

MESA TRES

LA COBERTURA DE LAS CAMPAÑAS EN RADIO



Moderador:

**Lic. Jesús Cantú
Escalante**

CONSEJERO ELECTORAL.

Ponentes:

Ing. Pedro Ferriz de Con

VICEPRESIDENTE Y CONDUCTOR DE
IMAGEN INFORMATIVA.

**Lic. Ricardo Rocha
Reynaga**

PRESIDENTE DE LA AGENCIA
DETRÁS DE LA NOTICIA.

**Lic. Fernando Mejía
Barquera**

COLUMNISTA DEL SEMANARIO
ETCÉTERA Y COLABORADOR DE
MILENIO DIARIO.

LIC. JESÚS CANTÚ ESCALANTE:

Cada uno de los ponentes participará con 20 minutos en su ponencia y, posteriormente, se abrirá un espacio de una hora, en términos generales, para las preguntas, para los cuales les harán llegar las distintas tarjetas. Les solicitamos que establezcan, obviamente, la pregunta y a quién se la dirigen, para efectos de que puedan responderla.

Sin más, pues le cedo la palabra al ingeniero Pedro Ferriz de Con. Él es ingeniero civil, egresado de la Universidad Iberoamericana, curso la maestría en matemáticas aplicadas en el Fleming Collage de Lujano, Suiza.

Todos conocemos su larga trayectoria como conductor y como vicepresidente corporativo de MVS Noticias, y actualmente es vicepresidente de noticias y conductor de la Primera Edición de Imagen Informativa. Muchas gracias, adelante Pedro.

ING. PEDRO FERRIZ DE CON:

Muchas gracias Chuy. Muchas gracias, señoras y señores, jóvenes que están aquí en el IFE, a todo el auditorio de Edusat: Yo quisiera irme por conceptos para que, sobre de ellos ustedes los captaran y después, de ser posible, hubiera algo de refriega o batalla, para que de aquí salga algo interesante por los ponentes que están conmigo, que son gente interesante. Yo estoy seguro que podremos sacar algo trascendental de lo que para nosotros es nuestra vida, que es la radio y la difusión de mensajes a través de ésta.

Lo primero que quiero decir, es que ubico a la información electoral como un asunto educativo, incluso antes que su carácter informativo. Desde mi muy particular punto de vista, en este país tenemos que hacer un proceso informativo para educar en función de los procesos electorales.

Los medios de comunicación hoy tenemos un compromiso fundamental, más que con la verdad -que la verdad pues, cada quien trae la suya-, tenemos un compromiso con la realidad, es decir, la realidad que son factores reales que se están dando en los partidos políticos, en los actores políticos y que cada quien plantea su realidad, no forzosamente es la verdad la que plantean, pero nosotros tenemos la obligación de llevar esta realidad que se está presentando dentro de los factores políticos de nuestra sociedad a la sociedad misma.

Siempre que se habla de la neutralidad que tienen que tener los medios de comunicación se piensa en los que estamos al frente de la responsabilidad, que si Ricardo, que si López Dóriga, que si Memo Ortega, que si Jacobo, que si los que estamos aquí al frente de la cámara o al frente del micrófono, pero ¿qué es lo que pasa en la operatividad de los medios de comunicación? Son los comentaristas o las líneas que siguen los comentaristas, las que realmente propician las políticas en los medios de comunicación, es decir, somos los intérpretes de la información los que realmente traemos la línea y la dictamos, o recibimos línea de otras partes, dentro de lo que es la conformación de los medios de comunicación, y bueno si es que recibimos línea, se ha modificado esta estructura, la seguimos recibiendo o ya hoy podemos hablar libremente en los medios de comunicación, en este caso electrónicos.

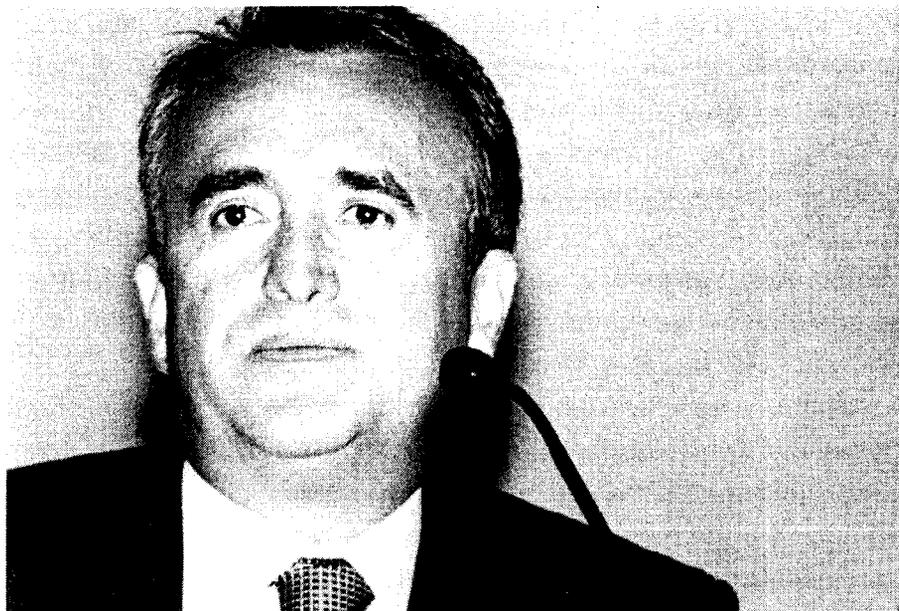
¿Quiénes nos hacen seguir las líneas políticas en nuestro trabajo? O lo diría de otra manera, si acaso la seguimos, la seguimos con gusto, o lo que es todavía más interesante, si en caso de que las tuviéramos que recibir, nos da gusto recibirlas hasta el punto en que rechazamos recibirlas. Estamos conscientes los actores en los

medios de comunicación, los que salimos en el micrófono y en la cámara, estamos conscientes de que estamos viviendo como país un proceso, en donde adentro de los medios de comunicación, en donde entendemos que hay reglas, podemos nosotros hacer un trabajo para matizar las reglas y dedicarnos a un proyecto periodístico, estrictamente periodístico.

Cuando fallan los medios de comunicación, ¿qué es lo que falla en los medios de comunicación? los intérpretes de los medios de comunicación o el medio de comunicación en lo general. Y si estoy adentro de un medio de comunicación, voy de acuerdo con ese medio por el hecho de estarlo o estoy bajo protesta, trabajando en un medio de comunicación; yo, como intérprete de lo que tengo que decir, desde el punto de vista político.

El ejemplo, pues, yo puedo hablar del mío, de lo que me ha pasado y me ha tocado vivir en mi vida como comunicador. Hoy puedo decir, sin ser un francotirador, sin estar y pertenecer a un grupo de francotiradores, que no tenemos en el medio en el que yo trabajo un proyecto político, tenemos un proyecto periodístico que no responde a presiones, que no responde a tendencias y que nos costó mucho trabajo llegar a tenerlo a lo largo de los años.

Sin voltear al espejo para encontrar la autocensura, este concepto me lo van a poder entender mejor los comunicadores, eso de estar hablando y volteando al espejo para ver si en algún momento alguien me va a decir "oye te pasaste", o estar dando más de aquello que damos, sin esperar la complacencia del poder; es un asunto muy importante que deben superar los medios de comunicación. Hemos podido trabajar en un proyecto eminentemente periodístico, educativo, creemos que plural, libre de compromisos y pretendemos valiente.



Pedro Ferríz de Con durante su participación.

Porque para trabajar en un medio de comunicación y evolucionar en él, se necesita valor. Puede ser un valor agregado, pero finalmente es un valor. Y el valor parte dentro de nuestra estructura mental; de una actitud que debemos de tomar.

Hoy, ante el IFE, en donde nos encontramos de cara a la sociedad, en especial de cara a la juventud, puedo decir que trabajo en un medio libre, cosa que para los que estamos en este negocio podemos entender que éste es un asunto, que para decirlo, nos costó muchísimas décadas el poderlo digerir, aglutinar el esfuerzo de diferentes grupos de periodistas y poder llegar a decir: hoy en México hay medios periodísticos totalmente libres en los espectros electrónicos.

Entiendo que el IFE está tratando de promover igualdad en tiempos de aire para los diferentes partidos políticos, tiempos similares para los contendientes.

¿Hay formas de favorecer a algún partido político, a algún candidato, dentro de esos tiempos, en donde se supone que estamos dando

porcentajes similares? Por supuesto que sí, ya aquí me lo dijeron: los mejores horarios.

Yo puedo hablar de un candidato a las 2:00 de la mañana en viernes, a algunos los voy a agarrar borrachos. No creo que crudos, todavía es muy temprano a las 2:00 de la mañana, pero sí los puedo agarrar en un momento de debilidad, a lo mejor dedicados a otras cosas, pero puedo favorecer a algunos candidatos sobre otros, simplemente con el solo hecho de poner la información de un partido político a una hora diferente que otro.

Puedo hacer que el mensaje de uno, en lo particular, esté más pegado al cierre de un concepto o de un proceso electoral.

Antes de que terminen estas campañas políticas, fíjense quienes son los últimos que van a los programas antes de que termine la posibilidad de que hagan proselitismo, fíjense quién cierra dentro de los partidos políticos y los candidatos.

La forma de cuestionar las propuestas políticas, se puede uno poner de tapetito, con un

letrero de bienvenida aquí en el saco y esa es una forma directa de poner, dentro de los mismos tiempos, beneficiar a un candidato, a un partido político.

Entiendo bien lo que el IFE está proponiendo al decir: queremos tiempos iguales para los partidos políticos y los candidatos, básicamente porque venimos de un México en donde no había esa igualdad y como en efecto pendular, si estábamos en un lado del espectro y veíamos que antes había un partido político y un candidato al que se le beneficiaba; hoy, en este momento pendular queremos, en el escrúpulo de cumplir con justicia, queremos ahora ver que los partidos políticos todos tengan oportunidades, por lo menos en tiempos iguales, para que se pueda llevar a cabo un principio de equidad.

Lo que pasa, los que veníamos viendo es que veníamos de un proceso de profunda inequidad, y estamos tratando de zanjar el camino para encontrar algo que a la sociedad mexicana y a los actores políticos, todos, les complazca desde el punto de vista de la igualdad de oportunidades.

Es obligación de los medios de comunicación resaltar el conjunto de ideas que se proponen en las campañas políticas y estamos cometiendo un error.

