



Mayo - Julio
2000

Medios y sociedad civil: una alianza para el control político



Número Actual

Números Anteriores

Editorial

Sitios de Interés

Novedad

Ediciones Especiales



Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52) 58 64 56 13
Fax. (52) 58 64 56 13

Por Emilio Alvarez Icaza Longoria
Número 18

Introducción

La libertad de expresión, el derecho a la información y a la comunicación son derechos del ser humano. Y aun cuando la mayoría de los países han adoptado y

-en el papel- aseguran por medio de sus leyes estos derechos, lo cierto es que son pocos quienes tienen acceso a la comunicación y a sus medios: empresas, gobiernos, iglesia... En tanto que la persona, el ciudadano, los indígenas, los niños de la calle, las mujeres, difícilmente cuentan con un espacio en el que puedan dar a conocer sus expectativas, sus necesidades y sobre todo, sus propuestas.

¿Qué hay de la relación entre comunicación y sociedad?

¿Cómo ejercen los ciudadanos su derecho a la comunicación y a la información?

La sociedad es generadora de mensajes, de propuestas... la comunicación permite que éstas lleguen a todos los sectores.

Por tanto, la revolución del año 2000 es hacer de la comunicación una herramienta accesible para todos, en especial para aquellos sectores de la sociedad más vulnerables.

Esto requiere que la sociedad reconozca en la comunicación un elemento indispensable para el logro de sus objetivos y haga suyos los mecanismos que ésta ofrece. La sociedad debe ir en busca del acceso a los medios y crear los medios propios. En pocas palabras: la sociedad debe defender su derecho humano a la libertad de expresión, a la libertad de comunicar e informarse.

La democracia y la comunicación son conceptos que van unidos cuando nos referimos al desarrollo de una sociedad civil que quiere ser actora y dueña de su presente y futuro.

A través del uso de la comunicación y sus herramientas los ciudadanos pueden hacer escuchar su voz y dar a conocer las propuestas que la experiencia les ha permitido generar.

El uso de la comunicación permite el conocimiento, el intercambio de ideas, la toma conjunta de decisiones y lo más importante: la participación que genera acciones.

El uso de la comunicación fortalece la presencia de los ciudadanos y de la sociedad civil como un actor de influencia en los procesos y cambios estructurales requeridos para una sociedad más justa y digna.

La comunicación crea puentes de entendimiento entre los sectores de la sociedad y entre estos y sus legisladores y gobernantes.

La experiencia en México ha sido aplicar la comunicación en un sentido estratégico, es decir, que su uso permita concretar los

objetivos que nos hemos trazado. Cómo resolver las necesidades de información, difusión y toma de decisiones al interior del propio sector y cómo difundir hacia otros nuestra propuesta y trabajo. Esto nos ha llevado a hacer uso profesional, es decir, eficaz y eficiente, de las herramientas de la comunicación: por un lado echando mano de los canales existentes: prensa, radio, televisión, agencias informativas, Internet y últimamente ampliando las opciones, mediante el desarrollo y/o mejora de nuestros propios medios y formas de comunicación.

Esta visión estratégica incluye el reto de aprovechar el momento de transición en el que se encuentran los medios mexicanos. Porque dentro de la transición por una lado a la democracia y por otro lado a la modernidad, que vive México, también los medios se encuentran en transición.

Quienes leen la transición con un sentido democrático han ido abriendo poco a poco sus puertas a la sociedad; quienes ven la transición sólo desde un punto de vista monetarista ven al ciudadano como un número a recuperar en los *ratings* o indicadores de auditorio. Un *rating* que se alcanzará si los medios recuperan cierta credibilidad. Sea cual fuere la visión, en México se tiene la oportunidad inapreciable para que la sociedad acceda a los medios y para que estos sean verdaderos servidores de la gente.

Por tanto el presente documento explora una parte de esta relación entre comunicación y sociedad: las relaciones que se dan entre los Medios de Comunicación (MdC) y la Sociedad Civil (SC).

Consta de tres apartados, el primero aborda algunas de las características de la relación Medios y Sociedad Civil. El segundo muestra ejemplos concretos de la experiencia que México ha significado el uso de la comunicación y sus herramientas, y el tercero hace una serie de propuestas encaminadas a que la comunicación sea accesible para todos.

