior estaría orientado a crear un Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología.⁹⁷

En esa *sigzagueante* política de comunicación donde indistintamente se denominaba comunicación social a todo lo relacionado al gasto publicitario del gobierno así como a su relación con los medios mismos o bien al aspecto técnico de las telecomunicaciones el 22 de diciembre de 1992 se publicaron en el Diario Oficial de la Federación los **Lineamientos para la Aplicación de los Recursos Federales Destinados a la Publicidad y Difusión, y en General a las Actividades de Comunicación Social**

Tales lineamientos regirían las relaciones entre el Estado y los medios de comunicación a partir de 1993 “de conformidad con las acciones ordenadas por el C. Presidente de la República, para llevar a cabo la modernización de las relaciones del Gobierno Federal con los medios de comunicación...”⁹⁸

Dicho documento abordaba en su contenido algunos puntos sobresalientes como:

El cuarto:

- Los recursos que se destinen a publicaciones, inserciones, anuncios, discursos, menciones y demás erogaciones relacionadas, deberán limitarse exclusivamente al desarrollo de los programas de difusión e información o promoción interna o externa de las dependencias o entidades.

El sexto:

⁹⁷ *Ibidem.* pp- 265-266

⁹⁸ Rafael Rodríguez Castañeda. *Op. cit.* p. 367

- Para la selección de los medios de difusión en que apliquen los recursos destinados a publicidad, deberá considerarse el que éstos correspondan a diarios o revistas de amplia circulación y cobertura, de tal manera que se garantice que la información respectiva llegue a las personas a que está destinada.

El octavo:

- En los viajes internacionales de los servidores públicos de las dependencias y entidades, por ningún concepto podrán efectuarse erogaciones para sufragar los gastos de reporteros y periodistas, los que en su caso deberán correr a cargo de los medios de comunicación correspondientes.

El undécimo:

- Las contrataciones de publicidad, impresiones, inserciones y demás relativas con las actividades de comunicación social que realicen las dependencias y entidades, y que no sean pagadas con recursos presupuestales, sino con servicios de los que presta la propia dependencia o entidad, es decir, mediante permuta o intercambio, sin perjuicio de las disposiciones legales aplicables, el monto de las citadas contrataciones deberá ser descontado de la partida que corresponda a que se refiere el lineamiento Primero, sin que posteriormente pueda ser ejercida con cargo a las multicitadas partidas.

El documento incluía otros lineamientos destinados al control presupuestal de los gastos publicitarios y advertía que la Secretaría de la Contraloría de la Federación y los órganos internos de las dependencias y entidades “vigilarán el adecuado cumplimiento” de los mismos.⁹⁹

⁹⁹ Ibidem. pp. 367-368

Ante este decreto los medios de comunicación difundieron ampliamente lo relativo al octavo punto, a la cobertura informativa de los viajes internacionales de los servidores públicos los cuales en los sucesivo no financiarían los gastos de los reporteros y periodistas que los acompañaran.

Lo que representaba un cambio aparentemente real en las reglas del juego entre la prensa y el poder gubernamental pronto mostró lo contrario, el 20 de enero de 1993 apareció publicada, en los diarios más importantes del país, una nota en primera plana del cincuentenario del Instituto Mexicano del Seguro Social donde el Presidente de la República elogiaba desmedidamente a uno de sus “consentidos” Emilio Gamboa Patrón, del que se decía formaba parte del grupo de aspirantes a sucederlo.

Apareció la duda ¿ la publicación correspondía a un acto de *sumisión* hacia el Presidente o a la gacetilla pagada por el IMSS?, lo que demostraba en pleno la acción de los recursos públicos que por acuerdo de la propia Presidencia de la República no debían utilizarse en la promoción personal de los funcionarios gubernamentales.¹⁰⁰

Entretanto, el proceso de venta de paraestatales continuab. El 4 de marzo de 1993 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el procedimiento de registro de interesados, cuyo plazo vencía el primero de abril de 1993. Solamente seis grupos calificaron para la licitación: Radio Televisora del Centro, Proyecto Cosmovisión, GEO Multimedia, Corporación Medcom, Cinematográfica Estrella de Oro y Periodistas y Editores de El Nacional.

El 26 de marzo de 1993, la Comisión Intersecretarial aprobó la estrategia propuesta por la Unidad de Desincorporación de Entidades Paraestatales de la SHCP y el 7 de abril del

¹⁰⁰ *Ibidem.* pp. 368-370

mismo año designó a la empresa Ingeniería y Servicios Financieros (INSERF), como coordinadora del proceso de venta del paquete, que ya incluía a las redes nacionales 7 y 13 de Televisión Azteca (empresa creada para absorber los patrimonios estatales de modo tal que la venta de las emisoras y productoras gubernamentales se instrumentara a través de un sistema de enajenación de acciones en lugar de adoptar una compra – venta de activos). Ocho empresas conformaban a la Red Nacional: Corporación Televisiva del Noroeste, Corporación Televisa de la Frontera Norte, Televisora Mexicana del Sur, Compañía Mexicana de Televisión de Occidente, Televisión Olmeca, Impulsora de Televisión del Centro, Compañía de Televisión de la Península, e Impulsora de Televisión del Norte.

El 24 de mayo de 1993 se publicaron las bases de licitación para adquirir los títulos representativos de capital de las entidades que serían enajenadas. El 16 de julio del mismo año se recibieron las ofertas definitivas declarándose beneficiaria del concurso a la empresa Radio Televisora del Centro, al día siguiente.

El 30 de julio de 1993, dicha empresa firmó el contrato respectivo a través de su representante legal, el señor Ricardo Benjamín Salinas Pliego. La operación de compraventa importó un poco más de dos mil millones de nuevos pesos.¹⁰¹ Y el 2 de agosto de 1993 Ricardo Salinas obtuvo la concesión para formar **Televisión Azteca** (Dirección de Televisión Azteca) que contaba, según se dice, con 122 canales en todo el país.

El presidente Carlos Salinas en una conferencia de prensa volvió a reiterar que la venta era congruente con la idea de reformar las relaciones entre el gobierno y los medios de comunicación y entre éstos y los ciudadanos. Y una vez más dejó al libre albedrío del comprador lo que se transmitiría en la nueva televisora y una vez más fue impreciso en su

¹⁰¹ Para una consulta más detallada en venta de paraestatales veáse *Crónica del Gobierno*. Tomo V. Quinto Año. p. 340 y siguientes.

política de comunicación, lo cierto era simplemente la enajenación de paraestatales.

Por su parte, el empresario Salinas Pliego manifestó que el objetivo de la televisora sería: lograr una empresa de comunicación, sana, optimizada y diversificada con más presencia, fresca, diferente, informativa y recreativa.

Y ante el carácter monopólico de la empresa televisiva privada, Televisión Azteca prometió cambiar el contexto de este medio de acuerdo a las necesidades que el país requería con tendencias a la *globalización* por la transformación de una sociedad real multifacética en lo cultural, político y lingüístico.

Los Estudios América sufrieron cambios necesarios y urgentes. Ahora portan el nombre *Azteca Digital*. Las salas de la Compañía Operadora de Teatros (Cotsa) fueron manejadas por algún tiempo por la familia Sada que fue accionista de la empresa.

El primer paso en materia televisiva consistía en lograr la admisión de la gente y una vez cumplido esto trabajar en la creación de una nueva televisión mexicana, una alternativa real y viable a la televisión tradicional.¹⁰²

1993 fue un año de importante desarrollo para los medios electrónicos. Dada la estabilidad económica del país y la fuerza del peso ante el dólar estadounidense resultaron buen momento para invertir y así lo hicieron diversas industrias y empresas entre ellas la radio y la televisión. Además las disposiciones de la nueva **Ley Federal sobre Metrología y Normalización**, expedida desde el 1º de julio de 1992¹⁰³ propiciaron en noviembre de 1993, la revisión del marco técnico-normativo, que rige a la radio y la televisión con el fin de actualizar las especificaciones y requerimientos para instalar y operar las estaciones

¹⁰² Ricardo Salinas Pliego. "Mejorando la Planta". *Manual de Televisión Azteca*. p. 4.

¹⁰³ Véase las razones y las Obras. Gobierno de Miguel de la Madrid" Op. Cit. Tomo IV. p. 611

difusoras. El producto de esta revisión fue la simplificación de los instructivos de trámite en beneficio de los concesionarios y permisionarios.

Todas estas circunstancias propiciaron el incremento en estaciones de radio y televisión. Durante este año entraron en operación 6 estaciones de televisión que operaban en su conjunto 512 canales, así como 67 difusoras de radio con 1,172 estaciones radiofónicas en operación. También existían 165 concesiones y 2 permisos para televisión por cable (30 concesiones más que en 1992) que cubrían a 237 poblaciones y a 1.1 millones de suscriptores.¹⁰⁴

Cabe señalar que Televisa recibió tan sólo durante este año, 69 concesiones por 15 años y se le renovaron 115 por 10 años más. También recibió una concesión para operar la Televisión de Alta Resolución (HR-TV) y dos concesiones de banda UHF para televisión por cable. Así, para fines de 1994 Televisa contaba con 218 canales en el país en las bandas VHF y UHF, cifra que equivale al 42 por ciento del total de concesiones que el gobierno había otorgado hasta diciembre de 1994. En total, el sexenio salinista otorgó entre 1988 y 1994, 249 concesiones para radio y 239 para televisión.¹⁰⁵

En el régimen Salinista, se renovó el Sistema Mexicano de Satélites iniciado en 1985 por Miguel de la Madrid mediante el lanzamiento de los satélites Morelos I y II.

El 19 de noviembre de 1993 se lanzó el Satélite Solidaridad I desde Airspace en la Guayana Francesa, al Norte de Sudamérica, en la Costa del Atlántico. Dicho Satélite sustituyó al Morelos I que tenía nueve años operando, mientras que el Morelos II¹⁰⁶ dejará de operar hasta 1998 y será sustituido por el Satélite Solidaridad II lanzado al espacio el 7 de octubre

¹⁰⁴ Véase Crónica del Gobierno de Carlos Salinas. Op. Cit. Tomo V. Quinto año. p. 627.

¹⁰⁵ "Últimas concesiones del Sexenio", s/autor. *Revista Mexicana de Comunicación* p. 3 y 7.

¹⁰⁶ En 1989 la ocupación del Sistema de Satélites Morelos era apenas del 28%, mientras que para 1992 se aprovechaba el 98% de su capacidad mediante la atención y suministro de 180 redes privadas, 20 señales de televisión y 7 señales de radio.

de 1994 y que cuenta con el doble de capacidad que su antecesor, ya que el usar tres bandas le permitirá precisamente superar la capacidad de comunicación. Estas bandas son:

- La banda “C” destinada principalmente al envío de señales de televisión (de las emisoras a sus repetidoras), amplifica también la cobertura de los sistemas de televisión por cable y facilita el desarrollo de la Televisión de alta resolución (HR-TV). Su cobertura abarca a todo México, el Sur de Estados Unidos, Centro y Sud América, y el Caribe.
- La banda “Ku” y parte de la banda “C”, serían utilizadas para la transmisión de señales digitales como es el caso de la información financiera. La banda “Ku” cubre a México, Estados Unidos y Cuba.
- La banda “L” será empleada para la comunicación doméstica por ejemplo, para telefonía celular y larga distancia nacional. Su cobertura incluye el territorio nacional, el mar territorial y el espacio aéreo nacional.¹⁰⁷

El Satélite Solidaridad II propició el campo para que surgiera la idea de ser utilizado en el campo de la educación. Así el 31 de mayo de 1994 en el salón Manuel Ávila Camacho en los Pinos, el Presidente Carlos Salinas atestiguó la firma del **Convenio para la creación de la Red de Educación Vía Satélite**, celebrado entre la Secretaría de Educación Pública y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Emilio Gamboa Patrón, Secretario de Comunicaciones y Transportes declaró que “los satélites constituyen un medio esencial para la difusión de información, cultura y educación del país”. Asimismo, el Secretario de Educación Pública José Ángel Pescador Osuna, manifestó que “el convenio es uno de los instrumentos que permitirá lograr la meta

¹⁰⁷ Véase Crónica. Tomo V. Quinto Año. p. 570 y siguientes.

planteada para el año 2000 de un promedio de escolaridad de 10 años.¹⁰⁸ Ambos discursos olvidan que el Estado contaba con escasos canales televisivos estatales, y con una política comercializadora absorbente que limitaba cada vez más los espacios dentro de la comunicación pública y social. Independientemente de que no se dio continuidad a las actividades del Canal 22, por ejemplo, recordemos que para impulsarlo se formó el **Consejo Nacional para la Cultura y las Artes**, con Víctor Flores Olea al frente, quien al poco tiempo, en marzo de 1992, fue nombrado asesor de Salinas en política interna y Rafael Tovar y de Teresa lo sustituyó como director. Al año siguiente, junio 23 de 1993, Canal 22 inició sus transmisiones con otro director, José María Pérez Gay.

En la ceremonia inaugural, Carlos Salinas, quien insistía en un discurso sin forma ni contenido, manifestó que el Canal 22 sería el pilar del desarrollo de nuestra cultura y el reflejo de la pluralidad regional y étnica de México. Asimismo, reiteró que “el Estado mantiene su propuesta para modernizar sus relaciones con los medios de comunicación y la de éstos con la ciudadanía”.¹⁰⁹

Uno de los mayores beneficios otorgados por el gobierno al Canal 22 fue la instalación de un transmisor omnidireccional, el 16 de noviembre de 1994, que le permitió ampliar su cobertura en un 120 por ciento y su señal sería recibida en el D.F. y el área metropolitana, Pachuca, Estado de México, Tijuana, Sinaloa, Acapulco, Guadalajara, Morenos, Tabasco y Yucatán. El monto de esta inversión fue de siete millones de nuevos pesos y convirtió al Canal 22 en la primera emisora televisiva con sonido estereofónico.¹¹⁰

Este incremento en la cobertura del Canal 22 repercutió también en el incremento del *rating* del 0.4 por ciento al 1.6 por ciento del auditorio.¹¹¹

¹⁰⁸ Véase Crónica de... Tomo VI. Sexto Año. p. 266 y siguientes.

¹⁰⁹ Véase. Crónica de Op. cit. Tomo IV. Cuarto año. pp. 116-117

¹¹⁰ Crónica. Op. cit. Tomo V. Quinto año. p. 293

¹¹¹ Véase Crónica de.... Op. cit. Tomo VII. Síntesis e Índice analítico. p. 251

En tanto que para este momento Canal 11 subsistía en un 34 por ciento de sus recursos del Fideicomiso creado para ese fin. Y luego de varias vicisitudes para resolver sus problemas de costo, entre 1991 y 1994 se llevó a cabo un programa de *retiro voluntario* con la finalidad de reducir la planta de personal que se había mostrado tan ineficiente durante muchos años y al mismo tiempo renovar con personal más capacitado, con el *retiro* se logró una reducción del 55% del personal. La nueva organización permitía al Canal 11 programar la búsqueda, adquisición, subtítulaje y exhibición de películas hasta con dos meses de anticipación.

La cobertura del Canal también se incrementó en este periodo. A través de su señal el Canal 11 cubre el Distrito Federal y su área conurbada, la región de Actopan, estado de Hidalgo, el Valle de Morelos y la ciudad de Acapulco, estado de Guerrero, a través de sus repetidoras y por ende el *rating* del Canal se incremento del 1 al 5 por ciento del teleauditorio nacional lo que significaba aproximadamente 1.75 millones de hogares y 6 millones de individuos.¹¹²

A través del sistema de Televisión por Cable, el Canal 11 cubre 900 ciudades del país. Asimismo, mediante convenios con televisoras locales, el Canal 11 puede sintonizarse también en los estados de Baja California Sur, Michoacán, Nayarit, Oaxaca y Tlaxcala.¹¹³

Con ese panorama en los medios estatales se inauguró el **Sistema Nacional de Educación a Distancia** que llevaría el programa **Telesecundaria** a todos los rincones del país, así como diversos programas de capacitación, particularmente a las zonas de difícil acceso terrestre. A partir de 1995 iniciaría la transmisión digitalizada de esta red, a través de 5 canales de televisión. El costo del **Sistema Nacional de Educación a Distancia** fue aproximadamente de 60 millones de Nuevos Pesos.

¹¹² Véase Crónica del Gobierno. Op. cit. Tomo IV. Sexto año. p. 448

¹¹³ *Idem*.

A mediados de 1994, Telesecundaria abarcaba 600,000 estudiantes en 10,000 escuelas del territorio nacional. Su formato consistía en un programa de una hora en la que los primeros 15 minutos se transmitía la información alusiva al tema correspondiente a los 45 minutos restantes los alumnos realizaban ejercicios en sus cuadernos de trabajo. El programa estaba diseñado por pedagogos y comunicólogos y contaba con cierto apoyo documental. Roger Díaz de Cosío declaró que este tipo de enseñanza era conveniente puesto que en vez de utilizar entre 10 y 18 profesores por grupo, en las *telesecundarias* solamente se utilizaba uno por grupo, cuya única función era guiarlos y asesorarlos respecto a la temática del programa del día y por ende, su figura se paternalizaba ante los alumnos, lo que fomentaba un adecuado ambiente educativo. ¹¹⁴

1994 fue un año decisivo para dar al traste con la estabilidad política y económica de México. En cascada se fueron desgranando una serie de acontecimientos que configurarían un nuevo tablero de juego político, económico y social en México. El mes de enero comenzó con el levantamiento armado del **Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN)** en el estado de Chiapas (escasamente cubierto por la televisión comercial). Le siguió en marzo, el asesinato de Luis Donald Colosio, candidato presidencial del Partido Revolucionario Institucional (**PRI**). En agosto se celebrarían los comicios federales y antes de que finalizara el año, el asesinato de José Francisco Ruíz Massieu se sumaría a los eventos del 94 que incluía a los otros muchos crímenes políticos, a las investigaciones nebulosas, a las renunciaciones de altos funcionarios y a los ataques frontales entre diversos sectores de la política nacional. ¹¹⁵

La indefinida política de comunicación por parte del gobierno dió la pauta para el uso indiscriminado de los medios de comunicación para un fin específico: promocionar al candidato del PRI a la presidencia, promocionar los programas gubernamentales (que llevan los colores de la bandera nacional al igual que el emblema del PRI) tales como

¹¹⁴ Véase Crónica del.... *Op. cit.* Tomo VI. Sexto año. p. 266 y siguientes.

¹¹⁵ Rosa Ma. Alva de la Selva. *De imágenes de la pantalla chica en el '94*. pp. 45-47

PROCAMPO (Programa de Apoyo al Campo) y PRONASOL (Programa de control sobre los graves acontecimientos del año.

Los partidos Políticos Nacionales así como diversas instancias de la sociedad civil, manifestaron continuamente su inconformidad respecto del comportamiento de los medios masivos de comunicación, muy en particular por lo que hace a la cobertura noticiosa de los actos de campaña de los candidatos de los diferentes partidos.

Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) **Academia Mexicana de Derechos Humanos, A. C.** y **Alianza Cívica-Observación 94**, comenzaron a realizar monitoreos de los principales noticieros de cobertura nacional, para evaluar la cantidad y calidad de las noticias que se transmitían de cada uno de los candidatos y/o de los Partidos Políticos contendientes. Los resultados que arrojaron estos estudios, se hicieron del conocimiento del Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE) quien emitió diversos acuerdos (en sus sesiones del 18 de junio, 20 y 25 de julio)¹¹⁶ por lo que exhortó a los medios de comunicación a actuar equitativamente en la cobertura de eventos políticos y de campaña, así como a apearse a las disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión y su Reglamento. También, se exhortaba a la Secretaría de Gobernación, al Consejo Nacional de Radio y Televisión y a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, para que ejercieran cabalmente sus atribuciones de vigilancia y sanción respecto de los medios informativos.

La insistencia del Consejo General del Instituto Federal Electoral, de los Partidos Políticos, de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) y de la sociedad civil en general, para llamar la atención sobre la capacidad de los noticieros de radio y televisión en su actividad

¹¹⁶ Véase las actas de Sesiones Ordinarias y Extraordinarias del Consejo General del Instituto Federal Electoral. Del 18 de junio pp. 141-181. 20 de julio pp. 258-259 y 25 de julio de 1984 pp. 348-355

informativa sobre el proceso electoral, revivió la vieja discusión sobre la necesidad de reformar el sistema de comunicación mexicano.

De hecho, diversos documentos anteriores a los acuerdos del IFE demostraban la inquietud e inconformidad de la sociedad respecto al comportamiento del Estado en lo relativo a los medios de comunicación. Tal es el caso del **Acuerdo por la Paz, la Democracia y la Justicia**,¹¹⁷ firmado el 27 de enero por el Secretario de Gobernación Jorge Carpizo y por los partidos políticos nacionales con excepción del Partido de la Revolución Democrática (PRD), los **20 compromisos por la Democracia** documento suscrito por todos los candidatos a la Presidencia de la República, así como muchos otros documentos de gran trascendencia política, en los que se hablaba de la necesidad de reformar las relaciones de los medios de comunicación tanto con el gobierno, como con la sociedad.

La discusión había renacido. En Julio de 1994, la Revista *Proceso* publicó en su portada la imagen de Jacobo Zabludowski bajo el Título “Televisa, la del PRI”. Gran parte de los artículos de dicha publicación se refiere a la actuación parcial de la empresa a favor del PRI, así como la falta de acción por parte de las autoridades competentes.

El momento fue propicio para que los medios de comunicación presionaran en defensa de sus intereses y se manifestó a través de Javier Pérez de Anda, Presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT). El 26 de septiembre manifestó en una conferencia de prensa que “sería inaceptable que en el contexto de la anunciada reforma política, se introduzcan modificaciones legales que limiten la libertad de expresión de los concesionarios” Asimismo, “exigió que se castigue a los miembros de la Asamblea de Barrios, quienes comenzaron a operar hace unas semanas la estación de radio **TELEVERDAD**, desde unas improvisadas instalaciones en la avenida Paseo de la

¹¹⁷ Cfr. Alfredo E. Ríos, Rocío Huerta, et. al. *“Medios de Comunicación y Partidos Políticos: debate entre la igualdad y la proporcionalidad electoral”*. p. 112

Reforma argumentando que todo lo que no ajuste a la ley debe ser prohibido y castigado”. Finalmente, “se manifestó en contra de que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) otorgue concesiones para operar estaciones de radio a grupos de la **sociedad civil**, bajo el argumento de que si se entregan permisos a personas sin capacidad económica, se tendrá un sistema de radiodifusión muy pobre”.¹¹⁸

Cabe agregar que en la actualidad, la mencionada Asamblea de Barrios ha transmitido señales radiofónicas en Ixhuatepec, Coyoacán, en ciudad Nezahualcóyotl, en Chihuahua, en San Luis Potosí y en Michoacán, pero lo realmente relevante es que el 6 de junio de 1995, TELEVERDAD transmitió durante dos horas desde el parque México en la colonia Condesa, una señal de televisión que pudo ser captada en un radio de seis cuabras a la redonda, a través del canal 8. Esta emisión televisiva fue inaugurada por el conocido personaje *Super barrio* quien manifestó a los miembros de la prensa que “el aire es de quien lo trabaje”.¹¹⁹

2.3. La evolución y los alcances de la comunicación social en la administración del Dr. Ernesto Zedillo Ponce de León (1994-2000)

En los últimos setenta años del sistema político mexicano ningún presidente de la república había llegado al cargo en medio de tantos problemas y una crisis tan severa como ocurrió con Ernesto Zedillo. Los grandes conflictos de naturaleza política que ocurrieron durante la última parte del sexenio anterior: el asesinato de Luis Donaldo Colosio, el homicidio de José Ruiz Massieu y las elecciones estatales en Veracruz y Tabasco fueron configurando un escenario de incertidumbre e inestabilidad que propiciaron sucesivas fugas de capitales en el mercado bursátil.