Va un candidato, va a un evento, lo cubre la fuente de diferentes periodistas, de diferentes medios de comunicación, el candidato da su propuesta y entonces se esmera durante 45 minutos en decir “mi partido propone esto y esto y esto”, mil cosas. Y luego sale, y en una entrevista aquí afuera del auditorio, cualquiera que sea, no quiero decir que éste sea, sale y entonces le dicen los reporteros al candidato: “oiga, ¿ya supo lo que dijo de usted fulanito de tal?” “No, hombre, ¿qué dijo?” “Dijo que es usted quién sabe qué y que es usted quién sabe qué” “No, hombre, pues yo

pienso que fulano, mengano y perengano es tal y tal y tal” Y entonces, empieza la campaña de contestaciones.

¿Qué pasó con la oferta que el señor vino a hacer en un evento político, en un momento determinado? Se perdió. ¿Por qué? Porque la nota va a ser lo que contestó afuera, es decir, nos vemos en el baño, vamos a agarrarnos a trancazos.

En ese momento la campaña deja de ser propositiva y se vuelve en contestataria, todos contra todos.

Decía el “Güiri Güiri” el otro día: “sí, señores, parece que fulano de tal candidato va a dejar de hablar mal de mengano, de tal candidato, porque parece que se quedó afónico”. Esa sería la única opción para que dejara de hablar mal del otro. ¿Por qué? Porque a veces los propios medios de comunicación somos los que nos encargamos de amarrar las navajas, asunto que deberíamos de reflexionar, porque en el fondo no creo que las campañas hayan dejado de ser propositivas, sino más bien creo que el enfoque de los periodistas ha hecho que las campañas se conviertan en contestatarias.

Es momento de que la información se vuelva, por parte de los medios de comunicación, un proceso de jerarquización, en donde veamos dentro de todo lo que tenemos que dar de los candidatos, de sus partidos políticos y de las campañas, qué es lo que más le podría beneficiar a la sociedad mexicana el escuchar.

¿Valdría la pena dejar lo espectacular a un lado, aunque sabemos que desde el punto de vista de espectacularidad es mucho más fácilmente consumible por parte de la sociedad, aquello que resulta contestatario, que aquello que resulta propositivo? Es un aspecto que deberíamos de reflexionar.

En apariencia, el ingrediente parece atractivo; en el fondo, acaba por desorientar, acaba por aburrir a algunos sectores de la población. Se convierte en un asunto que para la opinión pública incipiente, no sirve para mejorar la estructura de la propia opinión pública que, después de todo, es incipiente por algo muy sencillo: los procesos democráticos en México empiezan hoy, y al no haber ejercitado durante décadas la acción política, nuestro país, la opinión pública supuesta, no ha ejercido, por no haber ejercitado el proceso del ejercicio del quehacer político, no hemos hecho músculo político, y hoy tenemos una magra opinión pública entre nuestra sociedad.

La palabra que tenemos que recordar constantemente sociedad, medios de comunicación y partidos políticos, constantemente habría que repetirla, es la palabra respeto. Tenemos que aprender los mexicanos a entender que no forzosamente pensamos en lo mismo, que no forzosamente tenemos la solución para el mismo problema, la misma, pero que tenemos que respetar las propuestas de los demás, si es que éstas llegan a tratar de aportar a una mejor fórmula de convivencia entre los mexicanos.

Si eso es de un partido político abismalmente diferente a otro, una coincidencia, debemos de aprender -creo- a respetarla.

Hemos hablado últimamente, y creo que más adelante se hablará del tema, yo solamente quiero mencionar, que dentro de la información de encuestas que se da, dentro de la información política se da, se da la información de encuestas. Ojo con las encuestas y ojo con la forma en la que a veces éstas se interpretan, o a veces éstas se callan.

Entiendo que hoy enfrente del Instituto Federal, se ha dicho en el Instituto Federal Elec-

toral, en foros parecidos a éstos, que pareciera que los medios de comunicación ya tenemos un candidato; se ha dicho que los medios de comunicación, a partir de comentarios del propio IFE, al parecer ya tenemos un partido político que apoyar.

Quiero decir ante ustedes, ante la sociedad, que esto me da mucha vergüenza, el que esto se diga, o incluso se llegue a pensar de medios de comunicación. Entiendo el antecedente, más hoy estoy convencido de que las condiciones que tienen que prevalecer deben de ser totalmente diferentes.

Tenemos que encontrar fórmulas en los medios de comunicación en donde los concesionarios de los medios de comunicación asumamos nuestra responsabilidad ante la sociedad. Ya no tenemos responsabilidad con el poder, tenemos responsabilidad con la armonía en el poder, mas no tenemos responsabilidad hacia el poder, y la armonía con el poder está en la sociedad y no en el poder.

¿Qué nos ha llegado a pasar en otros tiempos? Recuerdo tiempos idos, un Subsecretario de Gobierno de la Secretaría de Gobernación me dijo: "Hoy empiezan las elecciones, los procesos electorales, a partir del día de hoy solamente un partido político", me dijo y me lo mencionó.

Hay hoy todavía la posibilidad de intimidar a nuestros corresponsales nacionales de manera directa, de parte de gobernadores. Hay la tesonera labor de los personeros del poder que en algo que se llama dirección de comunicación social presionan a los reporteros de la fuente, por arriba de sus posibilidades, los puentean para tratarlos de callar a nuestros reporteros, para tratarlos de remover, para tratarlos de limitar, y eso sí no lo tratan, para castrarlos. Eso se da todavía en México.

Se van a reír, pero me ha llegado a pasar que en una estación determinada de las que conforman nuestras redes nacionales en la República Mexicana, me han llegado a quitar del aire cuando hablo específicamente de algo que tiene que ver con un proceso que en ese estado interesa; el que no pase y me suplen por música clásica en lugar de mi mensaje, cosa que me pone en un enorme reto, porque me enfrentan a Mozart y a Beethoven y a veces a algunos de los clásicos light, que me hace que el compromiso sea menor.

Pero es lamentable que a veces el compromiso de los radiodifusores llega a estos niveles tan burdos, tan intransigentes y tan poco calificables, o que no es posible calificarlos en un medio como en el que hoy me encuentro.

¿No se acaba de dar el caso de un gobernador interino, que fue acusado de haber presionado a los medios de comunicación en su estado para que favorecieran a un candidato y a un partido político específico?

Yo me pregunto, y ahora que hablo de este proceso político, el último, éste, el de la presión, ¿por qué los medios electrónicos no dieron a conocer, con las limitaciones de las encuestas, ganadores y perdedores en el debate? ¿Por qué solamente hubo un par de medios que lo hicimos? Y yo me pregunto, ¿por qué las preguntas de los medios de comunicación electrónicos abiertos fueron tan aguerridas, como decir, así como la gran pregunta “vio usted el debate”? El 85% de la gente lo vio, qué barbaridad, qué parteaguas en la historia de la vida política en México, qué pregunta tan profunda, “¿vio usted el debate?”

O bien otra, “después de haber visto el debate, ¿cambió su punto de vista acerca de cuál será su candidato en el proceso electoral?” Qué

diferencia es decir eso, a decir ganó fulano. Yo dije hace seis años en mi medio de comunicación “ganó Diego Fernández de Cevallos” y Diego no gobernó durante los seis años subsecuentes; no pasó nada porque dijéramos quién había ganado el debate hace seis años. Pero parece que esas cosas siguen dando mucho frío y mucho de qué hablar.

Solamente una última reflexión, que tiene que ver con las decisiones potenciales, política por encima de la ley.

En los próximos tiempos vamos a ver muchas decisiones que se tendrán que tomar, que muchas de ellas, los politólogos nos dirán: es que esto va en función de una decisión política. Y esa decisión política no tiene un fundamento de ley; si tiene un fundamento de ley esa decisión política que debamos de ver tomada, aceptar que se tome, si va por encima de la ley; si no superamos este aspecto, me da la impresión de que no vamos a evolucionar como país. Primero es la ley y después todo lo demás.

Hace mucho le aprendí a sir Winston Churchill, que tenía unas frases maravillosas, y dentro de ellas, le aprendí una que es parte de lo que hoy rige las estructuras de pensamiento en algunos que trabajamos en los medios de comunicación, decía Churchill: Apuesta más de lo que puedas perder y aprenderás el juego.

Yo lo que tengo que perder es muy poco, es nada más lo que he ganado en toda mi vida, pero lo que puedo, sobre lo que apuesto ganar es un México democrático, un México libre, un mexicano consciente, lealtad con el auditorio y que en mi país haya un proceso de ley y de justicia.

Me da la impresión de que para que haya una contienda equitativa, para que ganen los mejores, a decir de la sociedad, para que no nos den gato

por liebre, el IFE tiene que ser muy cuidadoso.

Cuiden mucho las actas hacia el final de la elección, cuando se entreguen, cuiden su transporte, sean escrupulosos. Hoy es de la ciudadanía el IFE, cuidemos ese momento para que no haya escepticismo de la sociedad, que digan: ¿qué pasó con las actas en las últimas ocho horas?.

A los funcionarios de casilla les pido pulcritud; a las autoridades orden, es lo único que pueden dar; a los medios de comunicación, que estén presentes, que sean testigos; al ciudadano, que no se ausente; a los ganadores, que ganen con humildad; y a los perdedores, que pierdan con grandeza.

Muchas gracias.

JCE: A continuación, el señor Ricardo Rocha Reynaga. Él es licenciado en Administración de Empresas por la UNAM, ingresó a Televisa desde su fundación como tal en 1972 y todos conocemos su trayectoria como redactor, reportero, corresponsal de guerra, productor y conductor de programas; en 1999 se separa de Televisa y funda su propia agencia informativa Detrás de la Noticia.

LIC. RICARDO ROCHA REYNAGA:

México vive todavía en el agravio. ¿Son ya 70 ó nada más 60 millones de pobres? ¿Son ya 29 ó nada más 25 millones de mexicanos sumergidos en lo que el eufemismo llama la pobreza extrema y que en cristiano se llama miseria? ¿Sabremos algún día la verdad y se castigará a los culpables de Aguas Blancas, Acteal, de Colosio?

Las respuestas a media sonrisa o la desmemoria total, podrían convertirnos en un país de cínicos.