I. Características de la relación Medios y Sociedad Civil.

La problemática que existe en torno a la compleja y deficiente relación entre la sociedad civil y los medios de comunicación puede ser abordada desde tres dimensiones: a) la importancia que el sistema político en México le da a los MdC, especialmente los electrónicos; b) las carencias y limitaciones de los propios MdC para abordar la información y propuestas que vienen desde la sociedad civil y; c) las debilidades y deficiencias de la sociedad civil para comunicarse entre sí y relacionarse con los MdC.

Como se menciona, es un problema de tres dimensiones, interrelacionadas pero con diversas implicaciones.

A) Existe un sistema político que privilegia y controla la información a favor de reducidos sectores sociales. Este control desde el gobierno sobre los MdC hace de éstos un mecanismo estratégico para el control político, por lo cual, por una parte se privilegian y promueven los monopolios informativos y comunicativos que responden a ciertos intereses, esencialmente cercanos a los del grupo gobernante y por otra parte una práctica de represión sistemática como una forma permanente de relación. Es impresionante detectar que unas cuantas empresas poseen el absoluto control de las estaciones de radio y televisión.

El caso de TELEvisa, monstruo comunicativo que cada vez cubre más espacios en México, Centro y Sudamérica, así como en Estados Unidos, Canadá y Europa podría ser el más representativo para indicar cómo, mediante una política de gobierno, se ha favorecido al extremo a un grupo con el cual se han compartido intereses políticos y ejercicio de gobierno. Las dimensiones económicas de esta empresa han llevado a sus presidentes a figurar entre los hombres más ricos de América Latina de acuerdo con lo publicado por la conocida revista estadounidense "FORBES" en diversos años.

En lo que se refiere al control político de los medios un fenómeno que destaca corresponde a los elevados niveles de represión a la prensa que se presentan en México.

En una investigación realizada por CENCOS⁽¹⁾ (bajo un minucioso sistema de registro y con el diseño de metodología y tipología específicas), se demuestra claramente cómo el fenómeno de la represión está íntimamente ligado al control político: entre 1988 y 1994 se registraron 645 agresiones a periodistas y MdC y entre 1994 y 1996.

De esta información sobresale que los momentos de mayor represión a la prensa se dieron en las coyunturas políticamente clave, donde la sensibilidad está en su más alto nivel, de tal forma que los meses con mayor número de agresiones durante la administración del Presidente Carlos Salinas de Gortari fueron precisamente los tres momentos políticos más delicados de esa administración: la negociación de la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) en mayo de 1993, en enero de 1994 ante el levantamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) y durante las elecciones presidenciales en agosto 1994. Por otro lado, cuando revisamos el tipo de agresión y frecuencia, los resultados muestran una lógica preocupante: lo más común resulta golpear a los periodistas (28 %), luego amenazarlos (11 %), le siguen las detenciones (9 %) y posteriormente los asesinatos (8 %). En conjunto estas agresiones representan el 56 % del total, lo que resulta un hecho muy grave pues, "las agresiones a los periodistas no deben desestimarse o minimizarse, ya que es la misma sociedad la que es afectada en su derecho de libre expresión y en su derecho a la información"⁽²⁾

B) Los MdC, por su parte, no han tenido ni la sensibilidad ni la capacidad suficiente para dar a conocer todo lo que abarca el movimiento social actual y las propuestas que están detrás. Como dijimos anteriormente, estos privilegian la información que proviene de los grupos de poder político y económico. Como resultado se dificulta la obtención de información objetiva y veraz sobre las propuestas y/o demandas de los sectores que están dinamizando fuertemente a la sociedad civil mexicana.

Esta problemática llega a situaciones extremas ante coyunturas particulares como: procesos electorales, abusos de la autoridad, casos de corrupción, epidemias, adopción de medidas económicas de gran trascendencia, situaciones de emergencia y/o desastre, etc.

Esto se debe a que los MdC se mueven bajo los códigos de representatividad e historia para la cobertura informativa. El punto está en que se hace necesario visualizar y comprender que se están presentando dinámicos procesos de cambio que generan nuevos contextos sociales y políticos, lo que a su vez nos dirige automáticamente a la necesidad de la revisión de los códigos usados por los medios.