¹¹⁸ Roberto González Amador. “Desestima críticas. Rechaza CIRT reformas que limiten su libertad de expresión”. *La Jornada*, p. 52.

¹¹⁹ Florence Toussaint. *Televerdad*. Proceso 12 junio de 1995. p. 71–73

Pese a todo Zedillo fue capaz de convocar a los más importantes partidos políticos para firmar un **Acuerdo Político Nacional** que en su momento constituyó la más firme esperanza de los mexicanos de lograr un cabal perfeccionamiento de nuestro sistema político. Así con el Acuerdo Político el principal motivo fue promover el inicio del diálogo nacional para la Reforma Política con la participación de todas las fuerzas políticas nacionales sobre todo por consenso.

Al tomar posesión su discurso inaugural se caracterizó por un lenguaje directo, preciso y sin retórica. Expuso las grandes líneas de su gobierno y sus compromisos de cara a la nación. Rompió el unipartidismo en los niveles de gobierno federal, habló de su compromiso de luchar contra la pobreza persistente en todo el territorio Nacional.

Con la creación de la comisión intersecretarial se impulsó el **federalismo** como órgano coadyuvante del Ejecutivo Federal en los procesos de transferencia y redistribución de funciones, autoridad, responsabilidades y recursos de la federación hacia las entidades federativas y los municipios.

Debemos destacar que el federalismo jugó un papel muy importante ya que a través de la Secretaría de Gobernación se ocupó de coordinar esfuerzos y estrategias para fortalecer el vínculo *institucional* y de *comunicación* con autoridades locales lo cual ha redundado en beneficios para la ciudadanía porque encuentra una vía para la solución de sus problemas sin tener que trasladarse a la ciudad de México en busca de orientación, consolidándose así la interlocución política y la toma de decisiones locales.¹²⁰

Asimismo, para ser congruentes con el Federalismo se emprendió un programa de descentralización de funciones, facultades y estructuras de las dependencias de la Administración Pública Federal para acercar las instancias Gubernamentales y las

¹²⁰ Plan Nacional de desarrollo. 3. Desarrollo democrático p. 95

decisiones operativas a los ámbitos geográficos en que se generan las demandas de la población con pleno respeto a la soberanía de las entidades federativas y de la libertad de los municipios.

Como parte de la modernización administrativa se destacó la necesidad de desarrollar un auténtico servicio civil de carrera para mejorar permanentemente el nivel de servicios que presta el gobierno a la sociedad por un lado y por el otro para lograr un máximo aprovechamiento de los recursos que administran los funcionarios públicos se continuó con la entrega de desincorporación de entidades a través de la comisión Intersecretarial Gasto-Financiamiento¹²¹ entre los cuales al 31 de diciembre de 1995 se encontraban las tres empresas Productoras de papel filiales de **Productora e Importadora de Papel, S. A. (PIPSA): Fábricas de Papel Periódico, S. A. de C. V. y Productora Nacional de Papel Destintado S. A. de C. V.** Y desde luego dada la importancia de las organizaciones civiles para el desarrollo político y social de México, El Ejecutivo Federal propuso la incorporación de los temas de comunicación social y participación ciudadana en la Mesa Central para la Reforma Política del Estado.¹²²

Es digno de resaltar que el derecho a la información fue un tema especial en la agenda del gobierno Zedillista quien pretendió formalizar una política de comunicación social. En relación a la legislación sobre comunicación, se propuso actualizar el marco legal vigente y el régimen de concesiones y en lo que respecta a los medios de comunicación se establecieron señalamientos a favor de los derechos a la libertad de expresión de la sociedad, información, comunicación, réplica y aclaración. Aunque en la práctica se ha percibido una mayor represión hacia los medios de comunicación.

¹²¹ Creada el sexenio anterior.

¹²² PND. Informe de Ejecución. 1195. p. 105

Resaltó su intención de crear un Código de ética de los comunicadores además de revisar la función social de los medios y los comunicadores, los límites a sus derechos, la incorporación de temas como: la relación entre la sociedad, los medios y el Estado, la entrega de concesiones, los derechos de autor, la ley de imprenta y el acceso de los partidos políticos a los medios, resultado ésto último del diálogo entre el Gobierno Federal y los legisladores de los grupos legislativos representados en la Cámara de Diputados.

Una forma de captar la opinión de los involucrados en y con los medios fue la realización de Foros Públicos para recoger el punto de vista sobre el tema de la comunicación social, particularmente en materia de mayor apertura de espacios en radio y televisión.¹²³

2.3.1. Bienestar de la familia

Basado en su lema de campaña *Bienestar para su familia*, Ernesto Zedillo creó el **Programa de alimentación y Nutrición Familiar** el cual pretendía dar un enfoque integral que combinara las acciones de apoyo alimentario con acciones de educación, capacitación y salud.

El programa estaba sustentado en tres ejes: los desayunos escolares, la canasta básica alimentaria para las familias más pobres del medio rural y los apoyos a las familias de áreas urbanas marginadas.

El programa de alimentación fue concebido en cobertura nacional pero canalizaría más recursos y apoyos a los grupos sociales y zonas geográficas donde la pobreza es un problema persistente y la población más vulnerable la constituyen las comunidades

¹²³ *Ibidem.* p. 108

indígenas en doce regiones del país.¹²⁴ La atención se centra en lugares catalogados como críticos, específicamente en lugares indígenas y rurales de los estados de Chihuahua, Michoacán, Hidalgo, Querétaro, Tabasco, Veracruz, Puebla, Oaxaca, Guerrero, Chiapas, Quintana Roo y Yucatán.

Con la implantación del Programa los desayunos en 1995 serían de 250 mil más para llegar al millón y medio que se repartieron en 127 municipios. En tanto que la canasta básica se dirigirá a familias campesinas e indígenas del medio rural que registren mayores rezagos y en las que se detectan fenómenos agudos de desnutrición.

Otra forma de coadyuvar al bienestar familiar consistió en la creación de un **Programa de Subsidio a la tortilla y reparto de leche** a través de **Diconsa** se procuró el abasto de los productos básicos y precios accesibles en zonas rurales y colonias populares.¹²⁵

Además propuso el **Programa Nacional de la Mujer** auspiciado por la Secretaría de Gobernación y sus objetivos serían promover, sin burocracia, la integración de las mujeres al desenvolvimiento económico, político y social de la nación así como fomentar su presencia en la vida educativa, artística e intelectual y por supuesto velar por el reconocimiento de sus derechos.

No cabe duda que "en México las limitaciones de crecimiento económico, así como las políticas y los programas de austeridad, han tenido un costo desproporcionado sobre las mujeres y que la reducción de sus ingresos familiares ha obligado a quienes se dedican al cuidado de sus hijos a buscar trabajo para complementar el ingreso familiar, además de que la insuficiente cobertura y calidad de los servicios básicos han incrementado nuevamente sus responsabilidades domésticas y multiplicando así sus cargos"¹²⁶

¹²⁴ José de Jesús Flores Castro. *Ernesto Zedillo: los cien primeros días*. p. 95

¹²⁵ *Ibidem*. p 97

¹²⁶ *Ibidem*. p 114

Estos argumentos aunados a las reformas que se propuso aplicar Ernesto Zedillo pretendía reconocer a la mujer como jefa de familia de tal forma que aún cuando se careciera de la figura paterna ésta debería ser revalorada en su condición de mujer. Mediante una amplia consulta nacional se realizó el *Diagnóstico de la Situación de la Mujer en México*, documento base que sirvió para la participación de México en la cuarta conferencia mundial de la mujer.

También se preocupó por un amplio programa de planificación familiar que en estrecha relación con los otros programas para la mujer incidía en mejores y más recursos para la familia.

2.3.2. El sistema de comunicación social.

En materia de Comunicación Social es importante señalar que en enero de 1995 se aprobó el dictamen de la iniciativa de reforma al artículo 28 constitucional a fin de que la comunicación vía satélite y los ferrocarriles dejaran de ser considerados como áreas estratégicas de la nación y se permitiera la inversión privada en ambos sectores. Así "el Estado debe ejercer su rectoría, proteger la seguridad y la soberanía de la nación y al otorgar concesiones o permisos particulares, mantendrá o establecerá el dominio de las respectivas vías de comunicación de acuerdo con las leyes en la materia".¹²⁷

Desde luego el hecho de privatizar la comunicación vía satélite no implicaba la afectación de la soberanía nacional.¹²⁸

¹²⁷ *Ibidem.* p.63

¹²⁸ *Idem.*

En este mismo año se creó la **Comisión Especial de Comunicación Social** en la Cámara de Diputados cuyo cometido esencial era retomar los esfuerzos hechos en la materia y recabar las propuestas de periodista, empresarios, académicos y públicos diversos mediante una Jornada Nacional de Foros de Consulta Popular con el fin de elaborar una nueva legislación en torno a los medios de comunicación. De ahí resultaron dos Iniciativas de Ley, una denominada **Ley Federal de Comunicación Social** reglamentaria de los artículos seis y siete constitucionales en materia de libertad de expresión, y otra **Derecho a la Información**, consistente en 62 artículos y siete transitorios, de los cuales resaltan el derecho a la información previsto genéricamente en el Artículo 6° de la Constitución que, en un sentido amplio, incluye la información en poder de entidades públicas y organismos no gubernamentales y reduciendo a su mínima expresión las informaciones restringidas definidas como secretas o reservadas. Y por supuesto también el **Derecho de Réplica**, ampliando su ejercicio a todos los medios de información, circunstancia que vendría a acotar los amplísimos márgenes de impunidad de que goza buena parte de los concesionarios de la radio y la televisión.

Durante 1996 el gobierno zedillista realizó importantes replanteamientos de la política de comunicación social. En este periodo mantuvo una relación con los medios de comunicación a veces irascible, luego propositiva o respetuosa, después tensa según se presentara la coyuntura. Surgieron varias iniciativas del poder político: la designación de un vocero presidencial, el nacimiento de la coordinación de comunicación social del Gobierno Federal, las insistentes propuestas del Ejecutivo y sus subalternos de que los medios se autorregulen, la postergación de una reforma legal en materia de medios de comunicación y derecho a la información así como las reformas relativas al acceso de los partidos políticos a los medios.¹²⁹

¹²⁹ Omar Raúl Martínez. *Vistazos a la relación gobierno-medios en 1996*. RMC. p. 19

La designación de un vocero presidencial. Después de numerosos e inocultables tropiezos durante la gestión de Carlos Salomón, con el inicio del 96 la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia de la República fue puesta en manos de Carlos Almada López y a la vez también fue designado vocero presidencial, figura inexistente hasta entonces en nuestro país.¹³⁰ Se acordó que Almada trabajaría estrechamente con la Secretaría de Gobernación a la cual de acuerdo con la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal le corresponde conducir y regular la política de comunicación social del Gobierno. En junio de ese mismo año se aprobó, por Decreto Presidencial, la creación de la **Coordinación General de Comunicación Social** del Gobierno Federal la cual tenía como objetivo formular, regular y orientar la política de comunicación del aparato Gubernamental, así como establecer relaciones con los medios nacionales y extranjeros.

La Coordinación General de Comunicación, dependiente de Gobernación pero estrechamente relacionada con la Dirección de Comunicación Social de la presidencia ya que trabajarían conjuntamente en promover el enlace coordinado tanto con las oficinas de comunicación de los gobiernos de los estados como de las dependencias del sector público, con el afán de unificar objetivos, estrategias y acciones. Adicionalmente dicha oficina, encabezada por el exprocurador agrario Dionisio Pérez Jácome, coordinará los medios informativos y algunas dependencias del Estado: *El Nacional*, la revista *Tiempo*, la agencia Notimex, el IMER, la dirección general de RTC, los Talleres Gráficos de México PIPSA y la Dirección de Comunicación Social de la Secretaría de Gobernación.

De acuerdo con Fernando Mejía Barquera, por su importancia y el número de atribuciones que tendrá, el nacimiento de la Coordinación de Comunicación Social del Gobierno Mexicano "constituye la mayor reforma o ajuste que se haya realizado en la administración

¹³⁰ El nombramiento de Almada fue visto como la pretensión de mejorar el manejo de la imagen presidencial y de las relaciones con los periodistas y medios ya que al inicio de la gestión fueron descuidadas Cfr. Omar Raúl Martínez. *Op. cit.* p. 19

La designación de un vocero presidencial. Después de numerosos e inocultables tropiezos durante la gestión de Carlos Salomón, con el inicio del 96 la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia de la República fue puesta en manos de Carlos Almada López y a la vez también fue designado vocero presidencial, figura inexistente hasta entonces en nuestro país.¹³⁰ Se acordó que Almada trabajaría estrechamente con la Secretaría de Gobernación a la cual de acuerdo con la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal le corresponde conducir y regular la política de comunicación social del Gobierno. En junio de ese mismo año se aprobó, por Decreto Presidencial, la creación de la **Coordinación General de Comunicación Social** del Gobierno Federal la cual tenía como objetivo formular, regular y orientar la política de comunicación del aparato Gubernamental, así como establecer relaciones con los medios nacionales y extranjeros.

La Coordinación General de Comunicación, dependiente de Gobernación pero estrechamente relacionada con la Dirección de Comunicación Social de la presidencia ya que trabajarían conjuntamente en promover el enlace coordinado tanto con las oficinas de comunicación de los gobiernos de los estados como de las dependencias del sector público, con el afán de unificar objetivos, estrategias y acciones. Adicionalmente dicha oficina, encabezada por el exprocurador agrario Dionisio Pérez Jácome, coordinará los medios informativos y algunas dependencias del Estado: *El Nacional*, la revista *Tiempo*, la agencia Notimex, el IMER, la dirección general de RTC, los Talleres Gráficos de México PIPSA y la Dirección de Comunicación Social de la Secretaría de Gobernación.

De acuerdo con Fernando Mejía Barquera, por su importancia y el número de atribuciones que tendrá, el nacimiento de la Coordinación de Comunicación Social del Gobierno Mexicano "constituye la mayor reforma o ajuste que se haya realizado en la administración

¹³⁰ El nombramiento de Almada fue visto como la pretensión de mejorar el manejo de la imagen presidencial y de las relaciones con los periodistas y medios ya que al inicio de la gestión fueron descuidadas Cfr. Omar Raúl Martínez. *Op. cit.* p. 19

pública federal, en el ámbito de la comunicación social, desde la creación en 1936 (...) del Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad".¹³¹

Las reacciones no tardaron. Un día más tarde, legisladores del PAN y PRD plantearon que la nueva entidad era un instrumento de control informativo "oscuro", "peligroso" y "sospechoso". En contraparte, los diputados del PRI, por supuesto, salieron en su defensa.

Autorregulación de los medios. La postura del Gobierno Mexicano durante este año en relación con los medios fue la reiterada insistencia de que los medios de comunicación autorregulen la difusión de sus contenidos en función de ciertos parámetros éticos que ellos mismos asuman.

Primeramente, el día de la Libertad de Expresión, el Presidente Zedillo instó a los medios a plantearse normas de calidad, profesionalismo y solidez para atender las necesidades informativas que demanda la sociedad. Y subrayó: "Toca a los propios medios de comunicación y no al poder público fijar reglas de ética y de responsabilidad profesional en la tarea diaria de informar".¹³²

Aunada a la voz presidencial se escuchó el eco de muchas otras exigiendo responsabilidad y ética en el ejercicio periodístico: del vocero del Primer mandatario, de legisladores del PRI y PRD, del presidente de la CANACINTRA por citar algunos.¹³³

Y el 14 de octubre, en el marco de la 38 Semana de Radio y Televisión de la CIRT, su presidente, Raúl Aréchiga, anunció que la Cámara que él encabeza prepara unas normas de ética para los medios electrónicos. "El producto final de nuestras emisiones debe reflejar una actitud socialmente responsable", dijo Aréchiga.¹³⁴ En esa oportunidad, el secretario de

¹³¹ *El Nacional*. 24 de junio de 1996.

¹³² *La Jornada*. 8 de junio de 1996.

¹³³ *El Nacional*. 9 de junio de 1996.

¹³⁴ *El Nacional*. 15 de octubre de 1996.

Gobernación, Emilio Chuayffet, sostuvo que "antes de reglamentar garantías hay que volver la vista hacia un código de ética que defina límites y responsabilidades". Y que además debería surgir de la voluntad de los propios comunicadores. En la clausura del mismo evento, el propio Zedillo enfatizó "Es mi convicción que deben ser los propios medios, ya sea en lo individual o en lo colectivo, quienes determinen libre y convencidamente su autorregulación."¹³⁵

Se machacó tanto en esa tesitura que algunos analistas reclamaron también la asunción de un código ético... pero para los servidores públicos con el fin de equilibrar la correlación.

Independientemente de su innegable necesidad, en la reiterada propuesta gubernamental subyace el intento de eludir la demanda de algunos sectores sociales de impulsar una reforma legal en materia de medios.

Los afanes de la Comisión Especial de Comunicación Social de la Cámara de Diputados orientados a impulsar una **reforma legal** en ese terreno y en lo referente **al derecho a la información**, se vieron desestimados el año pasado. La lectura de los hechos y de los dichos sugiere que, al igual que en los años setenta, no le hallaran la cuadratura al círculo.

Desde enero se habló de la necesidad de un consenso entre los partidos para impulsar la actualización de las leyes y se volvió a hacer otra consulta - ahora reducida y selectiva - al mes siguiente. Por supuesto, se llegó a conclusiones similares a las alcanzadas en junio de 1995: derogar las leyes de radio, TV y cine para crear unas nuevas acordes a la realidad; constituir un Consejo de Comunicación Social; establecer el derecho a la información, entre muchas más. El hecho de que algunos funcionarios de los medios del gobierno -los directores de RTC, ÍMCINE y Canal 11- desestimaran esa nueva convocatoria, resultó significativa por su indiferencia.

¹³⁵ *El Financiero*. 16 de octubre de 1996.

Dicha postura sería enfatizada por el propio Mandatario el 7 de junio al aseverar que algunos proponen legislar sobre libertad de expresión no precisamente para fortalecerla. "Lo más opuesto al ejercicio de la libertad es prefigurarla, limitarla, establecer rigideces en torno a ella", precisó. En suma: Zedillo dijo no a la pretensión de legislar y a cambio sugirió la autorregulación de los propios medios.

Pese al desaire, los diputados del PAN y PRD insistieron en llevar adelante su propósito reformista. Incluso en la prensa se comentó que ya existía un anteproyecto de Ley de Medios. Pero los miembros de la Comisión Especial de Comunicación Social guardaron silencio. No obstante, el 29 de septiembre *El Universal*, de manera extraoficial, publicó un extracto del referido proyecto de ley, donde se establecían normas para transparentar la ayuda del Estado a la prensa, y se reconocían derechos de los medios, como el derecho a la información.

Dos semanas posteriores, en la Semana de Radio y TV convocada por la CIRT, Emilio Chuayffet reiteraría que antes de reglamentar en materia de información, era preciso que los medios definieran sus códigos de conducta. Tal declaración irritó a los diputados del PAN y PRD, quienes interpretaron esas palabras como freno del gobierno a las reformas de leyes de medios y al reglamento de los Artículos seis y siete.¹³⁶

Un aparente estira y afloja comenzó a darse en el interior de la Comisión Especial de Comunicación de la Cámara de Diputados, particularmente el PRI contra el PAN y PRD, lo cual se palparía días después (18 de octubre) en una reunión del titular de Gobernación con un grupo representativo de esa comisión. En dicha reunión el titular de Gobernación, Emilio Chuayffet usando como escudo el Plan Nacional de desarrollo les dijo que "El gobierno considera que pretender normar las garantías individuales sobre la libertad de

¹³⁶ Omar Raúl Martínez. *Op. cit.* p. 21

expresión entraña más riesgos que beneficios", pero que estará atento a las propuestas de la sociedad y el Legislativo.

Al salir de esa reunión, el diputado priista Netzahualcóyotl de la Vega negó que hubiese un anteproyecto de ley. En tanto, la legisladora del PAN Teresa Gómez Mont, insistió en que debería legislarse aun a costa de las resistencias del partido oficial.

Un mes más tarde Dionisio Pérez Jácome, titular de la coordinación de Comunicación Social del Gobierno, expresó sin pena alguna que no era necesario modificar las leyes si se daba una autorregulación por parte de los protagonistas de la comunicación social - como si con ello pudiera subsanar las insuficiencias jurídicas.

Así pues, las 2,758 propuestas referidas en 621 ponencias durante la consulta nacional de comunicación social, más las expuestas en los foros selectivos, seguramente irían al cesto de la basura. La nueva Ley Federal de Radio y TV, la Ley Reglamentaria de Derecho a la Información, La Ley de cine, el libro, la publicidad y la de informática, esperarán el sueño de los justos, quizás hasta la próxima legislatura.¹³⁷

Paradójicamente en este año después de las declaraciones del presidente en las que fustigó "a aquellos que sólo enfatizan lo negativo, a aquellos que sistemáticamente ocultan las buenas noticias", a "los pesimistas, los derrotistas, los alarmistas, los sensacionalistas". A ellos les auguró que "serán derrotados definitivamente". El primer Mandatario, se mostró irritado porque algunos medios son incapaces de destacar las buenas noticias.

Y las repercusiones no se hicieron esperar; el Jurado del Premio Nacional de Periodismo declaró desierto el género de noticia. Lo cual hizo suponer que la decisión había venido de Los Pinos. Así pues los analistas interpretaron que "sólo les iría bien a quienes enfatizan lo

¹³⁷ Suplemento ENFOQUE. *Reforma*. 12 de enero de 1997

positivo, a los optimistas, a los triunfalistas, es decir, a los gacetilleros. La lectura entre líneas era que el gobierno intentaba dictar reglas de comportamiento al periodismo".¹³⁸

Al iniciar 1997 (25 enero), en una reunión la Sociedad Interamericana de Prensa, el Secretario de Gobernación, Emilio Chuayffet, reiteró que el gobierno de México mantiene el compromiso de respetar la crítica y garantizar la libertad de expresión que ejercen los comunicadores pues ambas garantías " fortalecen la democracia del país".¹³⁹

A fines de abril de este año es nombrado Coordinador de Comunicación Social del Gobierno Federal el Dr. Alejandro Carrillo Castro, quien puntualizó algunas cuestiones en relación con la función del Estado frente a la sociedad y afirmó que éste tiene la obligación de proporcionar toda la información referente a las tareas gubernamentales. Asimismo habló de que la Secretaría de Gobernación tiene la política de comunicación del gobierno federal, debido a que es la entidad encargada de establecer las líneas de coordinación con los otros dos poderes federales y con los gobiernos de los Estados en la República.