En contraste, vivo y palpo el aliento de la esperanza, el sueño de lo posible, los vientos del cambio, y los percibo provenientes no del gobierno, no de los candidatos, no de los partidos políticos, ni de los medios de comunicación. Hoy, por vez primera, en mucho tiempo, los cambios que todos deseamos parecen fluir de la base y ya no de la punta de la pirámide del poder.

La sociedad mexicana de hoy lo puso día a día en las emisiones de radio y responde a esos agravios y lo hace con responsabilidad, con madurez, pero también con pleno convencimiento, con vigor, decisión y valor.

Hoy cuando parece reinar la incertidumbre, sólo podemos estar ciertos de un hecho incontrovertible, a lo largo de todos estos años el gran aporte a la vida nacional es la conformación de una sociedad cada vez más informada, más responsable y más participativa que exige con toda justicia las condiciones indispensables para la convivencia en estos tiempos: respeto, tolerancia, congruencia y honestidad.

Y la meta más acabada de esta sociedad, meta intermedia, que no final, porque todavía estamos en el tránsito democrático es, sin duda alguna, esta institución en la que hoy estamos, un órgano al fin ciudadano.

En los que conforman esta sociedad que intentaba describir, en estos ciudadanos participativos, veo, escucho a la verdadera conciencia de la nación, a la que en verdad debemos escuchar y atender todos quienes tenemos el privilegio y la responsabilidad enorme de participar en un medio de comunicación.

A estos mexicanos sedientos de paz y justicia, diría Luis Donald 13 días antes de que lo ejecutase el poder, les indigna que los intereses particulares se coloquen por encima del

bienestar general. Me resulta insoportable que la corrupción se imponga a los principios. A estos mexicanos les ofende que el secreto oculte la transparencia que debiera ser consustancial siempre al ejercicio político.

Hay muchas voces que deben ser oídas, los marginados, el sector académico, las organizaciones no gubernamentales, aquellos que no pueden ofrecer recursos o favores o prebendas oposiciones.

Pero ¿a quiénes tendríamos que oír necesariamente, si es que queremos seguir atendiendo este mosaico complejo y maravilloso que es la sociedad mexicana?

Hay que reconocer que los medios hemos contribuido a querer, o no, y ésta es una de las muchas facturas que le debemos a la sociedad, en difundir solamente la verdad oficial y la de aquellos que tienen alguna fórmula del poder, es uno de nuestros múltiples pecados.

El tiempo mexicano en particular, el tiempo político se ha acelerado y la coyuntura ofrece hoy un panorama de desacuerdos revestidos de lo imposible.

El vértigo de las transformaciones no deja tiempo para madurar protagonistas ni instituciones, los beneficios en disputa, no siempre identificados con los intereses generales de la nación, generan discordias, enconos y propician conjuras, temores y hasta de vez en cuando negociaciones.

Los delincuentes de cuello blanco pasean su impunidad en los lugares de la gente bien y los responsables intelectuales de masacres, que son una vergüenza en la historia de la nación, siguen inaugurando discotecas en Acapulco.

Si el panorama nacional, si el panorama social se plantea como un reto gigantesco, el espectro político que estamos viviendo en este

proceso también está marcado por el contraste, desacuerdos irreconciliables, alianzas de lo que pudo haber sido y no fue, y arreglos de última hora que prueban que dos más dos no son necesariamente cuatro, o que somos mucho más que dos, diría el maestro Gilberto.

En este ámbito de intereses políticos y económicos, de dinero pues, llamemos a las cosas por su nombre. Se viene dando, sin embargo, una revolución silenciosa, que es la de una sociedad cada vez más sensible, más enterada, más participativa y con toda razón más exigente.

Un protagonista colectivo que va siempre adelante de los propios partidos políticos, de los medios de comunicación y, por supuesto, de los gobiernos en todos los niveles.

De esta sociedad, es de donde yo aprendo todos los días, gracias a esta sociedad me siguen doliendo los rezagos y mantengo viva la capacidad de asombro, para advertir también las buenas, ricas y sabrosas cosas que nos trae este nuevo tiempo mexicano.

Desde mi perspectiva de reportero, veo a México todavía con optimismo, y veo todavía un país lleno de oportunidades, vislumbro retos pero no utopías, y creo que la transición va inevitable, aunque a veces lentamente, dolorosamente vamos caminando por la aceptación de lo que ahora somos y de lo que en realidad siempre hemos sido, pero que nos negábamos a reconocer por la falta de valor para mirarnos de frente ante el espejo. Estamos por fin, dejando atrás viejas ideas, viejos moldes, viejos paradigmas, para empezar a reconocernos como una sociedad diversa y ya no homogénea, con diversidad étnica y no la raza de bronce única, que proclamaba Vasconcelos.

Con capacidad para poder encontrar arcoiris, aun dentro de los colores de los partidos,

descubrir que es mucho más divertido ser diferente, no estoy hablando nada más del sexo. Que elegir es camino y no pesada obligación; que ya nadie tiene la verdad absoluta; que ningún periodista es portador del evangelio; que el dedo aquel, ya no es tan poderoso; que el dedo en el selector, cruzando la boleta, es de verdad la democracia; que por mandato ciudadano suman cada vez más los gobiernos divididos, sin que haya estallado la violencia en estado y municipios, que todo es discutible; que ningún medio, por poderoso que sea, puede asumirse ya o ser acusado de monopolizar el auditorio.

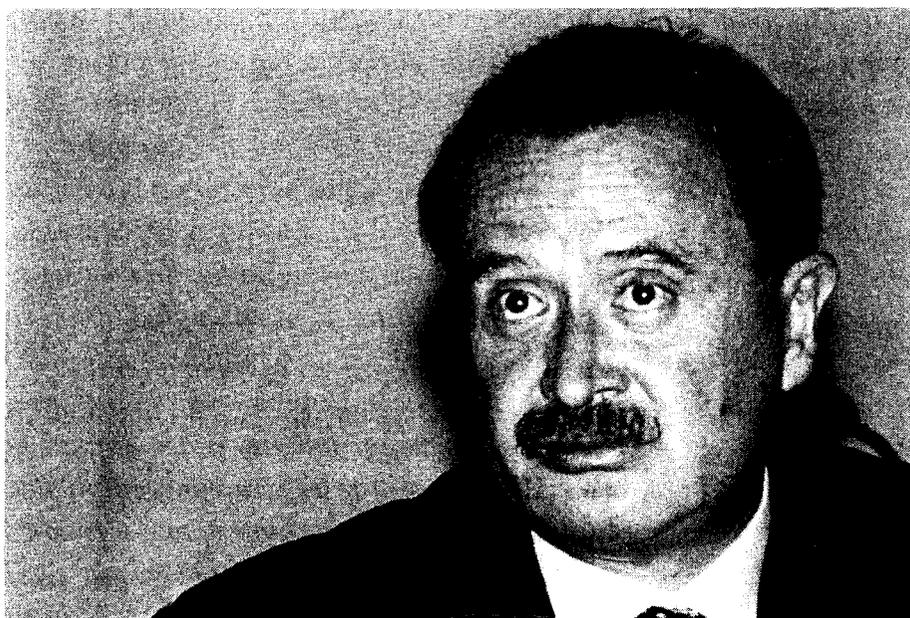
Que el credo civil que más me gusta, matarilirilón, es el de la tolerancia, para reconocer que hay otros que no piensan como yo, que hay otros que no creen en lo que yo creo, que puedo unirme a los diferentes y abrazarme a ellos en nuestra intención común por México, que los diversos podemos construir juntos el propósito común, el acuerdo en lo fundamental.

Tolerancia para hacer a un lado mi soberbia y mi estupidez y mi afán de querer imponer y

controlar, como si realmente pudiera hacerlo. Tolerancia siempre inteligente, para acabar de entender de una vez por todas que la audiencia, los otros, esos a los que llegamos ya no son más la masa maleable, sino son audiencia, son base pensante y actuante. Tolerancia para saber lo que creemos bueno para intentar correr el riesgo de buscar y hasta encontrar lo que puede ser mejor. Tolerancia para acabar de entender de una vez por todas que sólo la diversidad nos puede integrar a todos.

Esta es mi lectura de la realidad del México de hoy y ésta es la razón fundamental que nutre mi optimismo: aceptar nuestra diversidad como el único camino que paradójicamente puede llevarnos en este país a la unidad.

Cierto, podríamos preguntarnos: ¿para qué a de servirnos la unidad en la diversidad? Y yo diría, que para salvar al futuro. Y yo diría, a riesgo de parecer cursi, que para salvar a nuestros hijos y a los hijos de nuestros hijos, para salvar también ya desde ahora a los que mueren todavía en la pobreza extrema, a los que todavía viven en la



Ricardo Rocha durante su participación.

oscuridad del analfabetismo, en la frustración del desempleo, en la incertidumbre del mañana, en la cancelación del futuro y de los años que vendrán.

Y en esta hora de México los medios tenemos retos gigantescos, pero salvables. Y hablo de desafíos ya no del 2000 ó del Tercer Milenio o del Siglo XXI, hablo de desafíos del aquí, del ahora, de desafíos que tenemos que enfrentar en el programa de mañana por la mañana o en el de esta noche, o en el de esta tarde, o en el que empieza dentro de una hora al mediodía, donde los medios tenemos que hacer ya nuestra tarea.

Lejos de la uniformidad que dictaba el autoritarismo, los medios debemos reflejar hoy la diversidad; micrófonos, pantallas y páginas deben estar abiertas a la pluralidad, por convicción o por conveniencia. Ojalá fuera por lo primero, pero si no, aunque fuese por lo segundo. Informando, sí; abriendo, sí; cronicando, sí; pero también indagando, también descubriendo, también convocando, también denunciando, también opinando y también comprometiéndonos con el tiempo que nos tocó vivir.

Y también, por supuesto, insisto una y otra vez, dándole voz a los sin voz; micrófonos, pantallas y páginas abiertas a la pluralidad. Y hacerlo con hondura, porque la dureza de los problemas que enfrentamos no permite veleidades.

No le podemos seguir dando tanto espacio a la frivolidad, no le podemos seguir sacando la vuelta a la verdad, como dice mi adivino de cabecera de la esquina, frente a la Siberia, en Coyoacán.

Hablemos sin temores, tenemos que abrir nuestros espacios al debate. Y cuando hablo de debate, no hablo del o los debates, hablo del de-

bate permanente, de las ideas, de lo que nutre nuestra esencia, nuestra cultura, nuestras raíces, el conocimiento de nuestra historia y el compromiso con la gente que está esperando en la calle el microbús.