Además de lo anterior es urgente superar el esquema de los extremos de la pirámide. Por un lado tenemos en la punta a los sectores cúpula, actores privilegiados en la difusión de mensajes. Aquí esencialmente hablamos de mecanismos de representación cupular que prácticamente cruzan todos los sectores de la sociedad (empresarios, iglesias, gobierno e incluso sindicatos, deportes y espectáculos), pues se escucha los mensajes de los secretarios, ministros, obispos, líderes y representantes, pero ¿qué pasa con la gente común y corriente? mayoritariamente se habla de ellos a través de tragedias: asesinatos, asaltos, violaciones y hechos cuyo contenido principal son tragedias o acontecimientos negativos.

Esta lógica genera la idea de que la comunicación es para distinguidas personalidades; que la gente es noticia sólo por las tragedias que le suceden y porque no puede generar otra cosa, es decir, que la gente es parte de un enorme vacío y que no hace

nada para resolver los problemas de la cotidianidad. Quienes participamos en este encuentro sabemos que hoy más que nunca estamos ante sociedades enormemente dinámicas y con un sinfín de propuestas y elaboraciones que lo que buscan son principios de cambio. Una sociedad que transita de la protesta a la propuesta, algo que sin duda genera un modelo distinto de comunicación.

Para ilustrar el problema de la parcialidad de los MdC, cabe retomar el estudio realizado por la Alianza Cívica/Observación'94 sobre el comportamiento de los principales noticieros de la televisión, la radio y los periódicos nacionales (y locales de algunos estados), en el que se demuestra que en todos estos espacios se privilegió al candidato del Partido Revolucionario Institucional. En este análisis, reconocido por la Organización de las Naciones Unidas, quedó comprobado que, en promedio, Ernesto Zedillo gozó de 40% más tiempo y/o espacio que su más cercano competidor, además de que se le favoreció en el tratamiento de las noticias. Cabe advertir que este estudio no tomó en cuenta la propaganda política pagada por los partidos. Más adelante bordaremos esta temática con más detalle.

C) Por último cabe mencionar que, a pesar de su perspectiva propositiva, actualmente la sociedad civil no ha impactado a la opinión pública lo suficiente como para que sus demandas y aportes entren en la discusión pública sobre las alternativas ante los problemas del país: la desnutrición, los derechos humanos, el conflicto armado en Chiapas, la insuficiencia de vivienda, los tratados comerciales, la política social en general, la necesidad y el carácter específico de una reforma política, el deterioro de las condiciones laborales, la pauperización en el campo, la situación indígena, la deuda externa, etc.

Desde la sociedad civil apenas comienza a ponderarse la importancia estratégica de la comunicación y de sus medios nacionales y, particularmente, extranjeros, como mecanismos para incidir en la opinión pública y, de esta manera, en el desarrollo económico, político y social de países que como México se insertan en un mundo hipercomunicado. Ligado a esto está el problema de la falta de coordinación entre los propios sectores de la sociedad civil y sus organizaciones, lo cual frena o disminuye su capacidad de impacto.

Mientras la sociedad civil no tenga acceso a los Medios de Comunicación de manera sistemática y permanente (como actores sociales), sus demandas y propuestas no serán debidamente atendidas.

La sociedad civil y sus organizaciones en el país se encuentran dispersas (salvo algunas experiencias de coordinación), como consecuencia, también las experiencias que permitirían pensar en demandas y alternativas comunes no se han coordinado suficientemente. A ello habría que agregar la falta de especialistas que se dediquen a esta labor. Si hubiera un personal que se dedicara plenamente a la comunicación por llamarla de algún modo, "civil", habría mayores posibilidades de coordinación y de impacto en el debate público.

Un contexto de transición:

Como mencionamos en la introducción, los medios de comunicación en México se encuentran en una etapa de transición. Esta transición ha sido generada u obligada por diversos factores: la ampliación y competencia de mercados, las nuevas tecnologías, la falta de credibilidad en los medios, la exigencia de la sociedad civil y la crisis política.