Resaltó también la tarea fundamental de la Coordinación de Comunicación Social del Gobierno y la del Coordinador General de Comunicación. La primera tiene que "señalar con toda atinencia, cual será el área responsable de proporcionar la información en cada momento (...) La necesidad de una coordinación gubernamental a nivel de los estados y de los municipios no significa que vaya a sustituirse a alguien. "más bien señalará quien es el responsable de proporcionar determinada información. En tanto que la tarea fundamental del Coordinador General de Comunicación es brindar apoyo a quienes realizan esa tarea de comunicación en cada una de las dependencias del sector público"¹⁴⁰

¹³⁸ Cfr. *Reforma*. 4 de junio de 1996.

¹³⁹ *Bitácora*. RMC. Año IV. Número 30. p. 1

¹⁴⁰ Miguel Angel Sánchez de Armas. *Comunicación Social y Estado en México*. RMC. p. 4

La política de comunicación afirmaba el Coordinador de Comunicación Social debía ser regulada ya que toda política de gobierno en cualquiera de sus ámbitos requiere de leyes claras y adecuadas al momento que se está viviendo, al respecto hacía alusión a la ley de imprenta que no sólo es obsoleta sino descentralizada y desde luego habrá que considerar la revisión también de la Ley de radio y televisión que data de los años sesenta. En este momento indiscutiblemente, en el campo de la comunicación social, decía " a juicio de muchos, la legislación debe ser revisada para incorporar los nuevos avances tecnológicos y medios de comunicación que no están reglamentados porque cuando aquella se expidió ni siquiera existían las actuales posibilidades tecnológicas". ¹⁴¹

En cuanto a cual debería ser el quehacer de los medios el Coordinador de comunicación esperaba la posibilidad de ir generando una cultura de apertura a la respuesta pública. "Es decir cuando en algún programa de radio, medio escrito o televisora se hace un señalamiento crítico o una afirmación equívoca, resulta pertinente otorgar el *derecho de réplica al aludido, sea éste un ciudadano o una autoridad*". ¹⁴²

Casi al mismo tiempo la Cámara de Diputados a través de la Comisión Especial de Comunicación Social intentó impulsar una reforma legal en materia de medios de comunicación. Luego de una consulta popular se presentó una **Iniciativa de ley para crear la Ley Federal de Comunicación Social** y en lo referente al derecho a la información diversos sectores concluyeron: la necesidad, precisamente, de actualizar las leyes de radio, televisión y cinematografía; constituir un consejo de comunicación social y establecer el derecho a la información.

No es sino hasta 1998 que se volvió a retomar el tema con la LVII Legislatura cuando se manejó que el derecho a la información debe ser garantizado por el Estado según reza el

¹⁴¹ *Idem.*

¹⁴² Miguel Angel Sánchez de Armas. *Op. cit.* p. 4

artículo sexto Constitucional pero que a la vez es tan general que deja a los ciudadanos sin acceso a la información por ello se requiere una iniciativa de ley de comunicación social y derivada de ésta la introducción de otras iniciativas para modificar la Ley de Imprenta, Ley Federal de Radio Televisión y la Ley Federal de Telecomunicaciones no debemos olvidar que una amplísima consulta popular sirvió de base para la elaboración de la iniciativa presentada desde 1997 y que ahora causa escozor en la mayoría de los medios incluso en el mismo Gobierno Federal tal vez porque promueve una figura de nueva creación: La comisión Nacional de Comunicación Social con alcance, como su nombre lo indica, en el territorio nacional realizaría la función de *censor* de los medios *de comunicación*¹⁴³ y porque en el fondo se esconde, en verdad, la protección de los intereses creados entre el Gobierno Federal y algunos medios jurídicos que garanticen relaciones transparentes y equitativas.

La postura del gobierno fue que cada medio debería conformar su *código de ética*, como lo afirmaba el titular de la Secretaría de Gobernación en la XL Semana Nacional de la Radio y la Televisión.¹⁴⁴ En tanto de lado de los asistentes se cuestionaban cuál debería ser el alcance del derecho a la información porque desde la óptica de la población este derecho obliga al Estado a informar oportuna y verazmente a la sociedad.

De la temática tratada en la Semana Nacional de los Medios se comprobaron dos hechos: uno la alianza entre los propietarios de los medios en contra de la iniciativa de Ley y otro la recuperación del diálogo entre el Estado y los medios de comunicación.

En tanto que la Comisión de Radio y Televisión de la Cámara de Diputados dio marcha atrás "a la intención de llevar al pleno, este mes, la iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social y anunció que continuará sus trabajos, ahora con la participación de

¹⁴³ *La Crónica*. 17 de abril 1998. p. 7

¹⁴⁴ Realizada del 5 al 9 de octubre de 1998.

los dueños y concesionarios de los medios para intentar arribar a un consenso y en su caso aprobarla el año próximo".¹⁴⁵

Así las presiones recibidas de todos los sectores de la sociedad y un buen número de diputados federales en contra de la "*Ley Mordaza*" obligaron al Panista Javier Corral, presidente de la Comisión a rectificar su postura diciendo que el dictamen sería presentado al pleno en marzo de 1999.

En este año aun y cuando fueron nutridos los eventos que se realizaron en torno a la comunicación social, empezando con la Cámara de Diputados, la Conferencia Internacional "El derecho a la información, la LX Semana Nacional de la Radio y Televisión y la Primera Conferencia Internacional Ética y autorregulación de los medios a fin de milenio la actitud del gobierno Zedillista no varió los medios deberían autorregularse éticamente para "buscar un equilibrio entre éstos y el poder," "...manifestó que la sociedad demanda de los medios recabar, analizar y difundir la información con honestidad y responsabilidad".¹⁴⁶

En el fondo el gobierno prefiere seguir con sus prácticas cotidianas de discrecionalidad en lo que destina a la difusión ya por ejemplo con la iniciativa de ley se plantea transparentar los gastos de publicidad del gobierno para que las partidas destinadas a este rubro sean sujetas de fiscalización.¹⁴⁷

En 1999 Fernando Lerdo de Tejada, Director General de Comunicación Social de la Presidencia, durante su intervención en el XV Congreso Nacional de la Asociación Mexicana de Editores (AME) resaltaba el interés del gobierno Zedillista por establecer una relación más sólida y más eficaz con los medios del interior de la república para lo cual se implantó el Sistema de Internet de la Presidencia de la República que tiene como uno de sus

¹⁴⁵ *Novedades*. 9 de octubre de 1998. p.8

¹⁴⁶ *Proceso*. 18 de octubre de 1998. p. 7

¹⁴⁷ *Proceso*. 18 de octubre de 1998. p 10

principales propósitos el servir con información actualizada y apertura de los medios del interior del país interesados en dar seguimiento a los antecedentes presidenciales.

Reconoció la labor de los medios de comunicación en la transformación de la sociedad ya que se han constituido en garante de los logros alcanzados para asegurar que no habrá retroceso en la búsqueda del México más justo. Por tal razón resaltaba que "las relaciones entre los comunicadores y el gobierno de México se realizan en un marco de respeto y de interés nacional y se rechazaba todo intento o cualquier sugerencia para regular la libertad de expresión.

Por ello la labor de los comunicadores debe sujetarse al ejercicio objetivo y veraz, responsable y oportuno de las tareas. Y para garantizar esto también reiteramos que los medios y quienes trabajan en ellos tienen la responsabilidad de establecer códigos de conducta y formas propias de autorregulación, que tienen en cuenta las propias preocupaciones y exigencias de la sociedad.¹⁴⁸

En abril del mismo año en el **1er. Congreso Internacional de 'A favor de lo mejor en los medios de comunicación'** el presidente Zedillo mencionó que la influencia de los medios de comunicación en la cultura, en la política, en la sociedad y en la economía eran cada vez más relevantes muy especialmente cuando se ejercen " como hoy en México, con la más cabal libertad". "Como formadores y transformadores de la cultura, los medios de comunicación contribuyen a orientar reafirmar y modificar valores, conductas y opiniones"

149

¹⁴⁸ *Discurso* pronunciado por Fernando Lerdo de Tejada, en Oaxaca, el 28 de marzo de 1999.

¹⁴⁹ *Discurso* pronunciado por el Presidente Zedillo en el Auditorio Nacional, DF, el 21/IV/1999

"Naturalmente el poder, el alcance y la influencia que hoy tienen los medios de comunicación, suscitan una sana discusión acerca de las formas más convenientes para armonizar la libertad con la responsabilidad social que inevitablemente tienen." ¹⁵⁰

La interpretación de este discurso a través de los medios no significaba otra cosa que la *autocensura* disfrazada en la cual se enfatizaba que la responsabilidad de los medios radicaba, en lograr mayor objetividad y especialmente *la ponderación y la medida en la opinión*.

Una constante de los discursos del presidente Zedillo fue la *tolerancia*. El aprendizaje la asimilación y la práctica de la tolerancia han sido consustanciales a la formación de México como Nación, así como a la creciente integración de nuestra sociedad.

Y según su percepción "la *tolerancia* significa que cada quien es libre de elegir sus convicciones y su forma de vida y al mismo tiempo acepta que otros puedan gozar de la misma libertad y tener convicciones y formas de vida diferentes." ¹⁵¹

Y desde luego "... los medios de comunicación tienen la muy importante función de alentar la tolerancia como un rasgo de lo que todos los mexicanos debemos atesorar e inculcar para ser mejores..." ¹⁵²

Finalmente, podemos afirmar que esa libertad de expresión, ese código de ética y autorregulación de los medios son a fin de cuentas la coraza que permite que el gobierno maneje la información como propia y no como un asunto que incumba e involucre a todos y esto lo demuestra con su actitud negativa de crear un ordenamiento legal que obligue al gobierno a informar y para muestra basta un botón la política de comunicación de cada

¹⁵⁰ *Idem.*

¹⁵¹ *Idem.*

¹⁵² *Idem.*

dependencia está suspendida a los intereses personales del Secretario, los medios y los recursos públicos se utilizan para dirimir controversias particulares.¹⁵³

En relación con este punto, Ernesto Villanueva afirma " lo grave es que a pesar de que en uno de los apartados del Plan Nacional de Desarrollo 1995- 2000, se señala el compromiso de regular y transparentar el acceso de los ciudadanos a la información en manos de las entidades gubernamentales de hecho. Eso nos dijo el Presidente en el 94 y resulta que un año después en el 95, todavía asumió su voluntad política de reglamentar. Sin embargo a cuatro años de esto, vemos que no se ha hecho absolutamente nada. Eso me parece una falta de ética total." ¹⁵⁴

Una prueba de la discrecionalidad en el uso de los recursos lo constituye el acuerdo del 31 de enero de 2000 en el que se establecen las normas y lineamientos generales para la erogación de recursos presupuestales en Materia de Comunicación Social.¹⁵⁵ El cual señala que las dependencias gubernamentales que requieran de la intermediación de un tercero para transmitir publicidad deberán contratar el servicio de *Notimex*.

Pero además el acuerdo advierte que la Secretaría de Gobernación deberá autorizar todas las campañas publicitarias de Dependencias del Gobierno. Asimismo, las Secretarías y oficinas gubernamentales que contraten asesorías deberán someter sus materiales que serán objeto de apoyo a la autorización de la Secretaría de Gobernación.

Además de estas facultades de control, *Notimex*, Agencia Oficial que depende de la Secretaría de Gobernación, es facultada para ejercer intermediación y difundir en los

¹⁵³ Un caso concreto lo constituyó el ataque público entre Oscar Espinosa Villarreal y Rosario Robles.

¹⁵⁴ Infosel en línea. <http://www.infosel.com/canales/gobierno-y-politica/articulo/016022/página20.htm> 18/04/00.

¹⁵⁵ Publicado en el *Diario Oficial de la Federación*, el 31 de enero de 2000.

medios impresos y electrónicos los anuncios de las dependencias gubernamentales que previamente fueron revisados por dicha Secretaría.

Al parecer esta coyuntura fue aprovechada por *Notimex* para contratar publicidad con su agencia y ofrecer en paquete material publicitario generado por los anunciantes y publicistas en pocos minutos y con alta calidad de resolución a los directores de las oficinas de comunicación social. Lo cual demuestra que no sólo los medios se autorregulan sino los propios medios al servicio del Gobierno Federal.

2.4. El análisis de la información oficial nacional e internacional (dada a conocer a la sociedad mexicana durante el mes de agosto de 1998)

La participación del Estado Mexicano en la información que se difunde a nivel internacional ha sido mínima. Para ejemplificarlo basta con recordar que las agencias noticiosas transnacionales ofrecieron sus servicios a México hasta 1981 y con ello, según esto, la posibilidad de una fuente de información *económica* y amplia desde el punto de vista cuantitativo, aunque a la larga constituyen un elemento de distorsión de la información, ya que como menciona Ostgaard “la información se selecciona para responder a las necesidades del público nativo y por ende se busca un **criterio** que haga comprensible la noticia para la comunidad, lo que ofrece una mayor **identificación** del lector el cual fortalecerá el flujo informativo ya que la cercanía temporal, geográfica y cultural son sus elementos clave”.¹⁵⁶

La experiencia demuestra que las noticias con una carga sensacionalista encuentran con mayor facilidad que otras su camino a través de los canales informativos.

¹⁵⁶ Citado por Karin Bohmann. *Op. cit.* p. 270

De lo anterior se desprende una discontinuidad en la información. Estos factores pueden llevar a una distorsión de la información. A ello se suma que, por ejemplo en México, la mayor parte de los periodistas que trabajan en las agencias internacionales son extranjeros. Tienen necesariamente una actitud de orientación occidental en lo que respecta a los conflictos y relaciones sobre los que informan. La forma en que abordan los problemas se encuentra marcada por experiencias individuales y profesionales, su cultura, edad, educación, etc. También los elevados costos de transmisión determinan el flujo informativo y su volumen en relación con las distintas regiones. Todos estos factores se manifiestan a la vez e influyen sobre el contenido y la forma de presentar la noticia.

Paralelamente, tienen efectos graves de distorsiones, las informaciones falsas o la omisión de informaciones en la actividad informativa de las agencias internacionales. Así, por ejemplo, en 1982 agencias noticiosas de Estados Unidos, diarios y cadena televisiva ABC divulgaron informes sobre una crisis económica y social de dimensiones catastróficas en México se produjeron finalmente, poco antes del primero de septiembre día del informe presidencial, llamados a abastecerse de provisiones y rumores sobre un supuesto inminente golpe de Estado. UPI difundió en febrero de 1981 la falsa noticia de que el PRI apoyaba materialmente a la guerrilla salvadoreña. El presidente del Partido desmintió la información" ¹⁵⁷

De tal forma que incluso se ha descuidado o mejor dicho desatendido la información que fluye hacia el exterior o bien la que es producida en el exterior y llega a México. Lo importante de esto es resaltar que ha existido una mayor autocensura de los medios y un control más estricto del Estado de la información interna. Como más adelante veremos los porcentajes que destina a información oficial en el periódico *Excélsior*.

¹⁵⁷ *Unomásuno*. 15 de febrero de 1981. p. 63

2.4.1. En el periódico Excélsior

Los periódicos desde su nacimiento han servido al Estado como vehículo para transmitir un alto porcentaje de información oficial. Desde luego habrá que destacar que en muchas ocasiones se confunde la información oficial con aquellos comunicados o inserciones pagadas que cotidianamente se envían a los periódicos sobre todo para las licitaciones que casi siempre son a través de la venta de espacios denominados inserciones pagadas.

En la última década la información oficial se ha manejado en los medios de comunicación a través del *boletín de prensa* que, aunque su auge ha sido reciente, su nacimiento data de la época cardenista cuando constituyó una excelente forma de control de la prensa escrita.

¿Por qué se seleccionó al **Excélsior** para llevar a cabo el estudio de las publicaciones o información de carácter oficial publicado en un diario? En primer lugar por los años que tiene de publicarse (casi un siglo); por su cobertura nacional; por su tiraje; y por el acceso que se tuvo a sus ejemplares durante el mes de agosto de 1999. Por todo lo anterior, creemos que el periódico Excélsior constituye **una buena elección** para analizar la información oficial que publica, resaltando, desde luego, que algunos estudiosos del tema lo consideran un periódico gobiernista ya que desde su creación y a lo largo de su vida ha servido en varios momentos a diferentes gobiernos como incondicional.

Sin embargo, el estudio más detallado que llevamos a cabo a dicho diario nos dió una visión más cercana de la información oficial que aparece publicada en el mismo. Se tomó una muestra representativa del mismo consistente en la selección de los ejemplares publicados en el mes de agosto de 1998. De esa muestra de treinta y un ejemplares se seleccionó la información oficial para detectar cuales fueron los temas recurrentes y se encontró que precisamente durante este tiempo salió a flote el tema del FOBAPROA, y por supuesto temas relacionados con la economía. Así, en el siguiente cuadro podemos

observar que en notas y artículos periodísticos los temas que más se publicaron fueron economía, FOBAPROA, salud, justicia y educación, por citar los casos donde se encontró una mayor frecuencia, como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

**Cuadro No. 1
Temática de la Información Oficial**

Tema	No. de notas y/o artículos publicados
1. Economía	30
2. Fobaproa	26
3. Salud	23
4. Justicia	13
5. Educación	13
6. Trabajo y Ley Federal del Trabajo	12
7. Carreteras	12
8. Petróleo y Electricidad	10
9. Ecología y Medio Ambiente	10
10. Presidencia	9
11. México-EU.	8
12. Desarrollo Social	8
13. Seguridad Pública	8
14. Política Fiscal	7
15. Agricultura y Ganadería	7
16. Conflicto Chiapas (Ejército)	6
17. Turismo	6
18. Defensa del Consumidor	5
19. Migración	5
20. Diversas	27

Fuente: *Excélsior*. Notas publicadas entre el 1º y 31 de agosto de 1999.

Es conveniente resaltar que la información referida a la fuente noticiosa es congruente con la temática que se maneja, así detectamos que aún cuando existe una correlación entre el tema y la fuente es a todas luces visto que el mayor cúmulo de información proviene de la Presidencia de la República y de la Secretaría de Gobernación como se constata en el siguiente cuadro (el No. 2).

Cuadro No. 2
Fuente Noticiosa de la Información Oficial

Fuente	No. de Comunicados
1. Secretaría de Hacienda y Crédito Público	26
2. Presidencia de la República	19
3. Secretaría de Gobernación	19
4. Secretaría de Relaciones Exteriores	18
5. Sección Editorial de Excélsior	17
6. Secretaría de Trabajo y Previsión Social	11
7. Secretaría de Salud	10
8. Secretaría de Comunicaciones y Transportes.	10
9. Procuraduría General de la República	10
10. Banco de México	9
11. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.	9
12. Secretaría de Educación Pública	9
13. Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los Trabajadores del Estado	7
14. Instituto Mexicano del Seguro Social	7
15. Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos.	6
16. Secretaría de Energía y Minas	5

Fuente: *Excélsior*. Comunicados publicados entre el 1º y 31 de agosto de 1999.

El género periodístico en el que tiene mayor ascendencia la información oficial es la nota informativa predominantemente seguida por el reportaje y del boletín como se aprecia en el cuadro No. 3.

Cuadro No. 3
Género Periodístico donde se localizó la Información Oficial

Género	No. de Publicaciones
1. Nota Informativa	144
2. Reportaje	35
3. Boletín	30
4. Crónica Noticiosa	14
5. Columna	9
6. Editorial	13

Fuente: *Excélsior*. Publicados entre el 1º y 31 de agosto de 1999.

El hecho de que el mayor porcentaje de información oficial sea en forma de nota informativa, nos conlleva a que la mayor parte de la información se encuentra ubicada en las seis primeras páginas de la sección editorial, como lo vemos en el cuadro No. 4.

Cuadro No. 4
Ubicación de la Información en el periódico

Página	Sección	Total de Publicaciones
1°	1°	44
4°	1°	46
5°	1°	54
6° (Editorial)	1°	13
	Total 1° Sección	157
Varias	1°	12
1°	2°	42
Varias	2°	24
	Financiera	10
	Total 2° Sección	88

Fuente: *Excélsior*. Información publicada entre el 1° y 31 de agosto de 1999.

En tanto que la extensión de la nota por página es aproximadamente de un cuarto de plana como puede apreciarse en el cuadro No. 5.

Cuadro No. 5
Extensión aproximada de publicaciones por plana

Extensión de nota y/o género	No. de Notas
1 plana o más	4
1/2 plana	27
1/4 plana	68
3/4 plana	4
1/8 plana	109
1/16 plana	33

Fuente: *Excélsior*. Publicadas entre el 1° y 31 de agosto de 1999.

2.4.2. Las opiniones del público en general (sondeo representativo) sobre la información oficial que difunde el gobierno federal.

Aun y cuando se dice que en México estamos accediendo a la democracia, se puede percibir que en la mayoría de los casos son los partidos políticos los que de hecho lo han logrado mayormente; sin embargo, la población en general tiene acceso a los medios en la medida que puede leer ver o escuchar.

Y ese es precisamente el punto que aquí nos interesa: conocer la opinión de la población sobre la información oficial. Para lograrlo se llevó a cabo una investigación de campo en el Distrito Federal a una muestra representativa de 200 personas que se seleccionaron al azar. *(Aquí debemos recordar que no es objeto de estudio el resultado que arrojaron las respuestas vertidas por los entrevistados ni tampoco es objeto de estudio hacer un análisis de contenido de la información publicada. Por ello no se siguió ningún patrón ni metodología que normalmente se lleva a cabo cuando el objeto de estudio así lo exige).*

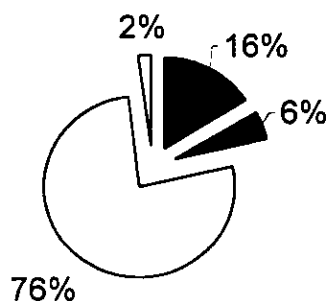
A las 200 personas se les aplicó un cuestionario de nueve preguntas de las cuales 3 fueron cerradas, 5 abiertas y una combinada.

Los resultados que arrojó la investigación fueron los siguientes:

La población distingue perfectamente cual es la información que transmite el gobierno federal a través de los medios. De la encuesta aplicada el 76% de la población sabe que la información oficial es la que transmite el Gobierno Federal a través de los medios masivos de comunicación, el 16% opinó que la información oficial es la que manejan las agencias informativas en tanto que sólo el 6% opina que es toda información que aparece publicada en los diarios como puede apreciarse en la gráfica No. 1

GRÁFICA 1

El público opina que la Información oficial es:



■ LA QUE ENVÍAN LAS AGENCIAS INFORMATIVAS: 32 personas (16%)

■ LA QUE APARECE PUBLICADA EN LOS DIARIOS: 11 personas (6%)

□ LA QUE TRANSMITE EL GOBIERNO FEDERAL A TRAVÉS DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN: 153 personas (76%)

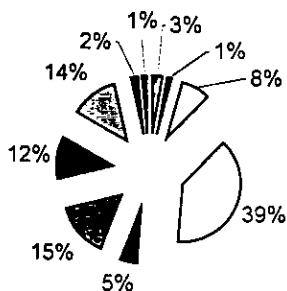
□ NO CONTESTÓ: 4 personas (2%)

En tanto que consideran al periódico La Jornada como el más objetivo con un 39% seguido de el Reforma con un 15% y algo que llama la atención es que el 14% considera al Excélsior como objetivo a pesar de que su línea ha sido pro-gobiernista., según los encuestados.