Tenemos una sola opción: confiar en la civilidad de la política o atenernos a las consecuencias de otras vías. Debemos firmar, pues, ya el compromiso de la equidad.

Juntos, con la sociedad, el IFE, los partidos, tendremos que restaurar el valor de los valores.

Nada hay tan riesgoso, como el acontecimiento que me ocurrió recientemente cuando un estudiante me dijo: “¿eso del patriotismo no le suena bastante cursi?”.

Sobre esta base tenemos que correr juntos los riesgos de la confrontación y el debate. Las recompensas siempre valdrán el arrojito. Y para este propósito, contamos hoy con un medio formidable, que si no existiera, sería de verdad un gran invento.

Cuando me apuran a describir la radio, sobre todo con el rollo aquel, de que no extraña la televisión y no le parece muy poquito el radio.

Hago una paráfrasis de lo que alguna vez me contó don Juan Grijalvo, ese editor formidable que inventó la editorial que lleva su nombre, cuando me hablaba del libro y me decía que si el libro no existiese y se inventase en estos tiempos, a pesar de la computadora, sería un gran invento, porque tiene enormes ventajas que no tiene ninguno de los otros medios ya existentes, se puede marcar, se puede ir mucho más rápido incluso que una computadora, de una página a la otra, no le afecta ni el frío ni el calor, se le puede llevar abrazado a cualquier parte y como los buenos amigos, no reclama cuando uno deja de verlo durante meses o años y de pronto lo vuelve a tomar.

Cosas parecidas podría yo decir de la radio, está siempre con nosotros en cualquier lugar, nos puede sorprender felizmente hasta en lugares no santos, es un medio de comunicación que nos permite la alternancia con el auditorio, nos permite la posibilidad de poder enlazar y armar un debate de ideas, un debate rico en cualquier instante, en donde podemos tener a un señor que está en su casa, otro que está tomando un avión en el aeropuerto y a otro que está en plena campaña política; pero sobre todo, tiene la enorme ventaja de la retroalimentación con la audiencia, por lo cual se vuelve un medio de diálogo permanente.

Alternancia no era la palabra, estoy obsesionado tal vez por los estudios de lo que puede ocurrir en estos tiempos, pero bueno, nos permite alternar con la audiencia. Y este medio dúctil, ágil, dinámico y accesible pareciera, pues, hecho para la democracia.

Me parece que en este sentido lo más apasionante que podría decir es que ciertamente no hay, por la inmediatez, por sus características, un medio en principio más democrático que la radio.

En este presente del tiempo mexicano, es convicción que la radio y los periodistas de radio, como los periodistas de televisión y de prensa también, con sus peculiaridades, tenemos tareas muy concretas, enumero algunas: ejercer responsablemente la libertad de expresión, debatir y hacer entender que el debate es un medio de cohesión y no de escisión, ser herramienta para el cambio social en beneficio de los más y servir como instrumento de la justicia social.

Concluyo, bien sabemos que la democracia nunca ha tenido un floor manager tan de lujo como en esta ocasión.

Bien sabemos que la democracia no es todo, pero sí podemos afirmar que es el principio indispensable, el sueño posible, y en eso estamos.

En el grado que se quiera ver, según la óptica de cada quien, vivimos una transición democrática, lo menos que se merece este país.

La pregunta es si podemos aspirar también a una transición política que nos lleve a una auténtica reforma del Estado, con equilibrio real de poderes, con equitativa distribución de la riqueza, con rendición de cuentas de los gobiernos, no como una graciosa concesión, sino como una obligación cotidiana; una transición política en donde la corrupción y la impunidad sean excepción y no regla, con medios libres y no bajo amenaza, con libre y equitativo juego de partidos, con un gobierno comprometido y vigilado desde la sociedad a través de los medios, gane quien gane el 2 de julio. Creo que es un sueño pero es posible y es factible alcanzarlo, y ello dependerá de todos y cada uno de nosotros.

Gracias por escucharme.

JCE: Muchas gracias, Ricardo. A continuación el licenciado Fernando Mejía Barquera. Él es Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Presentó la tesis "La Industria de la Radio y la Televisión y la Política del Estado Mexicano. Orígenes y Desarrollo", que fue aprobada con mención honorífica. Es autor y coautor de varios libros, así como ha participado en distintos proyectos de investigación. Actualmente colabora en la sección Tendencias de Milenio Diario y escribe la columna Intermedios en el semanario Etcétera. Adelante, Fernando.

LIC. FERNANDO MEJÍA BARQUERA:

Muchas gracias. Hace veinticinco años, en octubre de 1975, el entonces candidato a la

Presidencia de la República José López Portillo y el Presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión, Emilio Nassar Hamse, sostuvieron este diálogo durante una ceremonia en la que los concesionarios de medios electrónicos fueron a manifestar, como se decía en aquella época, su adhesión al abanderado del Partido Revolucionario Institucional. “Con toda la sencillez y franqueza con la que hablamos, señor candidato -dijo Emilio Nassar-, cuente usted con nuestros medios para ayudarle en lo que usted considere conveniente, así de sencillo es nuestro ofrecimiento” Y López Portillo respondió “con la misma sencillez con que se dicen las cosas importantes, acepto ese ofrecimiento tan generoso de mis amigos los radiodifusores, cuento con ustedes en la campaña, a cada casa que ustedes me abran yo asistiré, cuento con ustedes en el surco, en el ejido y con su voto en su oportunidad, y sobre todo después, si el voto del pueblo me eleva al puesto supremo de este país, cuento con ustedes en el acto de gobierno”.

Así eran las cosas en materia de participación de medios electrónicos en los procesos electorales en 1975, pero también fueron de esa manera antes, a partir de 1929 y después, por lo menos hasta 1994. Y en esa atmósfera político mediática, en la que el PRI era el único o casi el único partido existente en la radio y la televisión, crecimos varias generaciones de ciudadanos.

Hoy las cosas están cambiando. En el curso de un lustro, el país está teniendo que aprender de prisa en un proceso a la vez contradictorio y fascinante: cómo hacer que los medios se involucren con ánimo democrático en la disputa electoral. En otras palabras, cómo hacer que en el tratamiento de las campañas proselitistas prevalezcan la equidad, la ética periodística, el

compromiso de actuar como medio de información y no como apéndice proselitista de algún partido.

Es un hecho que la cobertura informativa de las campañas electorales en los noticiarios radiofónicos, que es el objeto de esta mesa, ha cambiado de manera importante, y que ese cambio comenzó a gestarse a mediados de la década de los noventa cuando ocurrieron al menos cinco acontecimientos, que enumero: uno, la añeja demanda sostenida por la oposición y diversos sectores sociales en el sentido de que los medios estuvieran abiertos a diferentes posturas políticas, cobró tal intensidad en los años noventa, a mediados de los noventa, que ya no pudo ser soslayado.

Dos, a esto se añadió un factor de carácter internacional o global, como se dice ahora, que contribuyó a abrir los medios. La tendencia mundial a la desaparición de los regímenes de partido único, que puso al gobierno mexicano ante una disyuntiva. Si el régimen quería ser moderno en lo económico, no podía ser premoderno en lo político, so pena de ser cuestionado internacionalmente, algo que ha preocupado muchísimo a las administraciones de Carlos Salinas de Gortari y de Ernesto Zedillo; de ahí que al interior del gobierno y del PRI, las resistencias a la apertura en los medios disminuyeran significativamente, si bien no desaparecieron por completo.

Tres, la demanda social exigiendo apertura en los canales informativos llevó a los concesionarios de radio y televisión a un razonamiento elemental, en el momento político que empezaba a vivir México, aquél medio que no se abriera al pluralismo perdería credibilidad y consecuentemente audiencia, y la pérdida de audiencia se paga con retiro de anunciantes y disminución de ingresos.

Cuatro, obviamente no puede dejar de considerarse una actitud diferente por parte de algunos concesionarios de radio y televisión, seguramente interesados de manera genuina en jugar un papel distinto al que distinguió a estos medios en otras épocas, y por supuesto, -y esto hay que destacarlo y darle reconocimiento-, la actitud de aquellos comunicadores y periodistas de medios electrónicos que han apostado por abrir espacios plurales en radio y televisión.

Junto a lo anterior, existe un hecho que empieza a cobrar importancia cada vez mayor y se ha convertido en referente básico para seguir el comportamiento de los medios durante las campañas electorales, su apego o alejamiento con respecto al criterio de equidad, que debería prevalecer en una disputa electoral democrática: me refiero a los monitoreos que realiza el Instituto Federal Electoral para establecer un mapa cuantitativo y cualitativo de la manera en que los principales noticiarios de radio y televisión cubren las campañas electorales en las diversas entidades de la República.

Un poco de historia. El primer monitoreo del IFE se realizó en junio de 1994, ante la evidencia de que las campañas electorales de ese año estaban transcurriendo, al igual que en otras épocas, por el camino de la inequidad. Por esa razón, el Consejo General de este organismo electoral hizo en su sesión del 18 de junio del 94 una exhortación a los medios de comunicación para cumplir -cito- “Con su función de informar de manera veraz, objetiva, equilibrada, plural y equitativa, respecto a las actividades de campaña de los partidos políticos como condición necesaria para la democracia”. La recomendación del IFE tenía como fundamento el hecho de que existe -vuelvo a citar- “un amplio reclamo social manifestado a través de diversas

organizaciones sociales y de los propios partidos políticos ante situaciones de falta de equilibrio y objetividad en la información relativa a las campañas de los candidatos y de los partidos”.

En la misma reunión del 18 de junio del 94, el IFE anuncio que a través de la Comisión de Radiodifusión realizaría un monitoreo de los principales noticiarios de radio y televisión, que reflejara la manera en que están ofreciendo la información sobre las actividades de campaña de los partidos políticos.

El informe, el primer informe, el primer monitoreo del IFE fue presentado el 30 de junio y los resultados arrojados por esa primera investigación comprobaron que la práctica de favorecer al PRI continuaba -repito- en 1994. En el tiempo destinado a los noticiarios de radio y televisión el PRI ocupaba 44 por ciento, el PRD 21, el PAN 14.