La ampliación y competencia de mercados: las nuevas políticas comerciales generaron un cambio en las leyes de comunicaciones de México. A partir de 1993 llegaron a México nuevos canales de televisión a través de sistemas de cable. Los servicios noticiosos no se veían sujetos a la censura clásica del gobierno mexicano y

fue así que el primero de enero de 1994, mientras los medios de comunicación mexicanos transmitían mensajes de año nuevo, las televisiones norteamericanas daban cuenta del levantamiento zapatista en Chiapas. Los medios de comunicación nacionales no pudieron ocultar lo que estaba ocurriendo, de hecho también a ellos los agarró por sorpresa. Y más adelante, mientras los funcionarios de comunicación social se devanaban los sesos para prohibir la transmisión de informaciones zapatistas el mensaje de Marcos viajaba a través de Internet por todo el mundo.

Mientras tanto, la privatización y cambios legales en materia de comunicación abrían espacios a nuevos espacios informativos: Canal 40 comienza sus transmisiones desde los Estados Unidos y hace funcionar su slogan: la realidad en televisión. Vimos noticias, escuchamos reportajes que raramente se daba a conocer en México.

Otras televisoras como Multivisión y Canal Once se insertan en la misma línea: la verdad también es negocio.

Mientras tanto, las crisis políticas que se vivían al interior del PRI-Gobierno con todos sus asesinatos y enfrentamientos debilitó a quienes estaban dedicados 24 horas a vigilar y controlar medios. Los informadores van haciendo cada vez mayor uso de la libertad de expresión. Algunos programas y estaciones de radio se consolidan y se ofrecen como tribuna del sentir ciudadano.

La gente dejó de creer en los medios que siempre les mintieron o simplemente les negaban la información. Los medios que no han sabido leer esta transición están desapareciendo. Los medios que aceptan su transición se consolidan.

II. Experiencias sobre el uso de la comunicación y sus herramientas

La sociedad civil como generadora de información:

Hemos dicho ya que la sociedad civil también es noticia.

Un producto de la sociedad civil son justamente las diferentes organizaciones o campos de acción desde donde se resuelven los problemas que actualmente aquejan a una sociedad empobrecida por la aplicación de políticas que únicamente privilegian lo económico y dejan fuera todo sentido social.

Esta labor es nuestro elemento informativo, es lo que hay que dar a conocer, es lo que busca impactar a otros sectores. Por mencionar sólo algunas de las tareas que pueden ayudar a que la sociedad civil sea considerada fuente de información tenemos la siguiente lista:

1. El combate a la pobreza: organizaciones dedicadas a la generación de empleo a partir de talleres comunitarios, promoción de cooperativas y microempresas, producción alimentaria y desarrollo rural, atención a necesidades básicas como vivienda, hábitat urbano, salud, alimentación.
2. Educación y defensa de los derechos humanos.
3. Cultura: organizaciones dedicadas al fomento de la identidad y al fortalecimiento cultural.
4. Fortalecimiento de la sociedad civil: mediante su apoyo al trabajo democratizador de las organizaciones representativas de los sectores sociales y movimientos civiles específicos.
5. Asistencia a sectores específicos: discapacitados, tercera edad, niños, mujeres, etc.
6. Especializadas: ecologistas, laborales, académicas, educativas, asesorías en proyectos, orientaciones.
7. Fundaciones: proveedoras o gestadoras de fondos económicos.

Experiencias del uso de la comunicación:

- Encuentro Nacional de Organizaciones Ciudadanas. Junio-julio de 1995, Ciudad de México.

El uso de la comunicación no sólo implica verla como herramienta sino como un elemento estratégico para el logro de los objetivos de un proyecto. Un ejemplo concreto del uso de la comunicación y sus herramientas para el servicio de la sociedad civil organizada, fue la estrategia utilizada durante el Encuentro Nacional de Organizaciones Ciudadanas, realizado los días 31 de junio y 1 de julio de 1995, que reunió a más de 1500 miembros de 800 organizaciones civiles y sociales de toda la República Mexicana, mismas que decidieron establecer lazos, compartir objetivos e intercambiar estrategias a fin de fortalecerse como sector.

El Encuentro de Organizaciones fue, también, la oportunidad de dar a conocer a la opinión pública, a los legisladores y al Gobierno, la propuesta proveniente de una sociedad civil activa, que busca convertirse en actor y dejar de ser sólo un objeto de gobierno.