(Con motivo de la celebración del Día de la Libertad de Prensa en nuestro país, el 7 de Junio se reunieron los 6 candidatos a la Presidencia de la República. Los anexos 1,2,3,4,5,6,7,8 y 9 de la presente investigación consignan lo dicho por ellos en esa ocasión).

GRÁFICA No. 2

El periódico más objetivo según la opinión de la población consultada es:

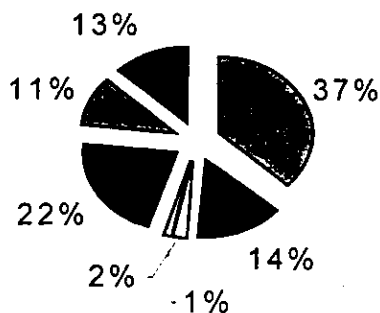


- LA CRÓNICA: 6 personas (3%)
- UNO MÁS UNO: 3 personas (1%)
- EL FINANCIERO: 17 personas (8%)
- LA JORNADA: 82 personas (39%)
- LA PRENSA: 10 personas (5%)
- REFORMA: 32 personas (15%)
- EL UNIVERSAL: 28 personas (12%)
- EXCÉLSIOR: 29 personas (14%)
- EL HERALDO DE MÉXICO: 4 personas (2%)
- DIARIO DE MEXICO: 3 personas (1%)

La siguiente pregunta fue de refuerzo y las respuestas resultaron congruentes con la pregunta anterior. Aquí encontramos que "La Jornada" es considerado con el diario que maneja más objetivamente con un 22% y Excélsior con el 14% como vemos enseguida:

GRÁFICA No. 3

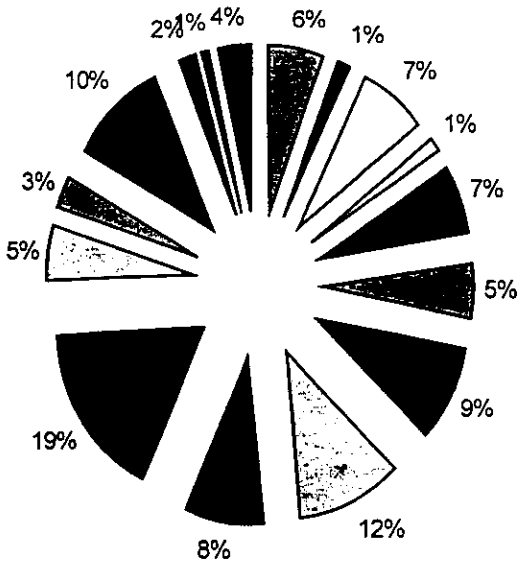
Periódico que presenta más objetivamente la información:



- LA JORNADA: 89 personas (37%)
- EXCÉLSIOR: 35 personas (14%)
- EL HERALDO DE MÉXICO: 5 personas (2%)
- LA CRÓNICA: 3 personas (1%)
- EL UNIVERSAL: 53 personas (22%)
- EL FINANCIERO: 26 personas (11%)
- REFORMA: 31 personas (13%)

Por lo que se refiere a los periódicos considerados como gobiernistas, el primer lugar se lo llevó Excélsior con el 19%, aunque los márgenes de diferencia hayan variado poco entre diarios como El Universal, La Prensa y El Heraldo, porque de alguna forma estos resultados indican que la población ubica un buen número de periódicos como gobiernistas, incluso un buen porcentaje del total de la muestra <10%> considera que todos los periódicos son gobiernistas tal y como lo muestra la siguiente gráfica:

GRÁFICA No. 4
Periódicos considerados como
gobiernistas por la población
entrevistada



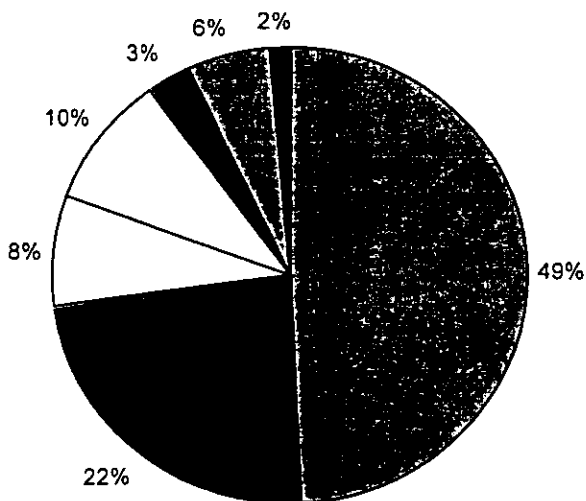
- UNO MÁS UNO: 13 personas (6%)
- SOL DE MÉXICO: 3 personas (1%)
- REFORMA: 16 personas (7%)
- FINANCIERO: 3 personas (1%)
- LA JORNADA: 15 personas (7%)
- LA CRÓNICA: 12 personas (5%)
- LA PRENSA: 20 personas (9%)
- EL UNIVERSAL: 25 personas (12%)
- EL HERALDO: 18 personas (8%)
- EXCÉLSIOR: 39 personas (19%)
- DIARIO DE MÉXICO: 12 personas (5%)
- LA MAYORÍA DE LOS PERIODICOS: 7 personas (3%)
- TODOS LOS PERIODICOS: 23 personas (10%)
- NINGUNO DE LOS PERIODICOS: 5 personas (2%)
- NO SABE: 2 personas (1%)
- NO CONTESTÓ: 8 personas (4%)

Y las razones por las cuales la población considera gobiernistas a los periódicos son las siguientes: en primer lugar porque se enfoca más a las actividades del gobierno, nunca dicen la verdad, falta claridad y objetividad, no dicen lo que realmente pasa y encubren las actividades del gobierno. Como podemos observar, el trasfondo de estas respuestas es que los medios de comunicación sirven al gobierno aun y cuando no existe como ya se mencionaba una política de comunicación.

Entre otras (Véase la gráfica No. 5).

GRÁFICA No. 5

Medio masivo de comunicación donde existe mayor represión de parte del gobierno:



■ TELEVISIÓN: 99 personas (49%)

■ PRENSA ESCRITA: 46 personas (22%)

□ RADIO: 16 personas (8%)

□ EN TODOS LOS MEDIOS (de diferente manera): 19 personas (10%)

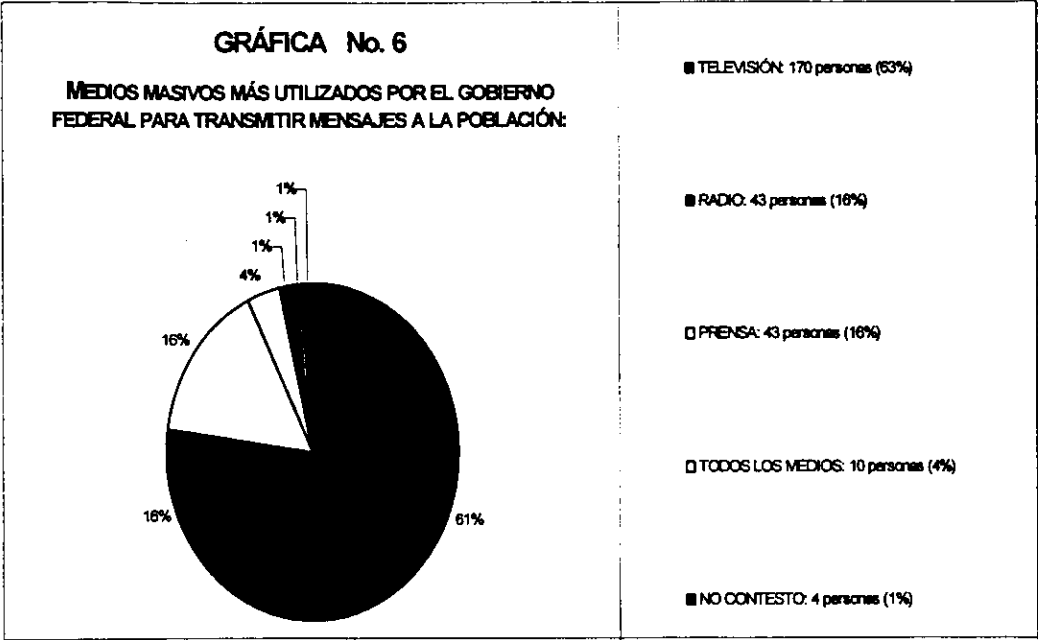
■ EN NINGUN MEDIO: 6 personas (3%)

■ NO SABE: 11 personas (6%)

■ NO CONTESTÓ: 3 personas (2%)

Paradójicamente la población opina que el medio donde existe mayor represión es la televisión (véase gráfica No. 5) y es precisamente el medio de comunicación, según la

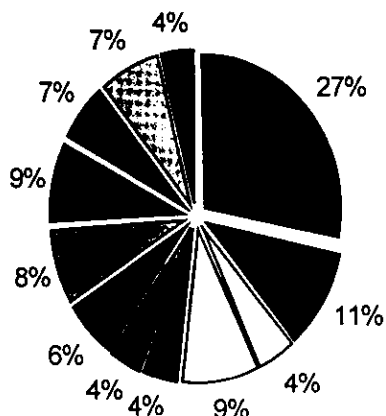
encuesta, que más utiliza el Gobierno Federal para transmitir sus mensajes como puede apreciarse en la gráfica No. 6.



La idea de proponer la creación de una Secretaría de Información nos obliga a intentar captar el sentir de la población; de ahí que las siguientes gráficas muestran aquellos rubros donde falla y hay mayor índice de malestar en cuanto a las actividades del Gobierno Federal. Por ejemplo, a pregunta expresa de qué se requiere para que la población esté adecuadamente informada, estos respondieron, considerando las frecuencias más altas de la gráfica No. 7, que la información sea más confiable (que digan la verdad) 27% además que la misma se difunda en toda la república mexicana y que constantemente se dé a conocer cuales son los Planes y Programas que implementa el Gobierno. Hay un inciso interesante de destacar aún y cuando no alcanza un porcentaje muy alto y es que la gente debe poner mayor interés en los asuntos del gobierno 8% como puede observarse en la siguiente gráfica (No. 7).

GRÁFICA No. 7

Para que la población esté adecuadamente informada de las actividades del Gobierno se requiere:

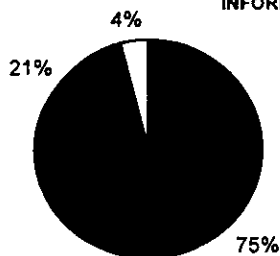


- a) Información más confiable (que digan la verdad): 56 personas (27%)
- b) Que la información se difunda en toda la República Mexicana: 22 personas (11%)
- c) Que no haya represión a comunicadores: 8 personas (4%)
- d) Información constante de los Planes y Programas que implemente el Gobierno (objetivos y metas): 18 personas (9%)
- e) Elevar el nivel educativo de la población: 8 personas (4%)
- f) Fomentar el hábito por la lectura de periódicos: 8 personas (4%)
- g) Que la población pueda participar en la solución de los problemas: 12 personas (6%)
- h) Cambiar al gobierno: 16 personas (8%)
- i) Mayor interés de la población por los asuntos del gobierno: 17 personas (9%)
- j) Utilizar más racionalmente la televisión con información más precisa, verídica y objetiva: 13 personas (7%)
- k) Que la información esté al nivel de todos los estratos sociales: 14 personas (7%)
- l) Que cada dependencia informe de las actividades que realiza y que difunda permanentemente cual es su función: 8 personas (4%)

Por cuanto hace a la opinión pública de que si el gobierno cuenta con la infraestructura necesaria, el 75% de la población opinó que sí, porque cuenta con una red de información propia, aunque falta invertir en una tecnología más moderna, pero también falta voluntad del gobierno para querer cambiar (véanse gráficas 8 , 8.1 y 8.2.)

GRÁFICA No. 8

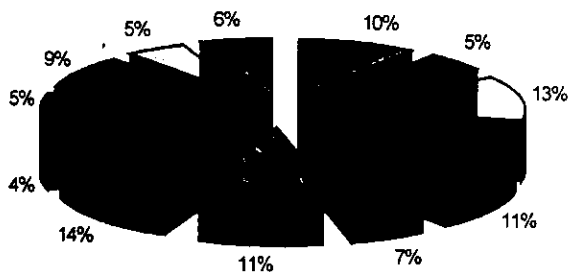
¿CUENTA EL GOBIERNO FEDERAL CON LA INFRAESTRUCTURA NECESARIA PARA INFORMAR A LA POBLACIÓN?



- SI: 150 personas (75%)
- NO: 42 personas (21%)
- NO CONTESTÓ: 8 personas (4%)

GRÁFICA No. 8.1

Si ¿por qué?



■ a) Tiene dinero para informar a todos, pero lo que dice deja mucho que desear: 15 personas (10%)

■ b) Requiere incrementar y hacer un mejor uso de los medios de comunicación: 8 personas (5%)

□ c) Existe infraestructura pero falta invertir más para contar con tecnología depunta: 19 personas (13%)

□ d) Falta voluntad para cambiar: 17 personas (11%)

■ e) Si, pero no existe suficiente interés en la población por las actividades del gobierno: 10 personas (6%)

■ f) El gobierno cuenta con todo lo necesario, el problema es que no quiere informar la verdad: 16 personas (11%)

■ g) El gobierno debe contar con una red de información propia: 21 personas (14%)

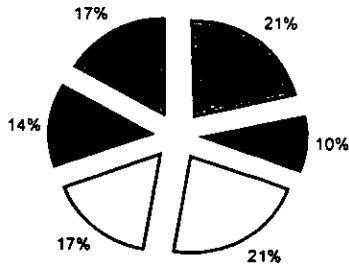
□ h) Cuenta con infraestructura pero la información no es oportuna: 6 personas (4%)

■ i) Si, pero debería apoyarse más en los medios masivos de comunicación: 7 personas (4%)

■ j) Si, pero la usa en su beneficio, no de la población en general: 14 personas (9%)

GRÁFICA No. 8.2

No ¿por qué?

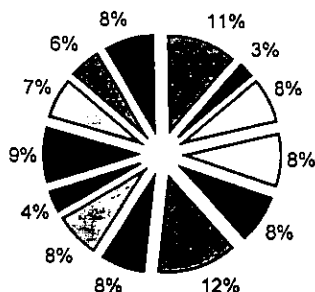


- a) Porque se olvida de los lugares más alejados, sólo se ocupa de las grandes ciudades: 9 personas (21%)
- b) No presta atención a los altos índices de analfabetismo: 4 personas (10%)
- c) La información es parcial: 9 personas (21%)
- d) No le conviene difundir información veraz; normalmente es tendenciosa: 7 personas (17%)
- e) El gobierno sólo comunica e informa lo que le conviene: 6 personas (14%)
- f) Los recursos financieros con los que cuenta los usa en aspectos políticos que en cuestiones de información: 7 personas (17%)

La respuesta negativa a esta pregunta se debió a que consideran que la información es parcial además de que piensan que se requiere una infraestructura más adecuada para llegar a los lugares más apartados.

Finalmente, al preguntar cuál sería la forma más adecuada para mejorar la comunicación entre el Gobierno Federal y la población, éstos respondieron que falta mayor **objetividad** de parte del gobierno, y le falta voluntad de informar a la población. Asimismo, exigen que los medios de comunicación no distorsionen la información. Proponen también que se abran tiempos especiales en televisión ya que, para ellos, es el medio que más utiliza la población para informarse; y que el tiempo dedicado a las noticias debe alargarse, toda vez que es muy corto (véase gráfica No. 9).

GRÁFICA No. 9
Formas para mejorar la comunicación entre el Gobierno Federal y la población:



- a) Que los medios de comunicación no distorsionen la información: 23 personas (11%)
- b) Programas sociales que se ocupen de problemas cotidianos: 5 personas (3%)
- c) Un mejor gobierno, un gobierno menos represivo: 15 personas (8%)
- d) Concientizar a la gente (educación política): 18 personas (8%)
- e) Libertad de expresión en todos los medios de comunicación: 16 personas (8%)
- f) Mayor objetividad de parte del gobierno (que manifieste su deseo de informar a la población) 26 personas (12%)
- g) Elaboración de folletos informativos con periodicidad regular: 15 personas (8%)
- h) Que el gobierno sea más abierto al pueblo: 15 personas (8%)
- i) Desapareciendo la corrupción: 7 personas (4%)
- j) Dedicando tiempos especiales en la televisión porque las noticias son muy cortas y tendenciosas: 19 personas (9%)
- k) Haciendo encuestas para conocer la opinión de la gente: 13 personas (7%)
- l) Creando vías de comunicación directa con el público: 11 personas (6%)
- m) No contestó: 17 personas (8%)

Como podemos observar, existe un gran desconocimiento de las actividades que realiza el Gobierno Federal pero también un gran resentimiento porque lo que le llega a la población es parcial y tendencioso. Es conveniente rescatar estas opiniones porque, para proponer la creación de una Secretaría de Información, es necesario palpar el sentir de la opinión pública, sobre todo porque en este sexenio (1994-2000) se han realizado consultas y foros populares en los cuales no participa el ciudadano común quien, en parte, reconoce el poco interés que ha mostrado por las actividades del gobierno; sin embargo, solicita una mayor participación en cuanto a que lo que reciben de los medios es casi siempre a través de la televisión, por lo cual debe existir mayor objetividad y tiempo en ese medio, de la información oficial.

3. Propuesta de creación de la Secretaría de Información de México.

3.1. Justificación.

El fenómeno de la comunicación en el mundo intrínsecamente se vuelve más complejo en la medida del desarrollo de las telecomunicaciones. No se trata ya sólo del desarrollo de los instrumentos “tradicionales” de comunicación como la radio y la televisión, sino también de vías portentosas como las redes informáticas y de documentación a larga distancia, tales como el correo electrónico y la telefonía por satélite.

Por estas vías la información que fluye no sólo es abundante en volumen, sino extraordinariamente rica en datos y códigos de información relevante que cambia día tras día el destino de las naciones y por ende obliga a las empresas y a las dependencias de gobierno a tomar decisiones rápidas, que de otra forma las dejaría rezagadas en el entorno mundial. Pensemos simplemente en la importancia que tiene para el comercio internacional una modificación repentina en los precios del petróleo, o un aumento en las tasas de interés de los países acreedores.

Ante ello, los gobiernos deben tomar decisiones, pero también explicar a sus ciudadanos y a sus congresos legislativos el por qué optaron por determinada decisión y no otra, deben posteriormente instrumentar en diversos niveles y a través de diferentes medios una campaña informativa que ofrezca argumentos y convenza a la población en su conjunto de lo correctas que fueron las medidas; sobre todo, deben también impulsar una especie de ‘cabildeo’ entre los comunicadores más influyentes para que accedan a la información pertinente, incluso confidencial, con objeto de que ellos avalen en lo posible las políticas gubernamentales asumidas.

El volumen de las actividades económicas, educativas, políticas, culturales, campesinas, deportivas y hasta religiosas, en las que tienen injerencia los gobiernos es tan vasto que hoy en día no hay lugar donde no tengan algo que ver sus funcionarios para arbitrar un conflicto, instrumentar medidas urgentes o atender a población necesitada, y para todo ello requiere una comunicación social eficiente y un sistema de información que dé sustento a sus acciones de gobierno, frente a una ciudadanía cada vez más informada y exigente y ante la mirada vigilante de críticos del gobierno y líderes de oposición que están pendientes de las fallas o, en el mejor de los casos, de una deficiente y escasa comunicación social para exponer a la población sus juicios antigubernamentales.

En las democracias occidentales, incluyendo las jóvenes democracias latinoamericanas, la libertad de expresión es una institución irreversible que garantiza la posibilidad de que los ciudadanos, bien o mal informados, critiquen abiertamente a los gobiernos; de la misma manera, todos los días en los congresos legislativos, en las sedes de los partidos y los foros universitarios, se critica en diversos grados a quienes están en el poder y a sus políticas, incluso en no pocos casos se falta a la verdad y se exponen verdades a medias que confunden a la población o de plano la colocan contra un gobierno que bien puede estar trabajando en un sentido correcto.

Los programas gubernamentales y su instrumentación pueden estar avanzando con éxito, pero si ese gobierno no tiene en marcha un programa de información, difusión y comunicación social que contrarreste en todos los foros y frentes la propaganda antigubernamental y los ataques de partidos y organizaciones de oposición, ese gobierno puede fracasar y dejar el poder en las próximas elecciones.

Hoy en día son fundamentales los `spots` televisivos que en un instante llegan al mismo tiempo a decenas de millones de ciudadanos de un país dado, con los cuales pueden los gobiernos ayudarse a mejorar poderosamente su imagen, mas no es suficiente. Los

gobiernos deben instrumentar un sistema nacional de información a partir de un instituto o dependencia que: a) difunda sus políticas públicas y sus resultados intermedios y finales; b) atienda las demandas de derecho a la información de manera reglamentada; c) coordine y dirija una política nacional de comunicación social; d) regule y fortalezca en términos de confianza y transparencia su relación con los dueños de prensa, los periodistas y los lectores, a través de diferentes mecanismos e instituciones, asuma su responsabilidad como entidad rectora de los medios de comunicación (radio, televisión y cinematografía se desarrolla portentosamente a través de Internet).

México, como una nación que transita hacia estadios políticos y sociales de corte democrático, no es ajeno al fenómeno de la revolución mundial de las comunicaciones y por ende al flujo intenso y cotidiano de ideas, datos y códigos informativos.

El flujo de información y el ejercicio de la crítica, por lo menos en los últimos 20 años, es tan intenso que el gobierno no puede renunciar a una magna tarea de elaborar y comunicar socialmente la información de su gestión, su visión de los problemas y la explicación de sus decisiones más trascendentes, pero debe hacerlo con una visión moderna de crear una nueva dependencia de gobierno, ágil, de respuesta inmediata y manejo de información certera y actualizada, que dependa directamente del Jefe del Ejecutivo y organice y coordine en los tres niveles de gobierno una comunicación social que coadyuve a la gobernabilidad del país.

No atender con una entidad autónoma las necesidades y el volumen de información que demandan los ciudadanos en toda la República, puede conducir a un estado de deslegitimación del propio Gobierno en la medida que el terreno material de los medios y el espacio de las ideas es copado por rumorólogos, columnistas de la intriga, comunicadores sin ética y opositores de todo tipo al gobierno.

La importancia que ha adquirido el fenómeno de la comunicación, en cuyo contexto el gobierno y su política de comunicación social tienen intereses incrustados de suyo trascendentales para legitimar las funciones de su mandato, se revela en la decisión de elevar a rango de subsecretaría la Comunicación Social del Gobierno Federal, en enero de 1998, cuando la Secretaría de Gobernación inició un proceso de reestructuración orgánica a partir de crear las subsecretarías de Gobierno, Desarrollo político y Servicios Migratorios; Asuntos Religiosos, Seguridad Pública y Readaptación Social y Comunicación Social.