Un segundo monitoreo efectuado a principios de julio de 94, reveló que pese a la exhortación, la inequidad informativa en los noticiarios de radio y televisión persistía, el PRI ocupaba el 41 por ciento del tiempo global de transmisión, el PRD había bajado a 18.7 y el PAN aumentado a 17.8

La desproporción continuó hasta el final de las campañas, al grado de que meses después siendo ya presidente de la República, el doctor Ernesto Zedillo, reconoció públicamente que en las campañas electorales de 1994 había prevalecido la inequidad a favor del PRI.

Transformado a partir de 1996 en una institución del Estado mexicano, autónoma del Poder Ejecutivo, por lo tanto, con la credibilidad que no tuvo cuando dependía de la Secretaría de Gobernación, el IFE ha continuado en las campañas electorales del año 2000 en la tarea de efectuar monitoreos sobre la cobertura de las campañas electorales, en los noticieros difundidos a través de los medios electrónicos.

Se trata de documentos de una gran riqueza de información que estimulan la reflexión sobre este asunto. Quiero formular algunos comentarios relativos al tema de esta mesa, es decir, a la cobertura de las campañas en los noticieros de radio a partir de la lectura de los monitoreos del IFE.

La primera es: el primer dato importante que se aprecia al comparar los tres primeros monitoreos publicados hasta ahora con respecto del IFE, es que en los dos iniciales del 19 de enero al 12 de febrero, el primero, y del 13 de febrero al 11 de marzo, el segundo, a lo mejor dan resultados más o menos equitativos respecto del tiempo dedicado a las tres primeras fuerzas políticas en los noticieros de radio y televisión, algo que sin duda constituyó una buena noticia.

Sin embargo, en el tercero, del 12 de marzo al 8 de abril, se registra un incremento en los mensajes del PRI que ocupan o ocuparon en ese periodo 41.5 del tiempo total, contra 21 por ciento de Alianza por el Cambio y sólo 16 por ciento de la Alianza por México.

Esto hizo pensar de inmediato en la posibilidad de un retorno de la tradicional carga informativa a la que nos tenían acostumbrados los medios electrónicos a favor del PRI, como ocurrió en todas las elecciones presidenciales anteriores.

No obstante, el pasado 7 de mayo Mony de Swaan, de Milenio Diario, publicó con datos del IFE, datos que indican que para el 30 de abril la tendencia apuntaba hacia corregir esta prevalencia de los mensajes del PRI. Según este reporte, el PRI había bajado a 34 por ciento, Alianza por el Cambio tenía 24 y Alianza por México 20.

El dato es interesante por dos razones: si en efecto, se confirmara la tendencia a reducir o a eliminar el privilegio informativo favorable al PRI, se estaría confirmando la utilidad de los monitoreos del IFE, como un instrumento regulador, pues, significaría que empresas y comunicadores los tienen como un referente para elaborar sus programas informativos. En cambio, si el cuarto monitoreo que habrá de



Fernando Mejía Barquera durante su ponencia.

publicarse en los próximos días, si en este monitoreo reapareciera la tendencia a privilegiar al partido tricolor en los noticiarios, estaríamos ante una situación preocupante, porque significaría que la perniciosa carga informativa está de regreso junto con el viejo PRI.

Otro ángulo interesante de los monitoreos del IFE es observar cómo mientras haya estados donde se manifieste una clara intención de buscar equilibrio informativo durante las campañas, por lo menos en lo que se refiere a las tres principales fuerzas políticas, existen otros donde eso no ocurre, y por el contrario, se privilegia a un partido.

Lo interesante es que ya no podemos hablar solamente del PRI; si bien es clara la preponderancia de sus mensajes en la mayoría de los estados, sino también del PAN y del PRD que han estado beneficiados en algunos estados específicamente en donde ellos gobiernan.

Por ejemplo, en el estado de Zacatecas, donde el PRD ganó las elecciones, Alianza por México tiene 43 por ciento del tiempo total de transmisión, sumando los tres monitoreos publicados por el IFE, mientras que el PRI concentra el 29.8 y Alianza por el Cambio el 14.

En cambio, en Guanajuato, la tierra de Vicente Fox, la Alianza por el Cambio concentra nada menos que 60 por ciento del tiempo total de noticiarios de radio, por 23.4 del PRI y sólo 9.1 de Alianza por México.

Por su parte, en estados como Aguascalientes, Coahuila, Chiapas, Durango, Hidalgo, Puebla, San Luis Potosí y Tamaulipas, la presencia del PRI en los noticiarios radiofónicos supera el 50 por ciento del tiempo total.

Aunque no ocurre de manera automática en todos los estados, es claro que en varios de ellos la influencia del gobierno local está resultando

determinante, y hay también aspectos importantes relacionados con los partidos chicos. Por ejemplo, es interesante observar como en algunos estados son prácticamente ignorados por la radio y en otros su presencia en ella, aunque minoritaria, llega a ser significativa.

Por ejemplo, Democracia Social tiene presencia superior al 5% en Campeche, Chiapas, Distrito Federal, México, Querétaro, Tlaxcala y Zacatecas; en contraste, no llega siquiera a medio punto porcentual en Baja California Sur, Colima, Durango, Morelos y Nayarit.

Un aspecto relevante en los monitoreos que realice el IFE en los dos últimos meses de campaña, será observar si tras el debate del 25 de abril, alguna de las candidaturas postuladas por los partidos chicos, concretamente la de Gilberto Rincón Gallardo, ocupa mayores espacios en los medios electrónicos.

Un tercer aspecto sobre el cual los monitoreos del IFE arrojan resultados interesantes, es el que se refiere a la manera en que las campañas electorales se expresan en cada noticiero de radio. En otras épocas lo obvio hubiera sido que la empresa radiofónica dictara una línea editorial y el conductor o titular de un espacio informativo, la acatará y la difundiera al aire.

Hoy en la radio, mucho más que en la televisión, se percibe mayor autonomía por parte de los comunicadores. Se da el caso de que en una misma empresa, Radio Fórmula, por ejemplo, que cuenta con tres noticiarios que han sido monitoreados por el IFE, no hay uniformidad en el tratamiento o en la preferencia informativa hacia algún partido. Por ejemplo, en el noticiero "Eduardo Ruiz y sus 40 comentaristas" se dedicó, según los tres monitoreos acumulados, 34% del tiempo destinado a los partidos para Alianza por el Cambio, por 27 al PRI y 25 a Alianza por

México. En cambio, en la misma estación Oscar Mario Beteta dedicó al PRI 46% del espacio destinado a los partidos, 30 a Alianza por el Cambio y 17% a Alianza por México. José Cárdenas, también de Radio Fórmula, dedicó 37% al PRI, 29 a Alianza por el Cambio y 14% a Alianza por México.

Esto muestra, que la identificación de una política editorial en un noticiario específico, por lo menos en la radio, va siendo cada vez más compleja. Aparentemente, ya no estamos por lo menos no en todos los casos, ante una aplicación mecánica por parte de los conductores de noticiarios de la política editorial, dictada desde la altura de la empresa radiofónica.

El asunto se vuelve más complejo, si consideramos el fenómeno de las alianzas estratégicas que se han estado produciendo entre una agencia informativa o un grupo de periodistas y un grupo radiofónico, para que aquellos realicen un noticiario de manera autónoma y lo difundan a través de alguna frecuencia concesionada a ese grupo, sin que tengan que seguir necesariamente una línea editorial, definida por la empresa.

Aquí tenemos en esta mesa dos ejemplos de esto que estoy diciendo, por un lado Pedro Ferriz de Con, que ha realizado con otro grupo de compañeros suyos, una alianza estratégica que le ha permitido ser participe en la propiedad accionaria de Grupo Imagen, y por otro lado, Ricardo Rocha, que tiene un noticiario, que produce su agencia "Detrás de la Noticia", en Grupo Acir, y esto está dando más complejidad a la cuestión de la información política en la radio.

Por último, hay algo que también destaca en los resultados de los monitoreos publicados por el IFE, y es el hecho de que la mayor parte de las menciones respecto a partidos y candidatos son

neutras, así lo reportan los monitoreos con carácter básicamente informativo. Por supuesto, hay menciones positivas o negativas, como se les califica en los monitoreos, es decir, acompañadas de juicios de valor o crítica; es muy claro que un medio o un comunicador no pueden renunciar al privilegio de la opinión, pero parece muy sano que el porcentaje de las menciones, tenga ese carácter informativo, neutro, que permita al público radioescucha o televidente, forjar su propia opinión.

Por ejemplo, según el tercer monitoreo realizado por el IFE, Alianza por el Cambio tuvo un 87.3% de menciones neutras, por 10.7 negativas y 2% positivas; el PRI tuvo 91% neutras, 6.4% negativas y 3% positivas; mientras que Alianza por México registro 93.2 neutras, 5 negativas y 3.4% positivas.

La hemos venido haciendo así, con la empresa especialistas en medios que nos viene dando datos desde septiembre hasta la fecha, lo que hicimos con estos datos, ya tendré oportunidad de comentarlo, es que después, a partir de enero 19, los ajustamos a la metodología que está haciendo Berumen, para ser parecidos.

Me refiero a la primera gráfica y básicamente lo que comento ahí, es que ustedes verán que la cobertura a partir de septiembre y hasta abril ha ido creciendo, sobre todo a partir de enero, hay dos eneros: uno, que es del primero al 18, donde lo que cubríamos eran básicamente a los precandidatos, y después de enero 19 en adelante, donde cubrimos básicamente las campañas en los términos que los cubre el IFE.

Y como ustedes verán, es que a partir de enero, es que empieza aceleradamente la cobertura total de campañas en términos de tiempos y también de impactos. En esta presentación me referí solamente a los tiempos,

pero también tenemos los datos de impactos, sube drásticamente.

Ahora, esos tiempos como se han distribuido, y aquí déjenme hacer un comentario, los datos que presentaba el doctor Berumen, están en principio referidos semana a semana, nosotros lo que hemos encontrado, es que semana a semana es muy difícil hacer una evaluación general de la equidad, porque depende uno mucho de la agenda de los candidatos, una aparición para una entrevista en un noticiero, como Primero Noticias o el Nocturno, de un candidato a una semana, altera drásticamente el balance de cobertura, o una semana que un candidato descansa dos días, le baja mucho su porcentaje; entonces, por eso los agregamos mes con mes, que pensamos es más un representación de lo que está pasando y de las tendencias. Es decir, se ven menos los saltos aquí que semana a semana, porque el criterio noticioso es menos relevante cuando se agrupa, cuando se agrupan así los datos.