La estrategia planteada atendió dos necesidades: comunicar al interior, es decir, que los que participaron en el Encuentro conocieran los objetivos y avances, compartieran toda la información que se generó y en consecuencia pudieran decidir y llevar a cabo las acciones propuestas.

Para ello se generó una identidad gráfica, se consensaron y manejaron mensajes comunes y se diseñó una red de ida y vuelta de la información a través del correo electrónico, la instalación de una conferencia en Internet y el uso de boletines y hojas informativas. Un equipo de periodistas y miembros de organizaciones civiles trabajaron arduamente para tener a los participantes oportunamente informados.

Otra necesidad resuelta fue llevar el mensaje del Encuentro al exterior: hacia todos aquellos actores y sectores de decisión que se requería impactar: gobierno, legisladores, empresarios, otras organizaciones, y lo más importante: a los ciudadanos.

Aquí se plantearon varias interrogantes: a partir de las intenciones, qué medios utilizar, qué mensaje difundir, qué es lo que se quería que los medios dijeran del Encuentro y de las organizaciones participantes.

Posteriormente se hizo un trabajo de relación pública con los medios periodísticos para, por un lado, darles a conocer lo que son las organizaciones civiles y sociales y, por otro, para informales sobre la realización del Encuentro.

El logro fue importante, más de 150 medios de comunicación nacionales e internacionales dieron a conocer la información generada durante el Encuentro, dieron espacio a las voces de los miembros de estas organizaciones, lo cual cerró el contacto con los sectores a impactar, y abrió para los periodistas una nueva fuente de información.

Esto dio un importante impulso al sector de las Organizaciones Civiles y Sociales, que

1. comenzó a ser referente informativo,
2. ganó un lugar en la opinión pública,
3. se insertó en las agendas de gobierno, y
4. como consecuencia fortaleció su capacidad de negociación.

En cuanto a la respuesta de organizaciones y ciudadanos, los días del Encuentro se contó con la presencia de investigadores, académicos, estudiantes y ciudadanos no organizados que deseaban conocer de cerca lo que este sector es capaz de aportar para el bien de un país.

- RED MEXICANA DE PROTECCIÓN A PERIODISTAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En los dos últimos sexenios, las agresiones y asesinatos de periodistas en México se incrementaron a niveles preocupantes, tanto que la Sociedad Interamericana de Prensa, SIP, reveló que México se ubicó en el tercer lugar en América Latina en cuanto a periodistas muertos en el ejercicio de su profesión. La SIP aseguró que ha documentado 21 homicidios de comunicadores en México durante los últimos nueve años, superado apenas por Colombia y Guatemala.

Esta situación se ha configurado a raíz de la cruenta lucha entre grupos de poder por mantener sus privilegios, y por la resistencia de caciques regionales a perder sus espacios de control e influencia. Al asesinato y agresiones de periodistas en México también han contribuido la corrupción y el narcotráfico, los cuales no dudan en segar vidas con tal de acallar a las voces de denuncia.

Si bien en México recién se inauguran visos de una transición a la democracia, ello no garantiza que en el breve plazo se puedan desterrar de la vida política y social del país los factores anteriormente señalados como atentatorios contra el derecho a la información y a la libertad de prensa.

Por si ello fuera poco, el gobierno mexicano ha mostrado un nulo interés por crear instituciones que salvaguarden la integridad física de los informadores, y tampoco ha querido iniciar una reflexión pública acerca de la necesidad de reglamentar el derecho a la información, entendido éste como la obligación gubernamental de proporcionarle a la prensa la información que le requiera y de abrirle sus archivos secretos después de un tiempo razonable, como ocurre en otros países.

De allí que diversas organizaciones decidieran conjuntar esfuerzos en aras de la defensa de quienes realizan el recuento cotidiano de la vida pública del país. Así, en el mes de julio pasado sindicatos de medios de comunicación, organizaciones de periodistas, organismos defensores de los derechos humanos y centros de investigación y comunicación comenzaron a trabajar en la conformación de la "Red Mexicana de Protección a Periodistas y Medios de Comunicación", cuyos fines son el constituirse como un ente para denunciar y difundir las agresiones de que sean objeto miembros del gremio, con la intención de impedir que tales acciones queden impunes, como frecuentemente ocurre.