De suyo las dos primeras constituyen la materia de la dependencia, las tres siguientes engloban asuntos muy específicos a los que el Gobierno Federal ha decidido otorgar una atención especial, pero en cambio la última, que es la de Comunicación Social, debe atender una función central, substantiva y permanente que es propia de los modernos Estados nacionales democráticos, a saber: la de informar y sustentar sus propias tesis en el seno de la esfera pública de la comunicación, donde finalmente se construyen los consensos en torno a los gobiernos o se anima adversa contra ellos para derribarlos o por lo menos sacarlos del poder por vía de las elecciones, es decir, una función de tal magnitud que solo corresponde atender a una Secretaría de Estado.

Antes de ver cómo está integrada actualmente la Subsecretaría de Comunicación Social, dependiente de la Secretaría de Gobernación, veamos la trayectoria que ha debido seguirse para llegar hasta la creación de dicha dependencia.

Durante la administración del Presidente Adolfo López Mateos (1958-1964), se fortalece la Secretaría Particular como Centro de Coordinación de Prensa y Relaciones Públicas. En el sexenio de Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970) se dismantelan las funciones de la Dirección de Prensa y Relaciones Públicas de la Presidencia de la República y se fortalece a la Secretaría de Gobernación. Con Luis Echeverría Álvarez (1970-1976) se crea la Secretaría de la Presidencia y con ella la Subsecretaría de Información. En la Secretaría de

Comunicaciones y Transportes se crea la Subsecretaría de Radiodifusión, que se encarga del desarrollo tecnológico, otorgamiento de concesiones y permisos y de la producción (que es lo que en nuestros días lleva a cabo CEPROPIE). En la administración de José López Portillo (1976-1982) se crea la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, adscrita a la Secretaría de Gobernación. Asimismo, intenta poner en operación el Consejo Nacional de Radio y Televisión, así como los Institutos de Radio, Televisión y Cinematografía. En el sexenio del Presidente Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988) se lleva a cabo la consulta popular sobre Comunicación Social y el resultado fue la creación de los Institutos de Radio, de Televisión y de Cinematografía. La función de Comunicación Social del Gobierno Federal la llevaron a cabo el Coordinador de Comunicación Social y el Subsecretario de Gobernación. El Presidente Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) concentra en la Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia de la República a los Institutos de Radio, de Televisión y de Cinematografía, a la Coordinación de los Medios del Gobierno y al CEPROPIE. Y crea al CONACULTA, quien se encargaría de promover y difundir la cultura, vinculándose institucionalmente con artistas e intelectuales. Finalmente, el Dr. Ernesto Zedillo Ponce de León (1994-2000) crea al principio la Coordinación General de Comunicación Social dependiente de la Secretaría de Gobernación, Cinematografía la adscribe a CONACULTA y en el último tercio de su administración transforma a la Coordinación Gral. de Comunicación Social en la Subsecretaría de Comunicación Social.

La actual Subsecretaría de Comunicación Social se integra, de acuerdo con su Manual de Organización publicado el 29/V de 1999 en el Diario Oficial por el entonces Secretario Francisco Labastida Ochoa, con tres direcciones generales y un centro:

- Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía
- Dirección General de Medios Impresos
- Dirección General de Comunicación Social Gubernamental
- Centro de Producción de Programas Informativos y Especiales (CEPROPIE)

Anteriormente a este Manual de Organización, se hallaba vigente la Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno Federal, con funciones separadas de las de la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía, y su función principal se limitaba a apoyar al Secretario de Gobernación en la conducción de la política de comunicación y sus relaciones con los medios de información, además de instrumentar mecanismos de coordinación, colaboración y evaluación de programas de trabajo con las unidades de comunicación de las dependencias federales y los medios de difusión propiedad del gobierno.

La Subsecretaría de Comunicación Social tiene un perfil de mayor coherencia e integridad en cuanto que incorpora no solo a Radio, Televisión y Cinematografía, sino también a una dependencia nueva para la atención de los medios impresos, vías tradicionales e idóneas para hacer fluir orgánica y eficazmente los contenidos de la Comunicación Social Gubernamental. Empero, por el corto tiempo de vida de esta unidad administrativa es difícil determinar si ha tenido resultados positivos para el Gobierno de la República.

3.2. Objetivos

3.2.1. Generales

- Establecer una política de Comunicación Social, que permita difundir una imagen objetiva y oportuna del quehacer gubernamental que contribuya a la gobernabilidad de la nación y a la integración social y cultural de los mexicanos.
- Crear una estructura organizacional que aglutine a todas las entidades y organismos del Gobierno Federal, así como a los medios de comunicación oficiales con objeto de integrar, en coordinación con Comunicación Social de la Presidencia de la República,

una matriz de información que almacene los contenidos informativos susceptibles de difusión y los mecanismos ejecutables.

- Restituir la confiabilidad y transparencia en la información que proporciona el Gobierno Federal tanto a los medios de comunicación nacional e internacional como a la sociedad en su conjunto.

3.2.2. Específicos

- Ejecutar en resguardo de la soberanía nacional, una política de Radio, Televisión Cinematografía e Internet frente al proceso de privatización y globalización en el manejo de las telecomunicaciones.
- Conjuntar y coordinar a las entidades federales y paraestatales que realizan actividades de comunicación social para alcanzar un sentido de integralidad y eficacia en un nuevo proceso de difusión y comunicación de la información gubernamental federal.
- Dar respuesta eficaz a la demanda de derecho a la información consagrado en el artículo 6° Constitucional y establecer un marco regulatorio y transparente de las relaciones del gobierno con los dueños de los medios de prensa, los periodistas y los lectores, en aras de legitimar al propio Gobierno Federal por un lado y por otro fortalecer la esfera de la comunicación pública responsable entre los ciudadanos.
- Crear y operar el banco de información disponible en bases de datos, así como su clasificación, confidencialidad y organización en universos de conocimiento y/o materia, de manera que la difusión permanente de esta información gubernamental

contribuya a la formación de una opinión pública más y mejor documentada, particularmente en torno a las políticas públicas del Gobierno Federal.

- Organizar las redes y circuitos informáticos que permitan la difusión inmediata de la información disponible, en condiciones de veracidad, oportunidad y confiabilidad, para uso de los investigadores y público en general que por su cuenta acceden a redes para realizar investigaciones, reportajes y estudios diversos.
- Difundir de manera expedita y sucinta los comunicados oficiales y las orientaciones generales para hacer comprensible a la población las políticas públicas y las decisiones tomadas por el Ejecutivo Federal y sus colaboradores.
- Coordinar acciones y ejecutar programas comunes de trabajo con las unidades de comunicación social de los gobiernos de los estados y de los municipios, en aras de dar difusión a los programas de trabajo federales con impacto directo en el bienestar de las entidades.
- Gestionar e impulsar campañas publicitarias informativas del Gobierno Federal utilizando los tiempos que por ley le corresponden en los medios de comunicación.
- Organizar grupos de pubirrelacionistas que realicen cabildeos entre los profesionales de la comunicación para equilibrar y objetivizar la opinión pública en torno a la gestión gubernamental.
- Garantizar el derecho a la información a los profesionales del periodismo a partir de mecanismos y reglas claras de acceso a información clasificada y confidencial.

- Contar con investigaciones sociales propias o por encargo en torno al fenómeno de la comunicación social en México, así como sondeos y estudios de opinión sobre los medios que permitan orientar la toma de decisiones del Gobierno Federal en esta materia (como la asignación de concesiones) y apoyar la constitución de instituciones (tales como el ombudsman del lector, el consejo de la prensa, el código de ética periodística, etc.).

3.3. Marco jurídico.

El Estado está facultado para regular y programar actividades que permitan la comunicación entre los distintos sectores del gobierno y entre estos y la población del país, con objeto de asegurar el derecho social a la información y en general la libertad de expresión que desde 1977 garantiza la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

“El Ejecutivo Federal está obligado por ley a difundir sus órdenes y disposiciones normativas, e informar periódicamente a la ciudadanía sobre el estado que guarda la Administración Pública y sus disposiciones más trascendentes, además de hacer asequible a la población la información que bien puede ser comunicada mediante sus sistemas de difusión impresa y electrónica, los medios de comunicación privada y las redes informáticas”.¹⁵⁸

Sin embargo, luego de las consultas públicas de 1980, 1983, 1995 y 1998, en materia de Comunicación Social y Derecho a la Información, ha quedado plenamente en evidencia el anacronismo de la Ley de Imprenta promulgada en 1917 y la Ley Federal de Radio y

¹⁵⁸ La Administración Pública del Estado Federal Mexicano México, colección Lineamientos, Presidencia de la República 1982.

Televisión promulgada en 1917, las que siguen rigiendo, en claro desfase histórico, la Rectoría del Estado sobre los medios masivos de comunicación.¹⁵⁹

Junto a la demanda social de actualizar estos estatutos jurídicos para hacerlos acordes a las nuevas necesidades y actualidades de la mundialización, ha surgido la necesidad de legislar en materia de derecho a la información y en general en materia de la relación Estado – Medios - Sociedad, en el contexto de una sociedad cada vez mas plural y democrática que demanda participación de los grupos sociales, de forma que los intereses de la población y las minorías étnicas y culturales sean tomados en cuenta por los dueños y productores de los medios de comunicación.¹⁶⁰

La creación e instrumentación de la Secretaría de Información de México requiere la aprobación Legislativa de las Reformas a las Leyes y Reglamentos en las que la Secretaría de Gobernación está constituida como la titular de las atribuciones y responsabilidades en esta materia, de forma tal que la nueva Secretaría de Información asuma la responsabilidad de ejecutar una Política Nacional de Comunicación Social con todas sus implicaciones.

Adicionalmente, deberán reglamentarse en un nuevo estatuto jurídico las atribuciones tentativas de la Secretaría de Información, sobre todo las referidas: a) al ordenamiento y funcionamiento de un sistema nacional de información, b) la explotación, usos y contenidos de la radio, televisión y cinematografía en el marco del sistema antes referido, c) la regularización normativa de la relación del Gobierno Federal con los dueños de los medios impresos, los periodistas y los lectores, d) el derecho a la información y la libertad de expresión y difusión, y e) la normatividad en materia de uso de redes informáticas para difundir y recibir mensajes.

¹⁵⁹ Consulta Pública de 1995, Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía de la LVII Legislatura, Cámara de Diputados, México, 1998.

¹⁶⁰ A lo largo de los dos tomos que se publicaron como producto de la conferencia internacional celebrada en mayo de 1998 en la Cámara de Diputados, es patente de manera central la necesidad de legislar en torno a la relación Estado- Medios – Sociedad para contribuir al desarrollo democrático del país.

La necesidad de legislar se plantea en dos vertientes para efecto de dar plena razón y motivo de ser a la Secretaría de Información:

- *Por un lado, impulsar la iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social en materia de Libertad de Expresión y Derecho a la Información reglamentaria de los Artículos 6° y 7° Constitucionales, que abrogaría la Ley de Imprenta del 9 de abril de 1917.*
- *Por otro lado, impulsar la iniciativa de decreto que reforma los artículos pertinentes de la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960 y lograr la Ley de Imprenta.*¹⁶¹

A casi 20 años de consultas públicas en torno esencialmente al derecho a la información y la libertad de expresión, y sobre todo en el contexto de la transición democrática mexicana, el Gobierno Federal está obligado a derogar las leyes que han quedado rezagadas y a emitir iniciativas de ley para poner la orden del día y con transparencia actos públicos como las concesiones de canales de radio y televisión, la autorización de medios impresos, la ética de los periodistas, la defensoría del lector, etc. Así también, instituir.

El estatuto de los profesionales de la información, un régimen de responsabilidad civil y penal y la Legislación en Materia de Derecho Informático.

El Derecho de la Información se encuentra en pleno desarrollo en los países latinoamericanos y es inminente que en los próximos años se apruebe la Legislación respectiva en México. Ante esa realidad, el Gobierno Federal debe estar a la altura que representa ese reto y decretar la creación de la Secretaría de la Información para atender: 1)

¹⁶¹ *Ob. cit.*, Cámara de Diputados, 1998. *Ley de Imprenta*. Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía. LVII Legislatura, C. de Dip, 1999.

la dimensión de la información que hoy en día fluye en el México moderno, 2) la rectoría sobre el manejo de los medios, 3) la garantía de libertad de expresión.

Salvo las Leyes Federales de Imprenta y de Radio y Televisión, de los que ya se planteó su derogación y reforma, respectivamente, a continuación se propone el siguiente marco jurídico mínimo que sustentaría la Secretaría de Información.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Artículos 6 y 7.

D.O.F. 5-11-1917 y sus reformas.

LEYES

Ley de Imprenta.

D.O.F. 12-IV-1917.

Ley Federal de Telecomunicaciones

D.O.F. 7-VII-1995

Ley Federal de Radio y Televisión.

D.O.F. 19-I-1960 y sus reformas

Ley del Diario Oficial de la Federación y Gacetas Gubernamentales.

D.O.F. 24-II-1986

Ley Federal de Cinematografía.

D.O.F. 29-XII-1992 y sus reformas

Ley de Información Estadística y Geográfica.

D.O.F. 30-X-980 y sus reformas

Ley de Planeación

D-O-F- 5-I-1983

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

D.O.F. 29-XII-1976 y sus reformas

Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público Federal.

D.O.F. 31-XII-196 y sus reformas

Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos.

D.O.F. 31-XII-1982 y sus reformas

Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado.

D.O.F. 27-XII-1983 y sus reformas

Ley Federal de Entidades Paraestatales.

D.O.F. 14-V-1986 y sus reformas

Ley Federal de Derecho de Autor.

D.O.F. 24-XII-1996

Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacionales

D.O.F. 8-II-1984

Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público

D.O.F. 15-VII-1992

CODIGOS

Código Civil para el Distrito Federal en Materia Común y para toda la República en Materia Federal.

D.O.F. 26-V-1928 y sus reformas

Código Penal para el Distrito Federal en Materia Común y para toda la República en Materia de Fuero Federal.

D.O.F. 14-VIII-1931 y sus reformas

Código de Procedimientos Penales para el Distrito Federal.

D.O.F. 29-VIII-1931 y sus reformas

Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal.

D.O.F. 1-IX-1932 y sus reformas

Código Federal de Procedimientos Penales.

D.O.F. 30-VIII-1934 y sus reformas

Código Fiscal de la Federación.

D.O.F. 31-XII-1981 y sus reformas

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

D.O.F. 15-VIII-1990 y sus reformas

REGLAMENTOS

Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación

D.O.F. 1-IX-1998

Reglamento del Servicio de Televisión y Audio Restringidos

D.O.F. 29-II-2000

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.

D.O.F. 4-IV-1973

Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras, Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de aficionados.

D.O.F. 20-V-1942 y sus reformas

Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas.

D.O.F. 13-VII-1981

Reglamento de la Ley de Información Estadística y Geográfica

D.O.F. 3-XI-1982

Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad

D.O.F. 4-V-2000

DECRETOS

Decreto por el que se crea el Organismo Público denominado Instituto Mexicano de la Radio.

D.O.F. 25-III-1983

Decreto por el que se crea el Comité Asesor del Consejo Nacional de Radio y Televisión con el carácter de órgano consultivo del propio Consejo.

D.O.F. 30-I-1986

Decreto que reforma y adiciona el diverso por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Instituto Mexicano de la Radio.

D.O.F. 11-I-1994

ACUERDOS

Acuerdo por el que se integra en un solo documento, la información técnica, programática, estadística y económica que los concesionarios y permisionarios de radiodifusión deben exhibir anualmente a las Secretarías de Comunicaciones y Transportes y de Gobernación.

D.O.F. 30-IV-1997

Acuerdo por el que se adscriben orgánicamente las unidades administrativas y órganos administrativos desconcentrados de la Secretaría de Gobernación.

D.O.F. 3-IX-1998

Acuerdo Relativo al Uso Oficial del 12.5% en Radio y Televisión

D.O. 01-VII-1969

Acuerdo por el que se constituye una Comisión Intersecretarial para utilizar el tiempo de transmisión de que dispone el Estado en las radiodifusoras comerciales, oficiales y culturales.

D.O.F, 21-VIII-1969

Acuerdos Generales 02/97, 03/97, 04/97, del Pleno de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, adoptado en su sesión centésima décima celebrada el 18 de diciembre de 1997.

D.O.F. 8-I-1998

Acuerdo mediante el cual se da a conocer el Manual de Normas para el Ejercicio del Gasto en la Administración Pública Federal.

D.O.F. 8-I-1998

Acuerdo que establece las bases administrativas generales respecto de las disposiciones legales que regulan la asignación y uso de los bienes y servicios que se pongan a la disposición de los funcionarios y empleados de las Dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

D.O.F. 15-XII-1982 y sus reformas.

Acuerdo No. 169, relativo a la expedición de certificados de aptitud de locutores, de cronistas y de comentaristas.

D.O.F. 14-X-1992

Acuerdo por el que se establecen las Normas y Lineamientos Generales para la Erogación de Recursos Presupuestales en materia de Comunicación Social para el Ejercicio Fiscal del año 2000.

D.O.F. 31-I-2000 y Derogación del tercer párrafo de dicho Acuerdo D.O.F. 16-III-2000

LINEAMIENTOS Y CODIGOS

Lineamientos para la aplicación de los recursos federales destinados a la publicidad y difusión, y en general a las actividades de comunicación social.

D.O.F. 22-XII-1992

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE)

D.O.F. 15-VIII-1990 (Reformas: 24-IX-1993 y 22-XI-1996)

Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal del año 2000.

D.O.F. 31-XII-1999

3.4. Atribuciones

- Ejecutar la política de Comunicación Social del Gobierno Federal, establecida por el Jefe del Ejecutivo, a través de la puesta en marcha de un Sistema Nacional de Información y una eficaz relación con los medios masivos de comunicación, para efectos de lograr construir una imagen sólida y positiva del Poder Ejecutivo y una percepción objetiva y conveniente de sus políticas públicas entre la sociedad civil nacional e internacional.
- Planear, programar, autorizar, supervisar y coadyuvar los programas federales de comunicación social e información ejecutados por las Unidades Administrativas de la

Secretaría establecidas en el nivel regional y estatal, en coordinación con la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República.

- Administrar la transferencia de personal, recursos y bienes, de las Direcciones Generales de Comunicación Social de las dependencias federales, a la nueva Secretaría de Información, que a la postre conceptuará las funciones de comunicación social de toda la Administración Federal, quedando solo un portavoz para cada Secretario de Estado, Director de Paraestatal u Organismo Descentralizado.
- Ejecutar la Rectoría del Estado sobre los medios masivos de comunicación electrónicos e impresos en materia de régimen de concesiones y licencias de operaciones, difusión ética de la información, utilización del tiempo que por ley corresponde utilizar al Gobierno Federal y contenidos temáticos utilizados en programas y publicaciones.
- Establecer y operar una nueva relación, con los profesionales de los medios impresos, regulada por la ley, estableciendo para ello y en la medida de lo posible las instituciones, cuerpos colegiados y consejos que coadyuven a enaltecer la labor del periodismo en México y contribuyan, por ejemplo, a la designación de los premios nacionales de periodismo.
- Establecer a gran escala convenios de trabajo y enlace con las unidades de comunicación de los Gobiernos de los Estados y del Distrito Federal, con el objetivo común de difundir y realzar los programas institucionales de Gobierno-Federación-Estados en forma veraz y oportuna.
- Establecer vínculos institucionales de colaboración con organismos e instituciones educativas para fomentar investigaciones sobre los medios de comunicación, el

fenómeno comunicativo y el derecho informático a fin de fundamentar la Rectoría del Estado en la materia.

- Publicar el Diario Oficial de la Federación.
- Promover la producción cinematográfica, de radio y televisión y la industria editorial; vigilar que las publicaciones impresas y las transmisiones de radio, televisión y cinematográficas se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la paz y moral pública y a la dignidad personal, y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden público.
- Dirigir y coordinar la administración de NOTIMEX y de las estaciones radiofónicas y televisoras pertenecientes al Ejecutivo Federal, con alusión a las que dependan de otras Secretarías de Estado y Departamentos Administrativos.

3.5. Estructura de la Secretaría de Información:

- **SECRETARIA DEL RAMO**
- **SUBSECRETARIA "A" DE INFORMACION Y POLITICA DE COMUNICACION**
 - * Dirección Gral. de Información
 - * Dirección Gral. de Comunicación Social
 - * Dirección Gral. de Política de Comunicación
 - * Dirección Gral. de Medios de Información
- **SUBSECRETARIA "B" DE MEDIOS IMPRESOS E INFORMATICOS**
 - * Dirección Gral. de Periodismo Impreso
 - * Dirección Gral. de Medios Impresos No Periodísticos
 - * Dirección Gral. de Comunicación por Medios Informáticos

- **SUBSECRETARIA "B" DE RADIO, TELEVISION Y CINEMATOGRAFIA**

- * Dirección Gral. de Radio
- * Dirección Gral. de Televisión
- * Dirección Gral. de Cinematografía

- **OFICIALIA MAYOR**

- * Dirección Gral. de Programación, Organización y Presupuesto.
- * Dirección Gral. de Personal
- * Dirección Gral. de Recursos Materiales y Servicios Generales

ORGANOS DESCONCENTRADOS que también es deseable formen parte de la Secretaría:

- Diario Oficial de la Federación
- Archivo General de la Nación
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática
- Instituto Nacional de la Radio
- Instituto Nacional de la Televisión
- Secretaría Técnica de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas
- Centro de Producción de Programas Informativos y Especiales (CEPROPIE)

<Nota: No es propósito de esta investigación crear o elaborar en este apartado un Manual de Organización o un Reglamento Interior de la Secretaría de Información. Eso es objeto de otro estudio. Se trató de ser lo más objetivo posible y de proponer sólo los nombres de las Subsecretarías y de las Direcciones Generales adscritas a ellas. Las funciones, atribuciones y responsabilidades de cada una de ellas estarían contenidas en el Manual de Organización y en el Reglamento Interior respectivos>.

3.6. Alcances y límites

La Secretaría de Información tiene, en principio, un alcance normativo y reglamentario. Normativo en virtud de que una de sus funciones básicas será la emisión de un conjunto de políticas y estrategias de comunicación social que se traducirán en normas de trabajo a

aplicarse en sus unidades administrativas centrales y foráneas, de tal forma que la comunicación social del Gobierno Federal se ejecute en forma integral, coherente y consolidada.

Asimismo, deberá emitir normas para la operación y estricto control de los medios oficiales de comunicación a fin que se apeguen a los lineamientos estructurales y coyunturales emitidos por la Secretaría de Información.

Por lo que toca a su relación con las unidades de comunicación social de los gobiernos de los estados, municipios y gobierno del D.F., sus alcances llegan a la firma y establecimiento de convenios de trabajo con objetivos comunes y beneficios compartidos. En este caso el papel de la Secretaría de Información no es coactivo, como lo es con sus unidades administrativas y los medios oficiales, sino de colaboración, y sus límites están en donde comienzan los derechos de los otros firmantes del convenio.