Éste es otro rasgo que distingue a la campaña electoral del 2000 en los medios electrónicos con respecto a las de otras épocas, donde gran cantidad de los mensajes iban acompañados no sólo de juicios de valor, que sería lo menos grave, sino de denuestos y de descalificaciones a partidos y candidatos de oposición.

Sólo quiero hacer, para concluir, una reflexión más, el tema de cómo lograr pluralidad, equidad y objetividad en el planteamiento de las campañas electorales por parte de los medios electrónicos, es sin duda, asunto complicado, pero también objetivo ineludible para medios, periodistas, partidos, sociedad y gobierno, si en realidad que el país avance por el camino de la transición democrática.

A tal grado es importante, que hay quienes han llegado a plantear que en la legislación electoral se establezca como obligación que los medios electrónicos otorguen tiempos iguales a los partidos en los periodos electorales. Obviamente, eso no es posible, ni deseable.

Quizá dentro del tiempo que por ley corresponde al Estado en radio y televisión, sí sería posible establecer la igualdad en tiempos y espacios, algo que por cierto el Cofipe no contempla actualmente. En cambio, no se pueden establecer obligaciones de ese tipo, aunque sí formular exhortaciones de contenido democrático para los programas noticiosos de las emisoras, pues, lo que se dice en esos espacios se ubica en el complejo ámbito de la libertad de expresión.

Se requiere, por lo tanto, de una sociedad madura que exija a los medios un compromiso con la pluralidad, la ética y la democracia, por encima de los compromisos o las preferencias políticas que sus propietarios puedan tener.

La sociedad es la única que puede exigir ese compromiso y al mismo tiempo, sancionar con el descrédito a aquellos medios que se aparten de esa vía y se empeñen en actuar como propagandistas de alguna fuerza política.

Mientras llega ese momento, esfuerzos como los que hace el IFE, a través de sus monitoreos, tienen que ser bienvenidos y estimulados.

Muchas gracias.

JCE: Muchas gracias, Fernando.

Bueno, tenemos aproximadamente 40 minutos para el espacio de preguntas. Como ustedes podrán ver, ya hay un buen número. Voy a tratar de conjugar unas primeras tres preguntas, que están planteadas para los tres panelistas y, posteriormente, empezar a enfocar algunas de las preguntas que han llegado para cada uno de ellos.

Marco Tulio Zárate, de Plataforma IV Agrupación Política Nacional, es para los tres panelistas: ¿piensan qué se necesitan otorgar más concesiones y espacios en la radio y ya son suficientes para mantener informada a la sociedad?

Y Raúl Silva, de Radio Bilingüe de Estados Unidos, pregunta: ¿equidad en medios electrónicos en manos de unas cuantas familias? ¿Hasta cuándo una profunda transformación de esos medios, que incluya alternativas, radio y TV pública, por ejemplo?

Y hay otra pregunta: ¿cómo influyen los medios de comunicación de forma positiva y negativa en la consolidación de la democracia en nuestro país?

Creo que de alguna manera es un planteamiento general y está para los tres panelistas. No sé si alguien la quiera tomar o si seguimos el mismo orden de presentación.

Adelante, Fernando.

LIC. FERNANDO MEJÍA BARQUERA:

La que se refiere a los espacios y las concesiones, aquí hay un problema no sólo político, sino también técnico.

Apenas en este año, a principios de este año, el Instituto Mexicano de la Radio recibió el último permiso de los posibles, de que se puede disponer, por ejemplo en el Distrito Federal, y eso limita la posibilidad de otorgar más concesiones o permisos.

En algunos lugares de la República es posible hacerlo todavía, ya con muchas restricciones, porque la cantidad de estaciones de radio que existe en el país es mucha. Y en lo que quizá se podría trabajar es en la apertura de espacios informativos, pero -repito- sí hay una cuestión, incluso de tipo técnico para otorgar concesiones

y permisos, sobre todo en algunos lugares donde las bandas están saturadas.

Quizá habría que pensar en el futuro en la radio digital, pero esto va a funcionar bajo diferentes parámetros técnicos y esto podría hacer que se abrieran más frecuencias. Pero como casi todos los cambios tecnológicos en radio y televisión, pues esto va a llevar de 10 a 12 años aproximadamente. Pero habría que ir pensando, desde luego, en todo eso.

JCE: Gracias, Fernando. Pedro.

ING. PEDRO FERRIZ DE CON:

Yo solamente quisiera decir sobre lo mismo que hay que ver que esas cuentas familias que son dueños de los medios de comunicación electrónicos en este país responden a un proceso histórico de México.

La familia revolucionaria premió a grupos de personas con este tipo de concesiones, a cambio de qué; o sea, la palabra concesión viene de conceder y el conceder implica el dar para también recibir. Y ahí había una correspondencia biunívoca entre el que da y el que recibía.

Es claro que venimos de un proceso histórico así y que va a pasar mucho tiempo para que -digamos- se democratizen los medios de comunicación.

Ahora, sí es cierto, las concesiones están en manos de muy pocas manos, de muy pocas personas, de muy pocas familias, de muy pocas empresas.

Lo que dice Fernando, en función del espectro en diferentes partes de la República Mexicana pudiera ser fácilmente democratizable, el problema es donde se concentran estas áreas urbanas, como la capital de la República Mexicana, como Guadalajara, Monterrey, Tijuana, Ciudad Juárez, El Bajío.



De izquierda a derecha, el investigador Fernando Mejía, el Consejero Electoral, Jesús Cantú; el conductor Pedro Ferríz de Con y el Presidente de la Agencia Informativa Detrás de la Noticia, Ricardo Rocha.

De toda suerte, yo pienso que aparte de que se haga un proceso de evolución por ahí, tendría que venir de parte de los concesionarios un compromiso más definido hacia la sociedad, un poco lo que hemos venido platicando aquí.

Sí podríamos entender a esa familia radiodifusora, la entendemos. Lo que no podríamos entender es que si el país evoluciona, la familia radiodifusora no lo hiciera. Es decir, decía Ricardo hace un rato, el evento más democrático que puede existir, es la emisión de un voto por alguien o por algún partido político, o el selector de canales o el cambiador de un dial de radio. Ahí está de hecho el proceso más democrático que nosotros estamos enfrascados en que se respete, y creo que ese será el gran elector.

Pero para todo esto, aparte de que necesitamos que funcione y evolucione la familia radiodifusora, yo creo que también necesitamos en mucho, que evolucione la sociedad. Si tradicionalmente a la sociedad basura se le dio, la sociedad basura aceptó y si la sociedad hoy

quiere, por lo menos que la basura tenga una cierta calidad, estamos hablando de un proceso de evolución.

LIC. RICARDO ROCHA REYNAGA:

Nada más para añadir algo a lo expresado por mis colegas de mesa. Me parece que independientemente de los detalles, no podemos concebir la búsqueda de un Estado y la construcción o la reconstrucción de un Estado moderno, y hablaba hace poco de que esa transición democrática nos llevase a una transición política, nos llevase a una reforma del Estado. No podemos concebirla sin una discusión seria sobre el papel de los medios de comunicación.

Estamos hablando de los grandes retos del país, de una reforma educativa, de una reforma fiscal, de una reforma del Estado en donde otra vez se puntualice el equilibrio, el respeto, la separación de los poderes, y en este caso, ojalá que la experiencia intensa del 99-2000 nos sirviese para después -ahora ya no hay tiempo y

las circunstancias creo no lo permitirían- una discusión seria, donde participase con toda su experiencia de monitoreo el IFE, donde participasen los medios de comunicación, los comunicadores, los legisladores, los académicos, todos aquellos que hayan estudiado y/o participen de alguna manera en los medios de comunicación, tendríamos que replantearnos esto.

Yo no sé ahora cuál sería la solución. Yo no sé si la solución apunta a que el proceso de las concesiones estuviera más bien regido por el Poder Legislativo que por el Ejecutivo, un poco de lo que planteaba Fernando hace un momento, que me parece muy inteligente, por lo menos sí que los medios independientemente de la búsqueda de rating o de programas que producen ingresos importantes para la empresa, y que con mucha frecuencia no son precisamente sustantivos en cuanto a sus contenidos, por lo menos sí que los concesionarios ofreciesen ciertos espacios, ciertas facilidades para determinados organismos, instituciones de la sociedad civil, a fin de que el espectro de la radio se enriqueciera.

Me parece que una de las tareas pendientes es esta gran discusión nacional sobre la tarea de los medios de comunicación, no solamente en los procesos electorales, sino en la tarea cotidiana.

JCE: Muchas gracias. Ésta es para el ingeniero Pedro Ferriz de Con, de Jacqueline Peschard: usted dijo que los medios ya no tienen responsabilidad frente al poder, sino sólo ante los ciudadanos. Si consideramos que las leyes que regulan a los medios siguen siendo las mismas desde los años sesenta, ¿a qué obedecía esa responsabilidad anterior y cómo se explica ese cambio en favor de

los ciudadanos? Usted dijo que no tiene un proyecto político sino periodístico, ¿qué se entiende por ello si el comunicador busca formar opinión en un cierto sentido, no hay ahí una intención necesariamente política?

ING. PEDRO FERRIZ DE CON:

Sí, sí la hay, es política mas no cargada, Jacqueline, a un partido político en específico. Y por una primera parte entiendo que hoy ya no tenemos ese compromiso del que pregonaba, pero entiendo también, que dentro de las nuevas estructuras que hoy se pueden empezar a sentir dentro de la libertad que también en los medios de comunicación hoy se respira, nosotros ya no tenemos que ir a comparecer ante el poder.

Es decir, entendemos que de vez en cuando hay llamado, el jaloncito, pero el llamado jaloncito tiene una reacción en algunos medios y una reacción totalmente diferente en otros, es decir, qué tan proclive es el medio para reaccionar ante el poder. Yo quiero tratar de ignorarlo, es decir, si a mí el poder mañana me pide algo que no pueda yo cumplirle porque rebasa mis fundamentos de ética profesional, si en el pasado tuve que aguantarme y apechugar, en el presente no tengo por qué hacerlo; esto creo un cambio cualitativo muy importante.

Ahora, entiendo el hecho de que los medios de comunicación estén conformados por seres humanos y que los seres humanos tengamos opinión, pues esta opinión hace que a partir de nosotros tenga, esté plagada de subjetividades, pero tratamos en el promedio, de llevar una fiesta democrática y de plantear dentro de esta fiesta democrática una pluralidad.