Asimismo, la Red buscará difundir entre los periodistas y trabajadores de los medios cuáles son los derechos fundamentales de los que gozan en la realización de su trabajo, garantizados por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y por el derecho internacional, a la par de orientarles sobre qué hacer en caso de que tales preceptos les sean socavados. Para el efecto, la Red Mexicana de Protección a Periodistas Medios de Comunicación elabora una cartilla de primeros auxilios en derechos de los periodistas, misma que se imprime para su distribución entre quienes laboran en medios de comunicación.

La Red tiene entre sus tareas las siguientes:

1. Intercambiar información en relación con agravios de periodistas.

2. Elaborar un informe bimensual sobre las condiciones en que se desarrolla la actividad periodística nacional.
3. Cuando una agresión sea muy grave y requiera una acción inmediata, se dará respuesta pública a través de conferencias de prensa y otras acciones que sean adecuadas, incluso con alcance internacional.
4. Realizar un seguimiento jurídico de los casos de agresión y censura, a través de demandas interpuestas por los afectados.
5. Elaborar permanentemente un seguimiento periodístico de los agravios a periodistas.
6. Integrar una página en Internet de la Red de Protección a Periodistas.

Los trabajos de la Red van viento en popa, con lo que se tiene la expectativa de que muy pronto la organización de los periodistas para protegerse mutuamente de los peligros que entraña su labor, pueda culminar en un organismo con prestigio nacional e internacional que contribuya además a la transición a la democracia en el país desde el ámbito de los MdC.

- Monitoreo de medios, Alianza Cívica y Academia Mexicana de Derechos Humanos.

Alianza Cívica nace en 1994, como resultado del interés y esfuerzo de ciudadanos y organizaciones por contar con elecciones transparentes y confiables. Este interés se traduce en la elaboración y puesta en marcha de una metodología de observación que se resume en el término de *observación integral*.

Esta *observación integral* y sus formas de instrumentación fueron creadas por prestigiadas organizaciones que aportaron su experiencia en cuanto a observación y lucha por la democracia en el terreno electoral. (Academia Mexicana de Derechos Humanos, Acuerdo por la Democracia, Convergencia de Organismos Civiles por la Democracia, Consejo para la Democracia, Fundación Arturo Rosenbleuth, Instituto Superior de Cultura Democrática y Movimiento Ciudadano por la Democracia).

Realizamos una *observación integral* cuyas etapas abarcan no sólo el día de la elección pues el fraude electoral se realiza en las diversas etapas que componen al proceso electoral, el cual no se suscribe sólo a este día, sino que están determinados por diferentes situaciones como son: los enormes recursos públicos asignados para las campañas de los partidos políticos, la incompleta renovación de los órganos directivos y del personal ejecutivo del Instituto Federal Electoral (IFE), la ausencia de mecanismos para garantizar la equidad en la cobertura de los medios de comunicación y la ausencia de mecanismos efectivos y voluntad política del gobierno para enfrentar el problema del condicionamiento del voto mediante programas, servicios y trámites gubernamentales.

Con el fin de incidir en la limpieza y equidad del proceso electoral se trabaja en la prevención de:

- Actos de parcialidad, irregularidades o mal funcionamiento de los organismos electorales.
- Condicionamiento del voto.
- Inequidad en los medios de comunicación.

El Monitoreo de medios de comunicación se realiza mediante: el análisis cuantitativo y de contenido de noticieros de televisión, radio y espacios de prensa, en diferentes estados de la República Mexicana. A su vez busca ser una acción propositiva ante la ausencia de mecanismos para garantizar la equidad en la cobertura de los medios de comunicación. Las actividades que se realizan son:

- Investigación de la cobertura de las campañas en diferentes medios de prensa, radio y TV
- Informar a la opinión pública sobre coberturas objetivas e imparciales o diferencias y parcialidad de diferentes medios de comunicación.
- Denunciar ante las autoridades electorales los patrones de inequidad y falta de objetividad de los medios de comunicación que caigan en esas prácticas.

Una vez obtenida la información, se analizan las notas informativas identificando en ellas a los actores políticos que se favorecen mediante los espacios asignados, la cantidad de fotografías publicadas, los planos o encuadres principales, así como por el número de menciones que se haga de ellos y la continua presencia de los personajes públicos en los medios informativos.