En cuanto a cine, radio y televisión, si bien la Secretaría emitirá lineamientos normativos para propiciar una operación de los medios regida por su política de información y comunicación, también podrá asumir un papel coactivo mediante reglamentos que obliguen a las emisoras a seguir patrones de actuación que proporcionen la integración de los mexicanos y consoliden esquemas informativos con características de veracidad, objetividad y atención a los asuntos trascendentales del desarrollo del país y el quehacer gubernamental.

Por ejemplo, el gobierno tiene la facultad de modificar el régimen de concesiones para que no sólo obren aspectos técnicos o de utilidad en la decisión de negar o continuar una política nacional bien diseñada e integradora a fin que toda aquella concesión cumpla con las normas elaboradas ex profeso a modo que los medios se sumen a la política de comunicación del gobierno en funciones.

Así también, con relación a la comunicación e información transmitida vía redes informáticas conocidas como Internet, la Secretaría de Información tiene la obligación y la oportunidad de diseñar y operar las normas del Derecho Informático, toda vez que éste es un campo virgen de usuarios cautivos de información que no conocen con certeza derechos y obligaciones y, en todo caso, las reglas disponibles para comunicarse son ambiguas y no bien detalladas, por lo que es preciso asumir el reto de poner orden en este campo de extraordinaria y rápida expansión.

La Secretaría de Información está obligada a producir programas de cine, radio, televisión y publicaciones, que bien diseñados y con proyectos racionales en gasto y cobertura de actos y eventos, sea factible de transmitir durante los tiempos que por ley le corresponde ocupar en las diversas emisoras, incluyendo eventos de interés nacional, así como foros de análisis con críticas constructivas del quehacer gubernamental y hasta reportajes hechos con mesura y objetividad por especialistas sobre aquellos temas nacionales tergiversados o mal enfocados por la prensa.

La Secretaría de Información tendrá la capacidad de concentrar en sus bases de datos toda la información procesada y para difusión de todas y cada una de las Secretarías de Estado, entidades paraestatales y organismos públicos descentralizados, de forma que la Secretaría asumirá la capacidad de difusión entre los medios de comunicación y por lo tanto concentrará la atribución de organizar campañas informativas, de publicidad y de discusión en foros públicos, especializados para retroalimentar el quehacer gubernamental federal.

En consecuencia, la Secretaría de Información asumirá la capacidad de programar y autorizar los 'spots' promocionales y la publicidad del gobierno federal, sin intervención de las diferentes Secretarías mas que para el diseño técnico de la publicidad y el objetivo de su impacto entre la población.

La Secretaría **no pretende el control de la prensa** sino posibilitar mejores condiciones para periodistas, dueños de medios y lectores, en un afán de encauzar al periodismo mexicano en el contexto del desarrollo democrático que se perfila en el país.

La materia de la Secretaría de Información es la comunicación social que se produce en la nación y, en particular, la información de la gestión gubernamental en curso.

A propósito de lo anterior, el Gobierno Federal deberá tener en la Secretaría de Información a **profesionales de la información** que cumplan un papel de interlocutores ante la sociedad civil en general y ante la opinión pública en particular, a manera que defiendan las políticas gubernamentales y/o propicien un debate objetivo y constructivo, no destructivo, de la gestión pública.

A través de la creación de instituciones como un código de ética para el periodista, un Consejo de la Prensa y un ombudsmán del lector, operados conjuntamente con la sociedad civil y los profesionales de los medios, es posible hablar de una corresponsabilidad en la publicación de la información y los artículos de opinión orales o escritos, y por lo tanto es posible hablar de un equilibrio en la forma y fondo como se presenta el contenido informativo, o en caso contrario, el Gobierno Federal deberá tener la capacidad jurídica a través de la Secretaría de Información para demandar a medios y periodistas excedidos hasta la difamación, la calumnia, la tergiversación y el chantaje.

El Gobierno puede coadyuvar de manera central en la constitución, financiamiento e integración de las instituciones antes citadas, y sin llegar a hacer el papel de un árbitro, deberá mediar de manera económica y hasta donde se lo permitan periodistas y sociedad civil, en la deliberación y solución de los conflictos entre partes demandante y demandada, sobre todo ateniéndose a su política de comunicación social con visión de Estado.

Para terminar con este punto, es conveniente hacemos una pregunta **¿cuáles serían los inconvenientes o el lado negativo de llegarse a crear esta Secretaría?** Para dar respuesta a dicha interrogante, es necesario aclarar o dar a conocer algunos señalamientos. La presente investigación se inició en mayo de 1982 y se terminó en agosto de 2000. Durante su elaboración vimos pasar a varias administraciones presidenciales, hasta llegar al esperado 2 de julio de 2000, donde a escasas 5 horas de haber finalizado la elección más competitiva en la historia de México, el Presidente Ernesto Zedillo reconocía el triunfo claro e inobjetable del candidato de la Alianza por el Cambio, Vicente Fox Quezada. El autor de esta investigación nunca ha abandonado su idea de que ganara quien ganara la elección para el sexenio 2000-2006 era importante que conociera esta propuesta. Que la analizara, que la ponderara, que viera sus posibilidades, sus potencialidades y el beneficio que podría acarrearle a la sociedad mexicana. La propuesta tal vez no resulta novedosa para muchos, y para otros más bien es arriesgada, porque –según ellos- aun no estamos preparados, no tenemos la cultura adecuada en la materia o su costo político pudiera resultar devastador para propios y extraños.

Existe el temor de que con la creación de la Secretaría se cree una super-secretaría que controle, domine y manipule todo; temen que haya un control absoluto de la libertad de imprenta y de expresión; que se controle de tal forma la información que sólo se permita publicar loas al gobierno ocultando la verdad: que la información se monopolice alrededor de la Secretaría; que se empiecen a crear grupos poderosos que vendan protección periodística y surja la corrupción en gran escala.

No hay por qué temer todo lo anterior si existe una correcta planeación estratégica, trabajando por objetivos y sentando las bases de lo que se quiere hacer y lo que debe ser. **México ha madurado enormemente en varios aspectos**, por ejemplo, la creación de la Comisión de Derechos Humanos, del IFE y del TRIFE; la apertura de sectores estratégicos a la iniciativa privada; mayor libertad de expresión en los medios de comunicación

colectiva; mayor sensibilidad de los cuerpos de seguridad ante la aparición de voces de protesta –que en los años sesentas y setentas hubiesen sido reprimidos brutalmente-; y en la última semana de julio de 2000 pudimos observar la madurez de líderes políticos y de opinión al aceptar reunirse con sus opositores de siempre buscando consensos. Es verdad, hemos madurado en muchos aspectos, **pero aun persisten graves rezagos**, aun impera la injusticia social, el reparto inequitativo de la riqueza, la incomprensión y abandono hacia los grupos étnicos; la inseguridad; los peculados y robos realizados por funcionarios públicos y privados; la imposibilidad de acceder a estudios de educación superior debido a las pocas universidades públicas y gratuitas existentes en nuestro país; y, aunado a todo lo anterior, un clima de desconfianza hacia la información que proporcionan nuestras autoridades, quienes constantemente se ven rebasadas por los medios de comunicación, al adelantárseles a las primeras legislando, ejecutando y juzgando todo. Y es que lo vemos constantemente, nuestras autoridades han permitido que eso suceda porque no pueden cubrir esos espacios, o debido a la lentitud en sus investigaciones o aplicación de la justicia o porque desea que sean los propios medios quienes emitan una opinión más que permitirse dar a la sociedad su propia versión.

La sociedad mexicana **exige la verdad** sobre sucesos que conmovieron al país, tales como: el 2 de octubre de 1968; el 10 de junio de 1971; los asesinatos de Colosio, de Posadas, de Ruiz Massieu, de Polo Uzcanga; conocer qué pasó con Muñoz Rocha; y por qué se dio la devaluación y la crisis financiera de diciembre de 1994, entre otras cuestiones.

Ahora que va a gobernar el país el PAN (partido político diferente al PRI) deben hacerse reformas profundas y no continuar con lo mismo. Aparte de atender la cuestión económica, política, social, internacional, etc., **la administración del Lic. Fox Quezada** deberá abocarse también al terreno de la credibilidad del sistema, creando una auténtica red de información y de comunicación social, que sirva a la sociedad para fortalecer su fé en sus gobernantes y en sus instituciones, en sus creencias, en su cultura y en sus tradiciones

frente al embate de las lacras que vienen del exterior y que, al poco tiempo, siempre terminamos adoptándolas.

El seguir igual, me refiero con la misma estructura, en materia de información y comunicación social, no nos va a permitir avanzar tal y como avanzamos, por ejemplo, al crear y aceptar el IFE manejado por la sociedad civil y al crear la Comisión Nacional de Derechos Humanos. Debe darse un giro total. La creación de la Secretaría de Información, **manejada por cuerpos colegiados altamente capacitados**, integrados por profesionales del ramo, con experiencia y honradez comprobadas, le darían a la dependencia institucionalidad y autonomía que no posee ninguna otra, diferenciándola de las demás, construyendo una auténtica política de gobernabilidad y de libertad en materia de información y comunicación social.

4. Conclusiones

La comunicación, en tanto que genera una diversidad de mensajes y una amplia gama de oportunidades de participación y respuesta a nivel individual, grupal o a través de organizaciones sociales, representa una alternativa para establecer una mejor relación entre el Estado y sus representados, que es el caso que nos ocupa. Sin embargo, es conveniente resaltar que el avance tecnológico en el último medio siglo ha cambiado notablemente las expectativas de la comunicación *per se*, ya que la complejidad de la tecnología de la persuasión vino a modificar las reglas de la comunicación humana.

La información, materia prima de los medios, está ahora a disposición inmediata en todo el globo terráqueo y puede ser almacenada y recuperada siempre que se disponga de electricidad, ya que con esta última la modernidad ha trascendido a todos los lugares y en los modos de vida y de trabajo, en las relaciones sociales, en una palabra, en todo.

Como consecuencia de las tecnologías oriundas de la electrónica y la informática los medios de comunicación tienen un alcance mayor rompiendo fronteras y abriendo una gama de posibilidades a la mundialización. Es decir, que gracias a la electrónica, los medios se convierten en un poderoso instrumento de comunicación, e información explicación e imaginación de lo que sucede en el mundo, sin pasar por alto que, pese al desarrollo del imperialismo informativo ejercido en las grandes potencias, la información es *tamizada* por parte del Estado convirtiéndola finalmente, como diría Althusser, en un aparato ideológico.

La manipulación y tergiversación de la información es un problema que se vive todos los días en los países subdesarrollados. Si los gobiernos de dichos países no hacen nada por frenar esta situación, tarde o temprano terminará por destruir todo a su paso; los valores, la cultura, las políticas nacionales, la fe y la confianza de sus pueblos. Y la lucha también la

tienen que librar contra la intervención extranjera, fundamentalmente en el campo cultural e informativo. Frente a tantas agresiones, sólo la fuerza del gobierno, junto con la sociedad civil, pueden crear un frente sólido, capaz de frenar y/o neutralizar lo que ya no puede calificarse como una amenaza, sino como una realidad, que día a día vulnera los valores nacionales.

Reafirmando lo anterior, podemos observar que ya hay algunos indicios de la penetración silenciosa de los medios extranjeros en las economías nacionales. Recordemos simplemente la época de la Guerra Fría, ya en proceso 'la globalización' cuando los medios de comunicación construyeron una visión maniquea del mundo: capitalismo-socialismo o bien democracia-comunismo. Y es en esta etapa cuando los satélites inician su apogeo porque serán usados como el instrumento mundial más importante de propaganda de los intereses particulares de unos cuantos. En México, Miguel de la Madrid adiciona el Artículo 28 de la Constitución Política Mexicana, por el cual las comunicaciones quedan a cargo del Estado y se instituye el Sistema de Satélite Morelos, el que primordialmente coadyuvaría en el avance de la teleinformática, las actividades financieras y bursátiles y en la administración empresarial.

Ya para 1989, cuando los medios electrónicos e impresos invaden hasta el último rincón del mundo, asumen el liderazgo en cuanto a la última dirección: del consumo, la política, los negocios, la diversión etc. Lo que subvierte las formas tradicionales de organización y acción política y en nuestro contexto es el momento de echar a andar un proyecto modernizador con Carlos Salinas de Gortari y en materia de telecomunicaciones se fusionaban Telégrafos Nacionales y la Dirección General de Telecomunicaciones de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Tal fusión garantizaría la rectoría del Estado sobre ella. Al mismo tiempo que se suprime el requisito de obtener permisos para operar equipo de telecomunicaciones con el fin de

desregular la recepción de la información mediante nuevas tecnologías como el telefax y las señales digitales y estas acciones son reglamentadas en el Diario Oficial de la Federación a través del Reglamento de Telecomunicaciones que se ocuparía de la radio comunicación, larga distancia nacional, telefonía celular, telefax y otras ramas de la telecomunicación.

Por supuesto que la participación y el reto del Estado en cada nación es hacer el mejor uso de los medios de comunicación ya que éstos ayudan, en un momento dado, a la sociedad a formar la opinión y el consenso democráticos.

De ahí que el Gobierno Federal mexicano requiera en forma permanente información precisa y veraz que le permita programar, controlar y evaluar sus planes de desarrollo, ya que intrínsecamente aborda todo lo inherente a la sociedad mexicana.

Técnicamente el proceso totalizador de la mundialización adquirió mayor auge con el *renovador moral* Miguel de la Madrid; después, fue retomado por Carlos Salinas de Gortari y, dadas las implicaciones políticas y sociales, Ernesto Zedillo procuró insertar en la Reforma del Estado las telecomunicaciones, especialmente en cuanto a comunicación se refiere y desde luego que, con la creación de la Coordinación General de Comunicación Social, se pretendía establecer relaciones más estrechas con los medios de comunicación nacionales y especialmente extranjeros.

Sin embargo, la política de comunicación a través de los medios ha respondido más al momento que se está viviendo casi siempre producto de la movilidad social que se gesta en momentos coyunturales cuando los medios de comunicación social, de manera automática, ejercen el autocontrol como un valor entendido con el gobierno en turno. Ante ello, la sociedad civil ha dado muestras de participación en sentido contrario, como es el caso de las elecciones de 1988 cuando, pese al exagerado control y represión de los medios, externó

su sentir en las urnas para elegir presidente de la república. **De ahí a nuestros días, la sociedad civil se ha vuelto más escéptica con la información que proviene de los órganos de gobierno.**

En el actual sexenio, el presidente Zedillo propició la realización de conferencias y foros de consulta. Los mismos estudiosos de la comunicación se ocuparon de realizar eventos para proponer una reglamentación en torno al derecho a la información, la libertad de expresión y uso de los medios de comunicación. Incluso la Cámara de Diputados creó su Comisión de Comunicación la cual propuso la Ley de Comunicación Social fuertemente criticada como *Ley mordaza*, ya que contemplaba no sólo la reglamentación de los medios de comunicación sino también la participación del Gobierno Federal. Por supuesto la respuesta de los medios no se hizo esperar, arremetieron contra la Ley y obligaron a la Comisión Especial de la Cámara de Diputados a replegarse en tanto que el Gobierno Federal reiteró su postura de crear un código de ética y la autorregulación de los medios.

Como respuesta a la efervescencia que motivó la Ley de Comunicación Social, el gobierno creó la **Subsecretaría de Comunicación Social que pretende controlar la información oficial que se transmitirá a los medios tanto nacionales como internacionales y de la cual, dada su reciente creación, no han podido evaluarse resultados.**

Aún cuando la intención de la Subsecretaría sea controlar e informar adecuadamente a la población, no basta con la simple creación de la estructura orgánica; **se requiere de una comunicación social eficiente y un sistema de información que sustente las acciones del gobierno frente a una ciudadanía cada vez más deseosa de recibir información veraz y de una población más exigente y frente a los líderes de oposición que están a la "caza" de los errores del gobierno, independientemente de que los programas gubernamentales y su instrumentación pueden estar avanzando con éxito.**

El volumen de las actividades económicas, educativas, políticas, culturales, campesinas, deportivas, en fin de todo tipo, requiere de una comunicación social incluyente, de ahí que el gobierno mexicano deba instrumentar un sistema nacional de información que asuma la responsabilidad como entidad rectora de los medios de comunicación masivos y los reglamente, así como la comunicación que se desarrolla portentosamente a través de Internet.

No olvidemos que México está en proceso de transición hacia estadios políticos y sociales democráticos, ni tampoco olvidemos que no podemos soslayar el fenómeno de la revolución mundial de las telecomunicaciones y por ende el flujo intenso y cotidiano de ideas, datos y códigos informativos.

Ese flujo de información es tan intenso que el gobierno no puede eludir la tarea de comunicar socialmente lo que sucede en su gestión, su visión de los problemas y la explicación de las decisiones trascendentales desde la óptica moderna de respuesta inmediata, ágil, certera y actualizada que sólo podría atender una Secretaría de Estado que es precisamente el interés que motivó el desarrollo de la presente investigación.

El planteamiento de creación de una Secretaría de Información implica, como ya se ha venido mencionando, la idea de incorporar una visión de Estado a la información a la vez que se actualizan las leyes de imprenta y de radio y televisión que a la fecha resultan obsoletas y el reclamo de su actualización se ha hecho patente en varias consultas públicas. Así, junto a la demanda social de actualizar estos estatutos jurídicos para hacerlos acordes a la dinámica de la mundialización, se requiere también legislar en materia de derecho a la información y específicamente en relación a la tríada estado-medios-sociedad.

La creación e instrumentación de la Secretaría de Información en México requiere de un soporte tal que nos permita llevarla a la práctica. Es por ello que después de un análisis

detallado se pudo determinar que los elementos necesarios para que en un momento dado puedan cristalizarse las propuestas son: la *justificación*, que implica la descripción pormenorizada del por qué una Secretaría de Información; los *objetivos*, que engloban las metas que se pretenden lograr; el *marco jurídico*, en el cual anexamos toda la información relacionada con la reglamentación de la comunicación y las *atribuciones, estructura y alcances*. Con estos elementos se puede tener una idea de la estructura que abarcará la Secretaría de Información. (El análisis de los instrumentos jurídicos y la construcción propiamente del modelo, correspondería a otro estudio profundo y minucioso).

BIBLIOGRAFIA

Aguilera Fernández, Antonio. *La libertad de expresión del ciudadano y la libertad de prensa o información (Posibilidades y Límites Constitucionales)*. Ed. Comares, Granada, España. 1990. 140 p.

Algazi Bejar, Luisa. *Representación política y transición democrática*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México. 1996. 112 p.

Almond, Gabriel A. y Verba Sidney. *The civic culture, political attitudes and the Democracy in Five Nations*. Princeton University Press, 1963, pp. 14-15

Angel, Benito. *Fundamentos de teoría general de la información*. Ediciones Pirámide, Madrid, España. 1982 359 p.

Angel Benito. *Fundamentos de Teoría General de la Información*. Edit. Gustavo Gili. Barcelona. (Colección MASS MEDIA). 1983. 304 p.

Aranguren L, José Luis. *La comunicación humana*. Ediciones Guadarrama, Madrid, 1975. 250 p.

Arredondo Ramírez, Pablo. *Así calló el sistema de comunicación y las elecciones de 1988*. 221 p

Barragán, Barragán José. *Introducción al derecho mexicano. Derecho de la comunicación e información*. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1981. 46 p.

Bockelmann, F. *Formación y funciones Sociales de la Opinión Pública*. (66 MASS MEDIA) Barcelona, 1983. 304 p.

Bohmann, Karin. *Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México*. Alianza Editorial Mexicana, México, 1989. 397 p.

Borrat, Héctor. *El periódico, actor político*. Nueva Imagen, México, 1993. 138 p.

Castellanos, S., José. *El Derecho a la Información*. Ed. Promesa, México, 1979. 125 p.

CIESPAL. *El papel de la información en el desarrollo nacional*. CIESPAL, México, 1967. 57 p.

Clausse, Roger. *Bosquejo de una Sociología de la Noticia*. Venezuela, UCU, 13° cuaderno, 1961. 279 p.

Coser, Lewis A. *Las Instituciones Voraces*. Fondo de Cultura Económica. México. 154 p.

Cremoux, Raúl. *Comunicación en Cautiverio. Usos y Abusos de la Publicidad*. Editorial Planeta . (Colección documento <<México>>), 1991. 149 p.

Chaim S. Katts. et. al. *Diccionario Básico de Comunicación*. Editorial Nueva Imagen, México, 1980. 680 p.

Deutsch, Karl W. *Los Nervios del Gobierno. Modelos de la Comunicación y Control Político*. Ed. Paidós, México, 1993. 274 p.

Dorfman, Ariel. *Reader's nuestro que estás en la tierra. Ensayos sobre el imperialismo cultural*. Editorial Nueva Imagen, México, 1982. 190 p.

Dumazedier, Joffre. *De la Sociología de la comunicación colectiva a la Sociología del desarrollo cultural*. CIESPAL, Quito, 1969. 198 p.

Esteinou Madrid, Fco. Javier. *Economía política y medios de comunicación*. Editorial Trillas, México, 1990. 249 p.

Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales. (Vol. 2 y 6) Editorial Aguilar, México, 1979. 759 p.

Fabregat Cunco, Roberto. *Propaganda y Sociedad*. UNAM/IIS, México, 1961. 165 p.

Fernández Collado, Carlos y Dalnke Gordon, L. *La comunicación humana*. *Ciencia Social*. Mc. Graw Hill, México, 463 p.

Fernández Christlieb, Fátima. *La Industria de Radio y Televisión. Gestión y Desarrollo en AAVV. El Estado y la Televisión. Nueva Política*. Vol. 1 No. 3. Julio-Septiembre 1976. México, pp. 237-263.

Flores Castro, José de Jesús. *Ernesto Zedillo: los cien primeros días*. Asesoría Gráfica, México, 1995, 126 p.

Fortes Besprosvani, Mauricio y Malo Álvarez, Salvador. *La tecnología de la información y la educación en México*. Academia Mexicana de Ciencias, México, 1977. 103 p.

Gabas, Raúl y Habermas, J. *Dominio técnico y comunidad lingüística*. Edit. Ateíl, Barcelona, 1980. 167 p.

García Fajardo, José Luis. *Comunicación de masas y pensamiento político*. Siglo XXI Editores, México, 1989. 164 p.

Goldman, Lucién, et al. *La Información en la ciencia contemporánea*. Siglo XXI Editores, México, 1981. 260 p.

Gómez de Lara Fernando, et. Al. *Estudio Sobre la Libertad de Prensa en México. Cuadernos Constitucionales México-Centroamérica*. No. 26. Centro de Estudios Constitucionales México-Centroamérica, IIL-UNAM, Corte de Constitucionalidad de la República de Guatemala, Procurador de Derechos Humanos de Guatemala. México, 1977 140 p.

Gómez Jara, F. y Pérez R. Nicolás. *El diseño de la investigación social*. Edic. Nueva Sociología, México, 125 p.

Gómez Mont, Carmen. *El Desafío de los Medios de Comunicación*. Asociación Mexicana de Investigación de la Comunicación, Ed. Diana, México, 1992. 180 p.

González Casanova, Pablo, Florescano, Enrique, et. al. *México, hoy*. Siglo XXI Editores, México, 419 p.