Dentro de mi mismo medio, habemos personas que pensamos de manera diametralmente opuesta y en esa pluralidad nos entendemos y

nos respetamos, y esto trae por consecuencia una atmósfera de libertad, que el mejor juez de un comunicador que está al frente de un equipo es el propio equipo. Cuando un equipo de comunicación que trabaja contigo siente que no tiene que estar volteando para ver en qué momento le dan instrucciones específicas sobre una información determinada, en ese momento siente que puede hacer un desempeño periodístico y eso, esa sensación de libertad, es una sensación que debemos ya de empezar a disfrutar.

A veces me da la impresión de que nos está pasando un fenómeno muy interesante, es como el pajarito que vivió toda su vida en una jaula, toda su vida en una jaula y que de repente alguien llegó y abrió la puertita de la jaula; hay aves que piensan que sigue la puerta cerrada y ni siquiera se acercan, aunque la puerta esté abierta. Hay otras cosas que empiezan a asomarse y a entender que pueden salir; hay otras que saben que pueden salir y no salen y hay otras que saben que pueden salir y salen.

Estamos en ese proceso de evolución, y esto creo que va a ser el cambio cualitativo más importante para que entendamos que los medios de comunicación sí evolucionan y que a lo mejor este tema que hoy es motivo de tanta preocupación entre nosotros, dentro de 10 ó dentro de 15 años o cuando Fernando, el Rocha o yo estemos ya fuera de la jugada, será motivo de reflexión para nuestros hijos, que a lo mejor en medio del orgullo de nuestro nepotismo se dediquen a lo mismo.

Si para el día de mañana, ya para los medios de comunicación y para los comunicadores este ya no es motivo de preocupación, nos daremos cuenta de que en algo evolucionamos; estamos en medio de la transición, y a veces por estar en

medio no se puede uno dar cuenta cabal de que las cosas finalmente se mueven.

JCE: Para Ricardo Rocha, de Carlos Camacho, del Partido Acción Nacional: actuar con civilidad, participación ciudadana, atender la complejidad de una sociedad que busca avanzar, y desde luego, aceptar que la diversidad de ideas, tareas, etcétera nos da unidad. Sin embargo, todos estos valores no son una realidad en provincia.

¿Qué recomendaciones hacer? ¿Qué debemos hacer los jóvenes en este sentido? Los avances que se oyen acá de espacios plurales no es una realidad en provincia.

LIC. RICARDO ROCHA REYNAGA:

Esto, y ya lo tocaba Pedro hace rato, es una realidad brutal con la que nos enfrentamos incluso los propios conductores o productores de programas a nivel nacional.

A mí en más de una ocasión me ha hablado algún gobernador muy modosito para ofrecermelo no sé que tantas cosas y que cuándo voy con la familia a su estado para recorrerlo, ese tipo de viejos usos y costumbres, ¿a cambio de qué? De que considere la posibilidad de que habiendo tan buenos periodistas aquí localmente, evitar que esta muchachita que es su reportera, tan complicada, tan conflictiva, ojalá usted pudiera considerar la posibilidad, hombre, le tenemos una terna con algunos de los mejores periodistas aquí.

Y cuando vamos nosotros a transmitir a los lugares también, efectivamente, captamos eso. Todos los periodistas de la agencia son muy molestos, por eso están en la agencia; los periodistas no estamos para hacer una labor de relaciones públicas con los gobiernos, los periodistas no estamos para ser antipáticos, para

ser incómodos frente a los hombres que ejercen el poder; entonces casi siempre ocurren estas cosas.

Entonces, lo que hemos procurado ahora que vamos a transmitir a los diferentes lugares a donde llegamos, sí, obligadamente, porque así debe de ser, mandamos hacer una evaluación del estado, un diagnóstico de la problemática, y bueno, pues obviamente se impone una entrevista con el gobernador, procurar tener a la periodista o al periodista molesto junto a nosotros y decirles que lo criamos como si fuera nuestro hijo y que lo queremos tanto que cualquier cosa que le pase a él es como si le pasara a nosotros y enviar este tipo de mensajes.

Pero efectivamente, toda la presión que existe localmente, no se puede ver como un fenómeno aislado nada más de la comunicación, no es sino muestra de este centralismo, de este atraso, de esta actitud caciquil de los gobiernos de los estados y de los gobiernos municipales en muchas ocasiones, dependiendo de la importancia, de la magnitud de la ciudad, que siguen presionando a los medios de comunicación.

Entonces, ¿qué tenemos que hacer? Seguir con una actitud valiente, procurar ser lo más hábiles posibles -no dije habilidoso- lo más inteligentes para ejercer, seguir ejerciendo la crítica a nivel local y buscar apoyos, buscar consensos a nivel nacional.

JCE: Para Fernando Mejía, de Miguel Jiménez, productor de televisión: ¿cómo se explica el hecho de que el gobierno perdió su oportunidad de controlar, efectivamente, los medios electrónicos, y en cambio, los dejó abiertamente a los empresarios, quienes los manejan con interés comercial y no social?

LIC. FERNANDO MEJIA BARQUERA:

Ya hace rato, Pedro Ferriz hablaba de esta relación unívoca que se fue gestando desde prácticamente desde los años 20 y se consolidó mucho en los años 40 y desde la época de Lázaro Cárdenas en los 30, en la cual el gobierno solicitaba de los concesionarios espacios, tratamientos elogiosos al régimen y a cambio de eso les otorgaba ventajas económicas para su desarrollo como industria, desde exenciones de impuestos para importación en algunos momentos, un trato fiscal muy favorable, porque el trato fiscal o la política fiscal del gobierno de la República hacia los concesionarios no se reduce al 12.5 por ciento. Hay muchísimas cosas más que abordar en ese punto.

Entonces, se fue creando esa relación unívoca, de mutuo conceder. Por un lado, el gobierno siempre quería tener a los concesionarios como amigos, como aliados políticos, sabedor de su fuerza, y pues los concesionarios respondían también, a veces presionando y tratando de conseguir nuevas ventajas u otras ventajas.

Yo creo que esta relación que empieza, por lo menos, a entrar en crisis, empezó a estarlo desde 1994. Yo mencioné algunas causas, algunas de tipo político interno y otras de tipo político internacional, ya es a estas alturas aparentemente una situación insostenible, que la vieja relación política entre gobierno y concesionarios siga manteniendo las características que ha tenido durante prácticamente 70 años y justamente las elecciones estas, o esta coyuntura del año 2000, nos va a permitir saber si en efecto cambian las coordenadas de esta relación o siguen, o se refuncionalizan o sigue existiendo esta relación unívoca de la que hemos hablado aquí.

JCE: Muchas gracias, Fernando.

Para Pedro y para Ricardo, de Guadalupe Irizar, del periódico Reforma: Si bien los dos hablan de nuevos tiempos en la radio, ¿cómo vivieron y cómo vieron la salida del aire de las campañas del IFE en pleno proceso electoral, y con la capacitación de funcionarios de casilla en marcha?

LIC. RICARDO ROCHA REYNAGA:

Parece que fue un error imperdonable el de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión, nomás que quede aquí entre nos lo que estoy diciendo.

Me parece que se llevó al terreno de la, un terreno legaloide, una decisión que aunque hubiese tenido un fundamento legal de razón la Cámara. El otro día estuvimos en un foro similar a éste, donde se planteó este asunto con el representante de la Cámara de la Industria de Radio y Televisión en la Cámara de Diputados, y yo planteaba ahí que, aunque hubiese tenido razón la Cámara desde el punto de vista estrictamente legal, me pareció que no se justifica de ningún modo el haber tomado una decisión de esta naturaleza. Lo menos si es que había ese fundamento, lo menos que se pudiera haber hecho desde mi particular punto de vista, es el haber dicho “vamos a hacerlo bajo protesta, porque nos parece que no está debidamente reglamentado esto que se está exigiendo”, que se está o por lo menos, habría lugar a una discusión, y pasar los mensajes bajo esa protesta legal relativa y en paralelo ir corriendo la discusión de los trámites, que llevasen a una decisión madura en el terreno de la legalidad.

Pero me parece muy absurdo que en estos tiempos, cuando estamos todos propugnando por

la importancia de la difusión de una cultura democrático-electoral, estos mensajes se hubiesen detenido con un argumento legaloide.

ING. PEDRO FERRIZ DE CON:

Yo estoy totalmente de acuerdo con Ricardo, pienso que desde el punto de vista legal, pudiera la Cámara haber argumentado cualquier cosa, pero desde el punto de vista estricto de lo que se necesita, no digo necesitaba, porque se necesita hoy, los mensajes del IFE se tienen que seguir dando.

Independientemente de la coyuntura, lo que tomamos nosotros en decisión, fue el tomar los mensajes del IFE y hacer una campaña propia en nuestros medios de comunicación. Hicimos una campaña tomando los mensajes del IFE, la produjimos nosotros y la echamos al aire, en lo que la Cámara se pelea o argumenta, porque dice que no se pelea.

Pero me da la impresión que desde el punto de vista estricto, como miembros de la Cámara, nuestra obligación legal era estar esperando de parte de la Cámara algún tipo de definición, desde el punto de vista estricto como individuos dentro de la Cámara, nosotros lanzamos una campaña con los testamentos del IFE.

Creemos que aparte de que este diferendo es legaloide, como dice Ricardo, se me hace profundamente inoportuno, por una simple y sencilla razón: estamos todos participando en un ejercicio democrático. Si después de las elecciones se argumentan las cuestiones que se tengan que argumentar para llegar a un fundamento que establezca la relación futura entre el IFE y los medios de comunicación, qué bueno.

Pero en este momento, es como si le escatimamos un cañón a un soldado y esperamos

dárselo en tiempos de paz; en tiempos de paz no le haría falta más que para complementar los inventarios de un museo. En este momento el IFE necesita de nuestros tiempos como un arma de difusión, y el escatimárselo, se me hace hasta cierto punto, hasta anticuado. La postura de la Cámara tiene que ser reconsiderada.

JCE: Otra pregunta, también para Pedro y para Ricardo, es de Ricardo Sánchez, de aquí de Radiodifusión del IFE: ¿cuál es su postura personal, no institucional, de lo que en su momento se llamó la Ley Mordaza, es decir, una regulación a los medios de comunicación? ¿Y si esta ley que fue desechada afecta ahora a los partidos políticos en las campañas, porque los propios partidos se quejan de las coberturas que les dan? ¿Quién pudo más, los medios de comunicación o el Poder Legislativo?