El procedimiento empleado fue el siguiente :

1. En el caso de prensa se adquirieron los periódicos y se analizaron las notas informativas y las fotografías; en el caso de la televisión y radio se grabaron los noticiarios correspondientes a las fechas del monitoreo, de los cuales seleccionaron las notas informativas relacionadas con el proceso electoral en curso.
2. Se elaboraron manuales de código con las variables para el análisis de contenido.
3. Las notas informativas se dividieron en unidades de análisis (llamadas también unidades de registro) cuyo número dependió del equivalente a actores políticos presentados en la nota.
4. En base al manual de código y criterios previamente establecidos se codificaron las unidades de análisis, y los dígitos obtenidos se vaciaron en una hoja de captura. Esta información se procesó con el auxilio de programas de cómputo. De los resultados obtenidos se procedió a la interpretación.

El análisis se basó en 90 variables que cubren diversos aspectos de forma y contenido de la cobertura de los noticiarios. Las variables se dividen en cuatro campos: las variables físicas, las correspondientes a actores políticos, las de tendencia y las de contexto. Algunas de las variables utilizadas son: fecha, jerarquización, segmento de tiempo en que aparece, duración, tipo de imágenes utilizadas, tipo de planos televisivos, autor, lugar en el cual se genera la información, actores políticos, y de la voz citada, tamaño y ubicación de la nota, forma en que se presenta la información, actos proselitistas, entre otras.

Durante 1997 el Monitoreo de Medios fue llevado a cabo en tres etapas, en varios estados del país, las principales conclusiones a las que se llegaron son:

Notas informativas analizadas en medios impresos:

- El partido oficial (PRI), ocupó el primer lugar en el espacio dedicado a las campañas políticas, en contraste con los dos partidos de oposición más importantes: PAN y PRD.
- No existe equidad a nivel general en el manejo informativo de las campañas políticas en los estados analizados; se detectó una inclinación de los medios a centrar su atención en el PRI a diferencia de la otorgada al resto de los partidos. El PRI superó en una proporción de dos a uno al PAN y de tres a uno al PRD, y en una proporción mayor al resto de los partidos políticos. Este tipo de cobertura no crea condiciones para una competencia equilibrada en un año electoral por demás importante.
- Los partidos minoritarios casi no son considerados en la información presentada por los medios de comunicación.

- Se tiene una práctica común de presentar información que carece de objetividad y equidad entre los diferentes actores políticos.
- Los medios de comunicación realizaron una cobertura insuficiente y desigual del pasado proceso electoral; aunque existen medios objetivos en ciertas partes del país, no se puede hablar de que esta práctica periodística se haya extendido a todo el país y coadyuve a la vigencia del derecho a la información.

Noticieros de televisión:

- Se analizaron 5 noticieros de cuatro estados del país llegándose a la siguiente conclusión: estos noticieros favorecieron ampliamente al PRI y sus candidatos a diversos puestos de elección popular. Por otra parte, los partidos del PAN y del PRD no vieron reflejada su actual importancia a nivel nacional en dichos noticieros.
- Los noticieros de televisión mantienen un perfil informativo propio de una época en la cual el PRI era el partido dominante; tal tipo de cobertura no respeta el derecho a la información de los habitantes del interior del país.
- Mientras los medios de comunicación sigan siendo imparciales, los procesos electorales carecerán de transparencia lo cual representa un obstáculo para el avance democrático.
- Se analizaron también 2 noticieros que tienen cobertura nacional "Hechos" de Televisión Azteca y "24 Horas" de Televisa. El noticiero de Televisión Azteca es más inequitativo y parcial que el de Televisa. El análisis más cuidadoso del contenido de los dos principales noticieros de la televisión mexicana muestra que el PRI y sus candidatos (Alfredo del Mazo) están siendo beneficiados excesivamente (los criterios utilizados para hacer esta afirmación son, entre otros, el lugar que ocupa cada candidato y partido en las preferencias electorales y el número de actos de campaña que los mismos están realizando).