González Pedrero, Enrique. *Los medios de comunicación de masas en México*. UNAM/FCPyS, México, 1969. 150 p.

- Granados Chapa, Miguel A. *La Televisión y el Estado en AAVV. El Estado y la Televisión.* Nueva Política. Vol. 1 No. 3. Julio-Septiembre 1976, México, pp. 223-236.
- Guajardo, Horacio. *Teoría de la Comunicación*. Editorial Demoscopia, México, 1970. 201 p.
- Gutiérrez Vega, Hugo. *Información y sociedad*. (Archivo del Fondo). Fondo de Cultura Económica, México, 1974. 98 p.
- Habermas, Jurgen. *Historia y crítica de la opinión pública*. Edit. Gustavo Gili., México, 1981, 250 p.
- Hernández Vela Salgado, Edmundo. *Diccionario de Política Internacional*. Edit. Porrúa, México, 1999. 817 p.
- Herrera Valenzuela, Jorge. *La radio el PRI, y el destape*. Edit. Diana, México, 1988. 95 p.
- Hiriart, Pablo. "*La pluralidad en la Comunicación Social*" en AAVV. Medios, Democracia y Fines. Seminario: Medios Democracia y Fines. Dirección General de Fomento Editorial de la UNAM, México, 1990, 336 p.
- Hohenberg, John. *Los medios informativos*. Edit. Letras, México, 1976. 126 p.
- Larousse Temático. (Vol. 2) México, 1996. pp. 225 a 446.
- Levy Vázquez, Carlos Eduardo. *La influencia de los medios de difusión norteamericanos en la prensa mexicana*. UNAM-ENEP ARAGON, México, 1988, 277 p.

López Ayllón, Sergio. *El Derecho a la Información*. UNAM. Instituto de Investigaciones Jurídicas. Serie 9. Estudios Doctrinales. No. 85, Miguel Angel Porrúa, México, 1984. 278 p.

León V. Sigal. *Reporteros y Funcionarios*. Ed. Trillas, México, 1994. 163 p.

López Ayllón, Sergio. *El Derecho a la Información*. UNAM-III. Serie 9: Estudios Doctrinales, No. 85. Miguel Angel Porrúa, México, 1984. 278 p.

Maletzke Gerhard. *Sociología de la Comunicación Social*. Editorial Epoca, Quito, Ecuador, 1976. 278 p

Martínez Albertos, José Luis. *La Información en una Sociedad Industrial. Función Social de los <mass media> en un Universo Democrático*. Ed. Tecnos, Madrid, 364 p.

Menéndez, Antonio. *Comunicación Social y desarrollo*. Serie Estudios, No. 24, FCPS/UNAM, México, 1972. 206 p.

Merani, Albert. *Psicología y alineación*. Edit. Grijalvo, México, 1973. 149 p.

México a través de sus constituciones. Los derechos del pueblo mexicano. Tomo IX, Actualizaciones I. Manuel Porrúa, México, 1979. 488 p.

Mota, Ignacio H. de la. *Función Social de la Información*. PARANINFO, Madrid, 1989. 214 p.

Norberth, Lechner. *Presentación a una cultura política democratización*. CLACSO/CIACSO, Santiago de Chile, 1987. 264 p.

- Orellana Mayao, Alfredo. *Derecho a la información y democracia. Propuesta para una televisión pública en México.* (TESIS para obtener el título de Lic. en Derecho presenta..) ITAM, México, 1995. 165 p.
- Paoli, J. Antonio. *Comunicación e Información.* Ed. Trillas, México, 1994. 138 p.
- Presidencia de la República. *Así nos ven. Un Año de México en la prensa extranjera.* Dirección General de Comunicación Social, Dirección de Publicaciones, México, 1989. 134 p.
- Resartes, José Ma. *El Autocontrol de la Actividad Informativa.* Edicusa, Madrid, 1973. 380 p.
- Ricci Bitti, Pio E. y Zani, Bruna. *La Comunicación como Proceso Social. (Los Noventa.. Cultura Crítica de Nuestro Tiempo).* Editorial Grijalbo y Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, pp. 240–251.
- Rodríguez Castañeda, Rafael. *Prensa Vendida.* Ed. Grijalbo, México, 1993. 386 pp.
- Rogers, Everet M. y Shoemaker, Floyd. *La Comunicación de innovaciones. Un enfoque transcultural.* Herrero Hnos. Sucesores, México, 275 p.
- Salinas, Pliego Ricardo. *"Mejorando la Planta".* Manual de Televisión Azteca. S/Edit. México, 1998. 14 p.
- Sham, Wilburg. *Procesos y efectos de la comunicación colectiva.* Ciespal, Quito, 1969. p
- Sigal, León V. *Reporteros y funcionarios.* Ed. Trillas, México, 1994. 163 p.

Smith, Anthony. *La política de la información. Problemas de política en los medios de información modernos*. Fondo de Cultura Económica, México, 1984. 382 p.

Simpson Grinberg, Máximo. *Comunicación alternativa y cambio social*. PREMIA EDITORA, México, 1989. 375 p.

Somavia, Juan, et. al. *La información en el nuevo orden internacional*. ILET, México, 1997 p.

Terraw, Fernand. *La información*. Monte Avila Editores, Caracas/Venezuela, 1989. 170 p.

Trejo Delarbre, Raúl. *¿Cultura política? De los medios a las mediatizaciones*. Cal y Arena, México, 212 p.

Vázquez Montalbán, Manuel. *Las Noticias y la Información*. Ed. Trillas, México, 1994. 95 p.

Vázquez Nava, Ma. Elena. *Participación Ciudadana y Control Social*. Grupo Editorial Miguel Angel Porrúa, México, 1994. 286 p.

Vega Vera, David M.; Gómez de Lara, Fernando, et al. *Estudio sobre la libertad de prensa en México*. En Cuadernos Constitucionales México–Centroamérica. No. 26. Centro de Estudios Constitucionales México–Centroamérica, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Universidad Nacional Autónoma de México, 140 p.

Vorholzer, J. *La manipulación del hombre por el imperialismo*. Edit. Grijalvo, México, 1975. 198 p.

Xifra Heras, Jorge. *La Información. Análisis de una libertad frustrada*. Editorial Hispana–Europea, Barcelona, 1972. 345 p.

HEMEROGRAFIA

Alva de la Selva, Rosa María de. "Imágenes de la Pantalla Chica en el 94." Revista Mexicana de Comunicación. No. 39. Año VII, febrero-abril de 1995. pp.

Fernández Christlieb, Fátima. *La Industria de Radio y Televisión. Gestión y Desarrollo en AAVV. El Estado y la Televisión.* Nueva Política. Vol. 1 No. 3 Julio - Septiembre 1976. México, pp. 237 - 263.

González Amador Roberto. "Desestima críticas. Rechaza CIRT reformas que limiten su libertad de expresión". Periódico La Jornada. Sección *El País*. 27 de septiembre de 1994. p. 52.

Granados Chapa, Miguel A. *La Televisión y el Estado en AAVV. El Estado y la Televisión.* Nueva Política. Vol. 1 No. 3 Julio - Septiembre 1976 pp. 223- 236.

Hiriart, Pablo. Diversas publicaciones en el periódico Crónica. México D.F. de fechas 15 y 17 de abril de 1998 p. 5 y 7 respectivamente.

López Ayllón, Sergio. *El Derecho a la Información*. UNAM. Instituto de Investigaciones Jurídicas. Serie 9: Estudios Doctrinales. No. 85. México, Miguel Angel Porrúa, 1984. 278 p.

Martín Moreno, Francisco. *La verdadera desnacionalización.* Excélsior. 1ª. Pág., 1ª. y 2ª. Columnas. 7 de octubre de 1998.

Martínez, Omar Raúl. *Vistazos a la relación gobierno-medios en 1996.* Revista Mexicana de Comunicación. No. 47, año IX, Febrero/Marzo de 1997, México, pp. 19-23.

Martínez Omar, Raúl y Martínez, Verónica T. *Agravios a Periodistas Mexicanos durante el primer bienio zedillista*. Revista Mexicana de Comunicación. No. 49, año IX. Junio/Julio de 1997. México, pp. 26-36.

Ríos Alfredo E, Huerta Rocío et. al. "*Medios de Comunicación y Partidos Políticos: debate entre la igualdad y la proporcionalidad*". y "*Los medios en la agenda electoral*". Revista Elector. No. 3. Mayo-Junio de 1994.

Sánchez de Armas, Miguel Angel. *Comunicación social y Estado en México* Revista Mexicana de Comunicación. No. 50, año X, agosto/septiembre de 1997 p. 4.

Toussaint, Florence. "*Televerdad*". Revista Proceso. No. 971. 12-Junio-1995. pp. 71-73.

Villanueva Ernesto. *La reforma legal de medios, una asignatura pendiente*. Revista Mexicana de Comunicación. No. 49, Año IX, Junio/Julio de 1997. pp. 13-19.

Villanueva Ernesto. *¿Por qué y para qué una Ley Federal de Comunicación Social?* Revista Mexicana de Comunicación. No. 46, Año VIII, Noviembre 1996/Enero 1997. pp. 23 - 25.

Villoro, Luis "*Transformar el Estado*". La Jornada, p. 11

Así como algunos editoriales de los siguientes diarios de circulación nacional:

El Universal

Excélsior

La Jornada

UnomásUno

DOCUMENTOS

Presidencia de la República. *Así nos ven. Un Año de México en la prensa extranjera.*

Dirección General de Comunicación Social, Dirección de Publicaciones, México, 1989.

134 p.

Presidencia de la República. *Las Razones y las Obras. Gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado. Crónica del sexenio (1982–1988).* (Vol. I al VI). Fondo de Cultura Económica, México, 1990.

Presidencia de la República. "*Crónica del gobierno de Carlos Salinas de Gortari 1988–1994*". (Tomos I al VI), Fondo de Cultura Económica, México, 1994.

Instituto Federal Electoral. *Actas de las Sesiones Ordinarias y Extraordinarias del Consejo General del IFE.* IFE, México, Fechas: 18 de junio 1994, pp. 141-18; 20 de julio de 1994, pp. 258-289; y 25 de julio de 1994, pp. 348-355.

Acuerdo por el que se crea la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República. Publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 31 de enero de 1983.

Cámara de Diputados. LVII Legislatura. Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía. No. 2. Talleres Gráficos de la H. Cámara de Diputados, México, 1988. 43 p.

Memoria del seminario "*Medios, Democracia y Fines. La pluralidad en la comunicación social*". UNAM.

ANEXOS:

- 1.- Nota periodística. *“Riesgo de que el poder económico controle los medios de comunicación”*, dice Gilberto Rincón Gallardo.
- 2.- Nota periodística. *“La lucha por la libertad de expresión es una lucha contra el silencio”* afirma Cuauhtémoc Cárdenas S.
- 3.- Nota periodística. *“Labastida, por defender todos los días la libertad de prensa”*.
- 4.- Nota periodística. *“Ni restricciones a la información ni acotamiento de la crítica”*: Diódoro Carrasco Altamirano.
- 5.- Nota periodística. *“Fox se deslinda de ataques a periodistas hechos a nombre de los <amigos de Fox>”*
- 6.- Nota periodística. *“Minidebate entre un candidato y el director general de un diario (Regino Díaz Redondo, de Excélsior)”*. Desde la óptica del diario La CRONICA de Hoy.
- 7.- Nota periodística. *El minidebate entre Vicente Fox y Regino Díaz Redondo, visto por Andrés Becerril, reportero de Excélsior.*
- 8.- Nota periodística. *“Atacarme es una forma de presión”*, dice VFQ.
- 9.- Nota periodística. *“El diario Excélsior dio ayer una asombrosa exhibición de un periodismo sustentado en la mentira”*, señala Tomás Tenorio Galindo de La CRONICA de Hoy, en su columna “Otro País”.
- 10.- Nota periodística. *“Piden publicar resultados en el Diario Oficial y Gaceta del DF”. COPARMEX: Se busca democratizar la información.*
- 11.- Areas de la Presidencia de la República y de la Secretaría de Gobernación en materia de información y/o comunicación social.
- 12.- Atribuciones de la Secretaría de Gobernación (agosto de 2000)

Riesgo de que el poder económico controle los medios de comunicación, dice Rincón Gallardo

RITA HURTADO SALGADO

Gilberto Rincón Gallardo, candidato presidencial del Partido Democracia Social, afirmó que se corre el riesgo de que los poderes económicos sean los que empiecen a tener la conducción y la presencia en los medios de comunicación.

"Hay poderes económicos muy fuertes que antes el gobierno controlaba, hoy ya no es así", aseguró Rincón Gallardo en entrevista al finalizar un encuentro con miembros del grupo G-25, donde hizo entrega de la Carta Ecológica de Democracia Social.

El candidato de la rosa indicó que es necesario avanzar en la relación entre los medios y la sociedad, ya que los medios de comunicación son protagonistas del proceso electoral. La misma prensa, añadió, ha abierto un camino de libertad, pero resaltó la importancia de impedir que "se abra la puerta para que el poder del dinero sea el que empiece a tomar la primera línea".

Reiteró su propuesta y la

del PDS por la creación de un *ombudsman* de la información, ya que está de acuerdo con la autorregulación de los medios, para evitar la posibilidad de ataques fuera de lugar en los espacios informativos.

También propuso Rincón Gallardo la creación de un código de ética en el que participen legisladores, académicos, partidos políticos y los medios de comunicación.

Mas tarde, en la celebración del Día de la Libertad de Prensa, Rincón Gallardo señaló que sin la cobertura que los distintos medios

impresos han dedicado al proyecto de izquierda democrática encabezado por Democracia Social,

"difícilmente habríamos logrado avanzar en tan poco tiempo en el ánimo de los ciudadanos".

Allí manifestó que los medios masivos de comunicación representan un foro de discusión pública nacional. ■

La lucha por la libertad de expresión es una lucha contra el silencio, afirma Cárdenas

NITA MURTADO SALGADO

La lucha por la libertad de expresión es una lucha contra el silencio, aseguró ayer Cuauhtémoc Cárdenas, candidato presidencial de la Alianza por el Cambio, durante la celebración del "Día de la libertad de prensa".

El abanderado perredista afirmó que este día dedicado a la libertad de prensa es para celebrar los amplios espacios que tanto la sociedad y los medios masivos de comunica-

ción han abierto "en las murallas del silencio y la mentira, con las cuales el régimen ha protegido por largas décadas su autoritarismo y sus privilegios".

La prensa mexicana, dijo, vive un buen momento y tiene la responsabilidad de ser testigo y narrador, en el presente y para la historia.

"Durante décadas hemos vivido bajo un sistema basado en la mentira y la simulación, la corrupción y la hipocresía, la injusticia y el agravio".

aseveró Cuauhtémoc Cárdenas.

El candidato del PRD agregó que la tergiversación, el ocultamiento de la verdad y la mentira sistemática, han sido ofensas de todos los días, infligidas por el régimen a los mexicanos.

Al final de su discurso de aproximadamente 10 minutos, Cárdenas puntualizó que una prensa libre, moderna, veraz e imaginativa, será actor principal de ese México en las elecciones del 2 de julio. ■

La CRONICA de Hoy. 8 de Junio de 2000. p. 6

Labastida, por defender todos los días la libertad de prensa

Ante editores de diarios y revistas, el candidato presidencial del PRI aseguró que, en los hechos, las amenazas y agresiones que han recibido diferentes periodistas en los últimos días atentan contra la libertad de expresión.

Al abundar sobre estos ataques a quienes externaron opiniones "contrarias a la posición, a las palabras o a los hechos de uno de los candidatos que está aquí presente", Labastida indicó que no basta manifestarse a favor de la libertad de prensa, sino que "debemos defenderla todos los días y tener (partidos, los militantes de los partidos) la misma posición sobre ella".

Es preferible que haya excesos de la libertad de expresión, si es

que los hubiera, a que se trate de limitar la libertad de expresión, aseguró Francisco Labastida durante la conmemoración del día de la libertad de prensa.

Labastida indicó que la libertad de prensa es "la libertad de las libertades" y que en ella se sustenta la democracia, los avances de un país.

"La crítica fortalece al país; la crítica fortalece, incluso, a los gobiernos, la crítica y la opinión independiente y el derecho a la información permiten que los pueblos y los países se desarrollen", aseguró en la parte central de su discurso ante los miembros de la Asociación de Editores de Diarios del país.

Posteriormente, Labastida hizo

un resumen de lo que presentara en el Auditorio Nacional hace dos días, su *Proyecto de Nación*.

Inició con el tema económico, donde expresó que pretende un cambio "a la política económica para hacer del objetivo de la misma, el crecimiento del empleo, la redistribución del ingreso y un país más igualitario y más justo".

En el terreno electoral comentó que refrenda "mi respeto al voto, mi respeto a la libertad de todos los mexicanos y mi compromiso como candidato, a no aceptar ningún voto que no provenga de la libertad de los ciudadanos para elegir libremente a quien va a ser el próximo presidente de la República". ■

La CRONICA de Hoy. 8 de Junio de 2000. p. 8

Ni Restricciones a la Información ni Acotamiento de la Crítica: DCA

ADOLFO SANCHEZ VENEGAS y ANGEL SORIANO

En México no hay delitos de opinión, límites a la libertad del que expresa opiniones o ideas, restricciones a la información ni acotamiento de la crítica. Tampoco, manipulación a los medios, persecución a quienes ejercen sus derechos de escribir o hablar, ni mucho menos se ejerce presión hacia nadie. Los mexicanos preferimos, incluso, los excesos a cualquier propósito que afecte o acote la libertad de expresión, afirmó Diódoro Carrasco Altamirano, secretario de Gobernación.

Carrasco Altamirano manifestó que toda libertad implica una responsabilidad: en este proceso los medios tienen la de informar, ser los ojos y la voz de la sociedad, pero también ser factor de certidumbre y concordia que favorezca un clima de armonía social.

Por lo tanto —aseveró—, los valores de libertad del pueblo mexicano son indiscutibles. Hoy tienen, en una democracia más sólida, el “cauce de civilidad, el camino para que México encuentre el destino que merece: más justo, siempre libre, incluyente de todos, con la responsabilidad de todos, con el beneficio de todos”.

Excélsior. 8 de Junio de 2000. pp. 1 y 12

Fox se deslinda de ataques a periodistas hechos a nombre de los "Amigos de Fox"

ALEJANDRO BENITEZ

En el aniversario de la libertad de prensa, Vicente Fox se deslindó del hostigamiento y las agresiones que a nombre de los "Amigos de Fox" se han hecho en contra de algunos periodistas: "deseo expresar mi solidaridad con los columnistas y articulistas que en días recientes han sido hostigados. Me desvinculo tajantemente de quienes de manera orquestada y a nuestro nombre los han agredido".

Durante su intervención en el salón Constelaciones del hotel Nikko, el candidato de la Alianza por el Cambio ofreció: "me comprometo a respetar la libertad, la diversidad y la pluralidad de la sociedad mexicana; y a no usar nunca el poder del Estado para imponer estilos de vida, creencias religiosas o códigos particulares de comportamiento".

No habrá, afirmó, "en mi gobierno funcionario alguno que les pida modificar el sentido de una nota. No habrá en mi gobierno funcionario alguno que les pida no publicar una encuesta por ser adversa

al candidato del presidente, como el señor Labastida", agregó.

Ante el secretario de Gobernación, Diódoro Carrasco, quien fue en representación del presidente Zedillo, editores de periódicos y revistas, decenas de reporteros y los otros cinco candidatos presidenciales, Fox denunció que "el régimen ha movilizó el aparato del Estado desde su cabeza, para comprar conciencias y coaccionar voluntades con presiones y amenazas.

"Se ha amenazado a los burócratas con perder su trabajo. Se ha amenazado a los más pobres con perder el Progreso y el Procampo. La bajeza de sus estrategias no tiene límites. Pero todas sus maniobras serán inútiles. El día de la elección tendremos una marejada de votos que ahogará todas sus trampas. El movimiento cívico por el cambio ya nadie lo parará", afirmó.

Ultimo en el orden de las intervenciones, el abanderado de la coalición PAN-PVEM afirmó que "en este día de la libertad de expresión, tenemos

que honrarla con el derecho y con la conducta. Tenemos que seguir conquistándola, porque lo más importante del ser humano es su libertad...La libertad de los medios (de comunicación) encuentra sentido en el respeto al derecho de los ciudadanos de estar bien informados".

Señaló que "en estos momentos decisivos para la historia del país, los medios de comunicación que honran la libertad de expresión, construyen los cimientos de una nación que nos llenará de orgullo. Los profesionales de la comunicación que honran el derecho de los ciudadanos a estar bien informados, devuelven la esperanza por un mejor futuro".

En el mensaje introdujo de última hora los resultados de una encuesta supuestamente mandada hacer por el PRD. Los porcentajes arrojados según Fox confirman su ventaja sobre sus adversarios políticos: la Alianza por el Cambio obtuvo 34 por ciento; Labastida, 27 por ciento; Cárdenas, 17 por ciento; indecisos, 18 por ciento y otros, 3.4 por ciento. ■

Minidebate entre un candidato y el director general de un diario

ALEJANDRO BÉNITEZ

Durante el 49 aniversario del día de la libertad de prensa, el candidato presidencial Vicente Fox, y el director general de *Excelsior*, Regino Díaz Redondo, protagonizaron un minidebate:

—¿Qué opina de las ocho columnas que publicó el periódico *Excelsior*? —preguntaron los reporteros a Fox, mientras a su lado izquierdo estaba sentado Díaz Redondo.

Molesto, muy molesto, el aspirante de la Alianza por el Cambio respiró profundo, inclinó la cabeza y cerró el ojo del lado izquierdo, justo el lado donde estaba el director general de *Excelsior*, y enseguida respondió: "Ese es un anónimo falso que sólo los malos periódicos lo publican y lo dan por bueno".

Regino mantenía la calma, pero los músculos de su rostro se endurecían cada vez más. Escuchaba todas las alusiones directas de un candidato ofendido por haberse publicado la lista de los empresarios y políticos que supuestamente financian su campaña.

"Yo no sé por qué se hace eso. Es un anónimo con un contenido calumnioso, vil, con ataques personales y fue emitido por los diputados del PRI. Eso quedó evidenciado. Es la bajeza a la que han llegado. Pero de nada les servirá (al PRI y a su candidato) porque el próximo 2 de julio el cambio se dará con una marejada de votos".

—¿Entonces, no da ningún crédito a toda esa información publicada (en *Excelsior*)? —insistieron al candidato panista. Regino Díaz Redondo escuchaba todo sin decir nada, absolutamente nada a las decenas de reporteros, fotógrafos y camarógrafos que lo miraban.

—¿A qué le voy a dar crédito? ¿A cuál información? —pregunta-

ba Fox simulando no entender, para luego ver de reojo al presidente y director general de *Excelsior* y arremeter nuevamente contra él:

—No, no le doy crédito porque eso es falso. Porque es un documento anónimo, vil, vergonzoso y despreciable que lanzan los diputados del PRI, y que la prensa todavía le está dando vuelo. Bueno, algún periódico. No todos, afortunadamente. Algún periódico...