Si bien ha habido avances importantes en las últimas elecciones (1997) en comparación con las de 1994, para lograr que exista equidad y objetividad en el manejo de la información por parte de los medios de comunicación, aún existe un camino que recorrer en este ámbito, en el cual la participación de la ciudadanía ha sido primordial, y ha coadyuvado a que se den las condiciones para un sistema político que busca ser más abierto y democrático, termine de consolidarse.

III. Propuestas para que la comunicación sea accesible para todos.

La distancia entre los medios y la sociedad hace necesario construir una nueva relación, desde la sociedad civil, en lo que se refiere a comunicación y contribuir así a la transformación política, económica y social que se requiere para avanzar en la democratización de México.

El avance democrático que se presenta en la vida política de México hace también necesario que se refleje en los MdC, de manera que se contribuya a un proceso que genere sinergias por la transformación democrática, pacífica y legal.

La construcción de una alianza entre MdC y la sociedad civil puede ser uno de los mecanismos privilegiados para poner fin a los excesos al ejercicio del poder que tiene en la corrupción y la impunidad sus más acabadas representaciones.

En nuestro continente, estas dos prácticas, desgraciadamente son tan generalizadas como el ejercicio de gobierno. En gran medida eso sucede porque no existen contrapesos reales. Esto incrementa la necesidad de mecanismos que generen un

fortalecimiento de la práctica democrática en su amplio sentido y favorecer así la vigencia del Estado de Derecho.

No hay que perder de vista que los partidos políticos son indispensables para la vida política, de hecho constituyen la mejor opción – tal vez la menos peor – para la competencia civilizada por el ejercicio del poder en el gobierno. El punto está en como se establece una relación con gobierno y sociedad, gobierno y MdC donde en realidad los gobernantes sean en realidad servidores públicos y para esto no importa ni el color del gobierno, ni el partido que esté detrás.

En este contexto la alianza entre MdC y SC puede contribuir significativamente a que se pueda dar una práctica de democracia que vaya más allá de las urnas, es decir, en la implementación de un sistema cotidiano de relación democrático entre los diferentes componentes de la sociedad, donde el sentido real sea la vigencia de los derechos plenos de los y las ciudadanos(as.)

Este proceso tendría entonces una doble dinámica, por un lado, se trata de atender los requerimientos de la sociedad civil para que tenga mayor impacto a través de los MdC nacionales y extranjeros, mejorando la relación con éstos y la comunicación entre las organizaciones propias de ella y; por el otro, atender la necesidades de los MdC nacionales y extranjeros sobre la información y propuestas provenientes, pues ciertamente los requerimientos en cuanto a tiempos, formatos y códigos deben ser atendidos o simplemente no habrá espacios.

Desde mi punto de vista, actualmente la gravedad de la crisis social exige fortalecer los procesos de comunicación entre las diferentes organizaciones y las distintas regiones desde donde se están construyendo alternativas. Si tenemos la capacidad de entrelazar las redes sociales para conocer qué y cómo hacer algo con respecto a los problemas de este momento, con respecto a los nuevos proyectos e iniciativas, muy probablemente podremos unir esfuerzos en la construcción de un México más justo, más plural y democrático.

Esto exige proporcionar a las nuevas y pujantes iniciativas de sociedad civil elementos informativos y de análisis para impactar los medios nacionales, del interior del país y del extranjero. Es decir, se necesita abrir y consolidar nuevos espacios en los MdC.

Esta propuesta facilitaría a los MdC obtener información proveniente de la sociedad civil organizada que no pueden obtener por las vías oficiales ni por los medios convencionales. Pero para ello resulta necesario tomar en cuenta los requerimientos de los propios MdC: formatos, contenidos e imagen, información sistemática y propuestas sólidas (muchas veces con cierta trayectoria).

Lo anterior significa colaborar en la construcción de un tejido social necesario para la construcción de una sociedad mucho más fuerte y activa, como sucede en Europa, Estados Unidos o Canadá. Ello implica incorporar nuevas experiencias de dentro y fuera de México, de manera de que se puedan aportar diferentes y novedosos elementos en este proceso, donde el intercambio con los países de América Latina resulta vital.

La Alianza entre MdC y SC, no sólo es posible sino necesaria para la construcción un sociedades mucho más democráticas, donde la justicia y la dignidad no sean solamente una utopía.

Emilio Alvarez Icaza Longoria