Regino ya no se aguantó

Entonces Regino no aguantó más y en cuanto los reporteros le dieron la oportunidad del revire, delante del propio Fox, respondió con todo el coraje contenido: "Cada medio (de comunicación) tiene derecho a tomar una posición clara con respecto al porvenir del país. Andar con medias tintas es jugarse los próximos 25 años de este país que ya está bastante agobiado", decía el periodista.

"Las dudas, las incertidumbres, los titubeos, el ir para acá y luego para allá y luego para el centro, no conduce más que a dudar de aquellos candidatos que así lo hacen", señalaba un Díaz Redondo.

—¿Qué le parece la función que hacen en estos momentos los medios electrónicos y los impresos? —preguntaron a Regino. Pero éste, con su coraje todavía contenido, respondió sin desviar la atención sobre Fox:

—Ambos se complementan. Los electrónicos acaparan el 99 por ciento de la atención y los escritos el uno por ciento. De este porcentaje hay algunos candidatos y partidos que dan publicidad sólo a ciertos periódicos y a decenas de éstos no les dan ninguna. Pero si esto les parece equidad y respeto a la libertad de expresión, yo no sé a qué le llaman equidad." ■

"Yo no Niego a mis Amigos; Otros, sí..."

• Respuesta inmediata a la Intransigencia

• Luego Reconoció lo Embarazoso los Présticos

• Voc que Oueda ser de Informe Presidencial

• A Niños Lado no se le iba a una Cámara...

ANDRÉS RECERRE

Como red, la cercanía de Vicente Fox y Regino Díaz Redondo, hombro con hombro, captó y originó la atención de los medios, en espera de poder sorprenderlos cambiando alguna idea, una palabra, quizá una sonrisa, que la intolerancia del presidencialismo impidió, justo a ocho sillas de donde Francisco Labastida demandaba una investigación para dilucidar si la campaña del guanajuatense es financiada por capital extranjero, "es indispensable, así lo marca la ley".

Yo no puedo negar a mis amigos, por lo visto hay quienes sí los niegan", de repente soltó el presidente y director general de EXCELSIOR, frente a la negativa de Fox por aceptar la veracidad de la lista de empresas, personajes y organizaciones que soportan su deseo por llegar a Los Pinos.

Con la quijada trabada, Fox ni en sus botas pudo disimular el disgusto que le causó tener a su izquierda nada menos que al periodista que en el Día de la Libertad de Expresión, puso al descubierto el enjuague del abanderado de la derecha.

La evidencia de ese gesto intransigente está grabada en video y fotografías, no obstante, Fox atenta contra la inteligencia de todos aquellos que lo vieron tenso, duro, trabado cuando se atrevió a sostener:

SIGUE EN LA PAGINA VEINTIDOS

La inquietud por saber qué pasaba entre el presidencialista y el periodista, entre quienes se levantaba un muro de letras convertidas en valiente denuncia, llevó al "chacaleo" adelantado; el primero en fijar su posición fue el candidato, que textual apuntó:

El punto de vista de EXCELSIOR sobre lo acontecido entre Vicente Fox y Regino Díaz Redondo durante la celebración del Día de la Libertad de Expresión

"...Eso es lo que ha causado temor, yo les volvería a pedir y a exigir que se va a tener que despedir del poder sin llevarse al país entre las patas, que no es justo, no nos merecemos eso los mexicanos; Labastida sabe que va a perder y no es válido que trate de impedir esa derrota, y que es precisamente lanzando comentarios como ése, y lanzando infundios, mentiras. Además que algunos periódicos están reproduciendo que son totalmente vergonzantes, viles y que no aceptamos que se esté actuando de esta manera, con bajaza..."

Con atención, Díaz Redondo siguió las palabras de Fox. Y hasta que la reportera Gina Morett preguntó, el periodista habló claro y fuerte, para que su vecino lo escuchara bien.

"Cada medio tiene derecho a tomar una posición clara con respecto al porvenir de este país", señaló Díaz Redondo, para agregar:

"Andar con medias tintas es jugarse los próximos 25 años en nuestro país que ya bastante agobiado está..."

Los reporteros iban juntando sus grabadoras y micrófonos, las luces de las cámaras se estrellan en el rostro blanco de Díaz Redondo que no se arredra cuando apunta:

"Las dudas, las incertidumbres, los tuteos, el ir para acá y luego para allá y luego para el centro no conducen más que a dudar de aquellos candidatos que así lo hacen". Más claro, ni el agua.

De un tirón el Presidente y Director General de EXCELSIOR comentó respecto a la publicidad que en esta etapa electoral se distribuye, aclarando que 99 por ciento de ésta va a los medios electrónicos y sólo el uno por ciento a los medios impresos, porcentaje que —dijo— algunos candidatos y partidos entregan a algunos periódicos y a otro nada.

"Eso es una inequidad y un olvido. En este país hay que respetar la opinión de todos para poder manejarlo. En un país tan agobiado como está el nuestro, y no es con incertidumbres que confunden a la gente ni con frases inadecuadas y cambios de rumbo cada cinco minutos como podemos salir adelante".

Era un hecho: Fox no se dignaría a mirar más a Regino Díaz Redondo, que terminó de fijar su posición, poco antes de que el abanderado de la Alianza por el Cambio iniciara su "informe presidencial". Y Francisco Labastida, de cara a los reporteros que no lo dejaron ni comer, opinó sobre las ocho columnas de EXCELSIOR:

"La información que viene ahí, listada, me llama la atención. También sobre algunas empresas del extranjero, eso creo que es un elemento preocupante del cual debiera de darnos una información para ver si es cierto que esto está ocurriendo, para ver si está recibiendo también financiamiento del extranjero".

—¿Usted se pronunciaría por que haya una investigación al respecto?

Sin dudarlo un momento Labastida Ochoa dijo:

"Desde luego, esta lista de aportantes y sobre todo ver si se está recibiendo financiamiento del extranjero para su campaña, me parece que es indispensable".

Rumiando su furia, Vicente Fox abandonó el hotel en Paseo de la Reforma, derrotado y con una figura que le obsequiaran... Sonriente, Francisco Labastida con un punto más a su favor, más estadista que cuando llegó ahí, salió en medio de un tumulto de reporteros que no lo dejan ni a sol ni a sombra.

Atacame es una Forma de Presión, Dice VFQ

Sigue de la primera plana

Porque "aunque lo niegues, sigo adelante en las preferencias electorales".

Fox, tras participar en la comida del Día de la Libertad de Prensa, apuntó que el Gobierno Federal ha movilizad el aparato del Estado, desde su cabeza, "para comprar conciencias" y coaccionar voluntades con presiones y amenazas.

En su intervención —diez minutos oficiales concedidos a cada uno de los seis candidatos presidenciales, en la comida ofrecida por Aedirmex— el abanderado de la Alianza por el Cambio no perdió la compostura cuando leía su discurso, pese a que Francisco Labastida, su homólogo del PRI, distrajo la atención de los presentes al tomar una cámara fotográfica para dispararla, con tanto tino, que el hecho fue aprovechado por los reporteros gráficos, quienes imprimieron sus placas, ante el gesto risueño del priísta y el adusto de Fox, quien no lo interrumpió.

En la entrevista posterior, el panista enfatizó, "me siento apenado por Labastida", porque "él sí no supo conservar la calma". Y arguyó: "En el pecado llevará la penitencia".

En el preámbulo de su discurso de tres cuartillas, Fox Quesada invocó al empresario Juan Sánchez Navarro —convertido ahora en uno de sus ideólogos— y dijo que no caería en provocaciones, porque cada vez está más cerca el triunfo de un partido distinto al PRI en los comicios del 2 de julio.

Formalizó su lectura con la aseveración de que la alternancia en el poder no será una simple traslación del gobierno, de una persona a otra; de un partido a otro o de un grupo político, etc., porque la alternancia pondrá fin a la estructura de poder que "la gran mayoría de los mexicanos rechazamos".

Sostuvo que se ha amenazado a los burócratas con perder su trabajo si no votan por la causa priísta. Se ha amenazado a los más pobres con perder el Progreso y el Procampo, porque la baja de sus estrategias no tiene límites.

De igual forma, reiteró que el Revolucionario Institucional ya no sabe cómo desactivar la campaña positiva que la Alianza por el Cambio ha dejado bien fundamentada en todos y cada uno de los rincones del país, donde la insistencia es de cambiar un esquema que ya no corresponde a la realidad de México, donde los privilegiados sean los que menos tienen y que han sido olvidados por la negligencia gubernamental.

En otro orden, con referencia al llamado Día de la Libertad de Prensa, el abanderado panista apuntó que en la mayoría de los medios masivos de comunicación sí se ejerce la autenticidad de lo que representa ese principio fundamental que consagra nuestra Carta Magna y de llegar a la Presidencia de la República a partir del 1º de diciembre del presente año, se abocará a que esta práctica sea el común denominador de quienes tienen la obligación de divul-

gar los hechos que atañen a la sociedad, y no podrá haber excepciones en cuanto a su directriz y a su crítica constructiva en favor del desarrollo de la nación.

Por la mañana, luego de inaugurar una panadería para los llamados niños de la calle, en Libertad, en el Centro Histórico, adujo una vez más que la familia Fox no está involucrada en las listas del Fobaproa, Vicente Fox afirmó que el Gobierno Federal sigue empeñado en desprestigiarlo y debilitarlo de frente al proceso electoral del mes próximo, porque la ciudadanía se cansó de falsas promesas que nunca cumplió el PRI.

Resaltó que en todos los mítines públicos donde se presenta, son amplias las expectativas de la ciudadanía que lo apuntalan para seguir adelante en la búsqueda de un triunfo contundente ante el "partido de Estado", que se siente perdido antes de que se lleven a cabo los comicios históricos.

Entrevistado luego de inaugurar una panadería de niños de la calle en la colonia Guerrero, Fox Quesada esgrimió que esa campaña orquestada desde el Ejecutivo Federal, lo fortalece cada vez más, debido principalmente a que no busca un triunfo sólo para obtener el poder, sino para implantar un régimen de autenticidad, plural y que signifique el mejor esquema al que tengan acceso todos los mexicanos desde el más modesto hasta el más acaudalado hombre de negocios.

- ★ **Atacame es una Forma de Presión. Dice VFQ**
- ★ **Cerca el Triunfo; no Caeré en Provocaciones**
- ★ **Aunque lo Nieguen, voy Adelante en Preferencias**
- ★ **Fin a la Estructura de Poder que Rechazamos**
- ★ **Otroes Implantar una Administración Plural**

MARCO ANTONIO GARCIA

Al exigir a la Secretaría de Gobernación que "detenga la campaña de difamación en mi contra y la de mi familia", Vicente Fox, candidato de la Alianza por el Cambio, afirmó que si obtiene el triunfo electoral el 2 de julio, éste habrá de pertenecerle a toda la sociedad que ha puesto su imaginación al servicio de la causa democrática. Fustigó el desprestigio que le ha endosado el régimen como forma de presión.

SHURE EN LA PAGINA ONCE

OTRO PAIS

TOMAS TENORIO GALINDO

La "lista" de *Excelsior*

El diario *Excelsior* dio ayer una asombrosa exhibición de un periodismo sustentado en la mentira, la insidia y la falta de ética. Publicó a ocho columnas, bajo el título "Lista de amigos y empresas que financian la campaña de Fox", los nombres de numerosas personas que estarían "financiando" las actividades del candidato panista.

Si alguien en ese diario hubiera tenido el cuidado de revisar el material, se habría dado cuenta de que informativamente era una tomadura de pelo. Entre otras cosas, porque la figura de las aportaciones privadas a una campaña está prevista y regulada en la ley electoral. Pero también porque la lista es absolutamente inverosímil, y porque ningún documento serio, ninguna fuente respaldan la "información".

En esa lista figuran empresarios reconocidos. Pero si en efecto hicieron aportaciones a la campaña de Vicente Fox, el reportaje no dice por qué esa decisión privada sería objeto de escrutinio público. Sin embargo, eso no es todo. Aparecen nombres de personalidades de la política, la cultura y el periodismo; a quienes se pretende exhibir por supuestos "vínculos" con el foxismo, como si eso fuera un delito. E incluso aparecen priistas que obviamente nada tienen que ver con los supuestos de la nota.

El único exhibido con la publicación de esa clase de materiales es *Excelsior* mismo. Porque es por lo menos extraño que ese diario le haya otorgado la fuerza de la letra impresa a un libelo. Pero es inútil esperar una explicación o una rectificación. Con toda seguridad el insólito proceder de *Excelsior* permanecerá impune. Justamente en el día de la libertad de expresión. ■

Comentarios: ttenor@correoweb.com

■ Coparmex: se busca democratizar la información

Piden publicar resultados en el *Diario Oficial* y *Gaceta del DF*

Salvador Guerrero Chiprés □ "Con el fin de tener total certidumbre de la transparencia" del proceso electoral del próximo domingo, la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex) Ciudad de México pidió a la Presidencia de la República y a las autoridades electorales la publicación en el *Diario Oficial* de la Federación y en la *Gaceta Oficial* del Distrito Federal los resultados de los comicios "casilla por casilla".

Sergio Peralta Sandoval, en su primera conferencia de prensa como presidente de Coparmex Ciudad de México, precisó que la petición fue dirigida al presidente Ernesto Zedillo; al consejero presidente del Instituto Electoral del Distrito Federal, Javier Santiago Castillo; al presidente del Tribunal Electoral del Distrito Federal, Raciél Garrido Maldonado; al presidente del Tribunal Federal Electoral, José Luis de la Peza Muñoz Cano, y al consejero presidente del Instituto Federal Electoral, José Woldenberg.

En los documentos se lee: "ante la inquietud ciudadana que genera la reñida contienda electoral del próximo 2 de julio, y con la finalidad de ofrecer mayor certidumbre de los resultados que anunciará el IFE, consideramos que es altamente conveniente abrir la posibilidad para que cualquier ciudadano, de cualquier parte del país, pueda verificar por sí mismo que los resultados correspondientes son los mismos que se usaron para el cómputo final".

El dirigente de la Coparmex capitalina señaló que si existe disposición de las autoridades "por supuesto" será posible la publicación de los resultados. La representación empresarial busca convertir a cualquier ciudadano en verificador de los datos oficiales. Ante la pregunta de si la solicitud surgía de la probabilidad de que los resultados de las casillas no fueran incorporados correctamente al sistema de recolección de datos o en este mismo pudieran ser modificados, Peralta señaló que sus representados, alrededor de 2 mil 500 en la capital, "sólo persiguen democratizar la información".

Informó que 177 socios de Coparmex participarán como observadores como parte de un programa del sector privado que los reconoce como tales en la Organización de las Naciones Unidas. Alrededor de 40 de ellos, indicó, participarían, en la capital del país, en la realización de un conteo rápido que sería parte de una operación de alcance nacional en que participarían hasta un total de mil 500 socios, también en desarrollo de observación electoral. La Coparmex podría dar a conocer los resul-

tados de su conteo alrededor de las 22:30 del domingo próximo. La observación cubriría los 40 distritos locales y 30 federales de la ciudad.

Peralta insiste en sus comunicados dirigidos a las autoridades ejecutivas y judiciales vinculadas a la elección que existen facultades otorgadas por el Código Electoral del Distrito Federal para que se ordene la publicación de los resultados. Aunque las conclusiones se relacionan con la limpieza del proceso electoral en la capital, involucran a la de todo el país, explicó.

"Lo esencial es lograr una ciudad más digna también a partir del proceso electoral, necesitamos un proceso en que se reafirme la confianza que ya se tiene en las instituciones electorales", comentó.

La Coparmex, se indica en las cartas recibidas por las autoridades, "reconoce y refrenda su confianza tanto en el IFE y el Tribunal Federal Electoral, como en los correspondientes del DF en que se llevará a cabo un proceso electoral limpio y confiable, con resultados oportunos y suscitables".

Si el gobierno federal y los organismos electorales rechazaran la solicitud "no pasa nada, no quedaría en entredicho el proceso, pero a todos nos daría mayor certidumbre si se aceptara", finalizó Peralta.

**AREAS DE LA PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA
Y DE LA SECRETARIA DE GOBERNACION
EN MATERIA DE INFORMACION Y/O COMUNICACIÓN SOCIAL**

PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA	SECRETARIA DE GOBERNACION
<ul style="list-style-type: none"> • Director Gral. de Comunicación Social y Vocero de la Presidencia • Secretario Particular • Director Gral. de Información • Director Gral. de Difusión • Director Gral. de Síntesis y Análisis de la Información • Director Gral. de Prensa Internacional • Director de Información a Medios de los Estados, Zona Norte • Director de Información a Medios de los Estados, Zona Sur • Director de Coordinación y Relaciones Públicas • Director de Publicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Srio. de Gobernación • Subsecretario de Comunicación Social • Director Gral. de Radio, Televisión y Cinematografía • Director Gral. de Medios Impresos • Director Gral. de Comunicación Social Gubernamental. • Centro de Producción de Programas Informativos Especiales (CEPROPIE)

Fuente: <http://www.gobernacion.gob.mx/organi/html/organigrama.htm>
<http://200.38.180.11/pages/vocero/dcs/d-presi.html>

ATRIBUCIONES DE LA SECRETARIA DE GOBERNACION

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal

Artículo 27. A la Secretaría de Gobernación corresponde el despacho de los siguientes asuntos:

- I. Presentar ante el Congreso de la Unión las iniciativas de ley del Ejecutivo;
- II. Publicar las leyes y decretos que expidan el Congreso de la Unión, alguna de las dos Cámaras o el Presidente de la República;
- III. Publicar el Diario Oficial de la Federación;
- IV. Vigilar el cumplimiento de los preceptos constitucionales por parte de las autoridades del país, especialmente en lo que se refiere a las garantías individuales y dictar las medidas administrativas que requiera ese cumplimiento;
- V. Cuidar el cumplimiento de las disposiciones legales sobre culto religioso y disciplina externa, dictando las medidas que procedan;
- VI. Aplicar el artículo 33 de la Constitución;
- VII. Conducir las relaciones del Poder Ejecutivo con los otros Poderes de la Unión, con los gobiernos de los Estados y con las autoridades municipales, ante estos dos últimos, impulsar y orientar la creación y el funcionamiento de las Juntas de Mejoramiento Moral, Cívico y Material;
- VIII. Otorgar al Poder Judicial Federal el auxilio que requiera para el debido ejercicio de sus funciones;
- IX. Tramitar lo relativo al ejercicio de las facultades que otorgan al Ejecutivo los artículos 96, 98, 99 y 100 de la Constitución, sobre nombramientos, renunciaciones y licencias de los ministros de la Suprema Corte de Justicia y el artículo 73, fracción VI, sobre nombramientos de los magistrados del Tribunal Superior de Justicia del Distrito Federal;
- X. Recopilar y mantener al corriente la información sobre los atributos personales, académicos y técnicos de los funcionarios judiciales a que se refiere la fracción anterior;
- XI. Tramitar lo relacionado con los nombramientos, remociones, renunciaciones y licencias de los Secretarios y Jefes de Departamento del Ejecutivo Federal, y de los Procuradores de Justicia de la República y del Distrito Federal;
- XII. Intervenir en los nombramientos, destituciones, renunciaciones y jubilaciones de funcionarios que no se atribuyan expresamente por la ley a otras Dependencias del Ejecutivo;
- XIII. Llevar el registro de autógrafos de los funcionarios federales y de los Gobernadores de los Estados y legalizar las firmas de los mismos;
- XIV. Conducir las relaciones del Gobierno Federal con el Tribunal Federal de Conciliación y Arbitraje de los Trabajadores al Servicio del Estado;
- XV. Administrar las islas de ambos mares de jurisdicción federal.

En las islas a que se refiere el párrafo anterior, regirán las leyes civiles, penales y administrativas, aplicables en el Distrito Federal y tendrán jurisdicción los Tribunales Federales con mayor cercanía geográfica.

XVI Fomentar el desarrollo político e intervenir en las funciones electorales, conforme a las leyes.

XVII. Manejar el servicio nacional de identificación personal.

XVIII Manejar el Archivo General de la Nación.

XIX. Ejercitar el derecho de expropiación por causa de utilidad pública en aquellos casos no encomendados a otra dependencia.

XX. Promover la producción cinematográfica, de radio y televisión y la industria editorial; vigilar que las publicaciones impresas y las transmisiones de radio y televisión, así como las películas cinematográficas, se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la paz y moral pública y a la dignidad personal, y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden público, y dirigir y coordinar la administración de las estaciones radiodifusoras y televisoras pertenecientes al Ejecutivo Federal, con exclusión de las que dependan de otras Secretarías de Estado y Departamentos Administrativos.

XXI. Reglamentar, autorizar y vigilar el juego, las apuestas, las loterías y rifas, en los términos de las leyes relativas;

XXII. Compilar y ordenar las normas que impongan modalidades a la propiedad privada, dictadas por el interés público;

XXIII. Reivindicar la propiedad de la Nación, por conducto del Procurador General de la República;

XXIV. Reglamentar y autorizar la portación de armas por empleados federales;

XXV. Formular y conducir la política de población, salvo lo relativo a colonización, asentamientos humanos y turismo;

XXVI Organizar la defensa y prevención social contra la delincuencia, estableciendo en el Distrito Federal un Consejo Tutelar para menores infractores de más de seis años e instituciones auxiliares; creando colonias penales, cárceles y establecimientos penitenciarios en el Distrito Federal y en los Estados de la Federación, mediante acuerdo con sus Gobiernos, ejecutando y reduciendo las penas y aplicando la retención por delitos de orden federal o común en el Distrito Federal; así como participar conforme a los tratados relativos, en el traslado de los reos a que se refiere el quinto párrafo del artículo 18 Constitucional;

XXVII. Conducir y poner en ejecución, en coordinación con las autoridades de los Gobiernos de los Estados, con los gobiernos municipales y con las Dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, las políticas y programas de protección civil del Ejecutivo para la prevención, auxilio, recuperación y apoyo a la población en situaciones de desastre y concertar con instituciones y organismos de los sectores privado y social, las acciones conducentes al mismo objetivo;

XXVIII. Conducir y poner en ejecución las políticas y programas del Gobierno Federal en materia de protección ciudadana y coordinar, en términos de la ley respectiva, el ejercicio de las atribuciones del Ejecutivo Federal que corresponden en esta materia, en relación con los estados, el Distrito Federal y los municipios;

XXVIII Bis. Formular, normar, coordinar y vigilar las políticas de apoyo a la participación de la mujer en los diversos ámbitos del desarrollo, así como propiciar la coordinación interinstitucional para la realización de programas específicos.

XXIX Fijar el Calendario Oficial,

XXX. Rendir las informaciones oficiales del Ejecutivo de la Unión;

XXXI. Conducir la política interior que compete al Ejecutivo y no se atribuya expresamente a otra dependencia

XXXII. Formular, regular y conducir la política de comunicación social del Gobierno Federal, y las relaciones con los medios masivos de información;

XXXIII. Orientar, autorizar, coordinar, supervisar y evaluar los programas de comunicación social de las Dependencias del Sector Público Federal;

XXXIV. Organizar y dirigir la Policía Federal Preventiva, y

XXXV. Las demás que le atribuyan expresamente las leyes y reglamentos

Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación.

Diario Oficial de la Federación, Agosto de 1998