ING. PEDRO FERRIZ DE CON:

Gracias, Ricardo.

Hace un rato hacíamos el ejercicio aquí con la transmisión Edusat, que cualquier principio que trate de reglamentar a la expresión en los medios de comunicación acaba en su reglamentación por limitarla, es como si nosotros nos fuéramos a una fiesta y entrando a la fiesta lo primero que nos repartieran fuera un reglamento para divertirnos. Yo podría pensar, sin temor a equivocarme, que la fiesta resultará un tanto aburrida, por el solo hecho de que para ejercer el ejercicio éste de la libertad o del divertimento, pues tuviéramos que entrar a un procedimiento que empezara con “siga las instrucciones”.

Me da la impresión de que la libertad es libre y que, por lo mismo, lo único que tenemos que hacer es ejercerla, ni hacerle caso a las leyes mordaza, ni cuando éstas se establecieron, que

en su momento, por estar en un juego, ustedes dirán: “bueno, estos cuates hablan de libertad y han vivido treinta y tantos años en medio de estos vehículos de comunicación”.

Nosotros conocimos cómo se daban estas reglas, algunas escritas y algunas no, y tuvimos que ceñirnos a ellas, porque era parte de nuestra realidad.

Yo realmente a veces me pronuncio muy en contra de aquellos que, por ejemplo, le achacan a Jacobo Zabludovsky el que él era la personificación misma de la complacencia de los medios de comunicación con el poder. Fue el tiempo que le tocó, fue su generación, fueron momentos de México, que no podemos renunciar a ellos, simple y sencillamente porque fueron parte de una realidad.

Hoy nosotros tenemos una coyuntura, estamos en una coyuntura y ahora sí a juzgarnos se ha dicho.

Hoy sí podemos optar o podemos seguir por la vía de voltear a ver por el espejo retrovisor para ver si nos alcanza alguien para amonestarnos o nos vamos por la libre, y la libre implica sentido común, implica responsabilidad, implica inteligencia, implica compromiso, implica valor.

Ni partidos políticos, ni el propio IFE, ni los medios de comunicación, ni nadie, nos puede llegar hoy a cuestionar o a reglamentar lo que se debe de decir o dejar de decir en un medio de comunicación, por una simple y sencilla razón: hoy sí ya no se puede argumentar que hay limitaciones.

El que quiera ver limitaciones, es porque las sigue viendo. El que ya no vea limitaciones, ese ya la hizo.

LIC. RICARDO ROCHA REYNAGA:

Sí, abundando, diría que, por supuesto, primero, las mordazas no le pueden gustar a nadie; es decir, las mordazas son para acallar, las mordazas son para secuestrar, las mordazas son para secuestrar, los secuestrados generalmente son amordazados. Entonces, nadie de buena voluntad y nadie que tenga un mínimo valor civil podría estar de acuerdo con una mordaza.

Pero habría que recordar también que la ley no es unidireccional, las leyes están dictadas por la convivencia, y entonces hablamos de dos, por lo menos.

Me parece que en su momento, como se planteó esta iniciativa, no solamente se politizó, porque aceptamos que todo acto público tiene algo o un mucho de político.

Entonces, no hay que espantarnos de que ahora se dice, por ejemplo: es que ya politizaron el asunto. Pues sí, es político de nacimiento de suyo, de naturaleza. Sin embargo, me parece que en su momento esta discusión, lo cual evidentemente no creaba un escenario adecuado para la discusión.

Insisto en que de aquí en adelante debiéramos retomar este asunto y procurar una legislación que no solamente propenda acallar a los medios de comunicación, con el pretexto de responsabilizarnos, sino que efectivamente establezca una serie de mecanismos, el más evidente, el más ejemplificativo, el derecho de réplica, por ejemplo, para que los medios se obliguen a actuar dentro de ciertos parámetros elementales de la ética, en eso estoy de acuerdo.

Pero también esta ley debiera contemplar, me parece, el tramo de las concesiones, la discusión sobre quién es quien. Debe concesionar y vigilar

el adecuado ejercicio de esa concesión, la protección para los informadores dentro de los medios en la fórmula que se quiera, ya las describía Fernando, ahora tenemos un espectro mucho más diverso de las fórmulas que se están aplicando en la comunicación y el poder garantizar que los comunicadores tengan esa libertad.

Yo no soy comunicólogo, de ninguna manera, soy un comunicador práctico, pero yo tengo ahora la fortuna de ejercer una teoría que sí espero sea una aportación muy sustantiva a la comunicología universal, que es la tesis del mole Doña María. Si yo produzco mole Doña María y el señor que tiene la concesión, que tiene el supermercado, tiene nada más dos caminos: aceptar mi mole Doña María y colocarlo en sus estantes para ver cómo nos va con las ventas o rechazar mi mole Doña María, entonces yo iré a tocar la puerta de otro supermercado, de otro concesionario para ver si lo aceptan. Lo que no puede hacer es decirme que está muy bueno, salvo que está muy picoso, entonces hay que bajarle el picor y cambiarle la etiqueta y cambiarle el envase, porque entonces ya mi mole Doña María no es el mole Doña María.

Estamos, -creo que- avanzando también en ese terreno, pero ojalá se pudiera dar desde el espectro de la legislación una mayor garantía a la libertad de expresión.

JCE: Muchas gracias.

Una pregunta que no trae para quién está dirigida, entonces supongo que es para los tres o para cualquier de los tres que la quiera tomar. José de Guadalupe Muñoz Ramos, de la Unión Nacional Sinarquista: si las empresas comunicadoras tienen que vivir del pago de



El conductor Pedro Ferríz de Con y el Presidente de la Agencia Informativa Detrás de la Noticia, Ricardo Rocha al final de su participación.

publicidad política o comercial, ¿cuándo y cómo van a atender a organizaciones no gubernamentales, a las minorías, a quienes sí tienen qué decir, pero no tienen recursos o una fama?

LIC. FERNANDO MEJÍA BARQUERA:

Hay varias formas en que se puede estimular la información, el acceso de organizaciones sociales a los medios de comunicación, y me refiero a una que tiene que ver con la cuestión de nuevo del espectro. En Estados Unidos se acaba de aprobar un reglamento para que funcionen estaciones pequeñas en la banda de FM.

No sé si ustedes alguna vez escucharon, seguramente sí algunos, la famosa “Qué Huelga” que transmitió durante la prolongadísima huelga universitaria en la UNAM. Bueno, ahí nos pudimos dar cuenta de cómo una estación de baja potencia puede, sin afectar a las estaciones contiguas, transmitir, independientemente de lo que opinemos de la huelga del CGH y de la propia

“Qué Huelga”, demostró que es posible técnicamente que se pueda transmitir, que una entidad ni gubernamental ni una gran empresa, pueda tener un espacio propio en una determinada zona de la ciudad o de alguna entidad.

Esto me parece que tiene que ser analizado, visto con mucho cuidado, tanto por el gobierno como por la sociedad. La “Qué Huelga” funcionó sin permiso, era una estación pirata, pero bueno, ahí está la muestra clara de que técnicamente es posible y de que el cuadrante todavía puede dar de sí prácticamente si se le exprime, y si entidades de la sociedad civil se organizan para demandar este tipo de espacios.

Entonces, creo que todavía nos falta bastante por discutir, por proponer, y para esto es fundamental que el gobierno y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes tenga otra actitud más abierta, desde luego, o de plano como ya se ha comentado aquí, impulsar una reforma legislativa que haga que el tema de las concesiones o la autoridad para otorgar

concesiones no recaiga ya en el Ejecutivo Federal, sino en el Congreso de la Unión.

ING. PEDRO FERRIZ DE CON:

Yo quisiera agregar que a lo mejor pasamos de Guatemala y entramos a Guatemala, es decir, si antes el Poder Ejecutivo era el que -es una reflexión- dominaba el espectro electrónico y luego lo pasamos al Congreso, entonces ahora nos domina el Congreso. Es decir, lo que queremos entonces es cambiar de férula.

Valdría la pena hacer un ejercicio más libre en donde no forzosamente un grupo en el poder fuera el que estableciera el ámbito del desempeño de los medios de comunicación, porque a lo mejor podemos pasar de un poder a otro y en el otro poder, hoy no sabemos, pero qué pasaría, en teoría, si se envileciera el permiso.

LIC. FERNANDO MEJÍA BARQUERA:

Yo creo que, en efecto, pero eso es justamente la gran discusión que tiene que haber, esto es simplemente una propuesta. Hay quienes hemos propuesto que el Congreso sea esta entidad, porque bueno, evidentemente hay ahí una representación plural, mucho más plural que la que podría tener o disponer un jefe del Ejecutivo, así nombrara un gabinete pluripartidista. Yo creo que al Congreso hay que fortalecerlo y hay que estimular la pluralidad dentro de él, pero también vigilar precisamente que no se convierta en una instancia de poder que tenga esta -valga la redundancia- capacidad tan poderosa.

El Congreso es una entidad que se renueva, aunque a veces hay algunos diputados que no quieren salir de él, que quieren repetir, pero finalmente el Congreso es la instancia que tenemos plural, institucional, donde creo que se deben empezar a discutir estos temas, sobre todo

con una posición más abierta de parte, por un lado de las autoridades gubernamentales, pero también de los empresarios de radio y televisión, porque parecería que cuando apenas surge cualquier iniciativa de legislación, de inmediato los empresarios la cancelan.

LIC. RICARDO ROCHA REYNAGA:

Me parece que podríamos pensar en diversas fórmulas que tendrían que discutirse de manera inteligente, sosegada, reflexiva, podría ser esta posibilidad del Congreso; se ha hablado también de una especie de IFE de la comunicación, de un ombudsman, alguien; aquí uno de los compañeros me planteaba esto, la conveniencia de un ombudsman de la comunicación.

Independientemente de las fórmulas, apurando lo que decía Fernando, me parece que es un asunto de toma de conciencia de los medios, que aprovechando esta experiencia intensa que estamos viviendo, podríamos buscar con imaginación y con talento, algunas fórmulas que pudiesen abrir los espacios a manifestaciones de la sociedad civil organizada.

Hay que ser francos, todos los medios de comunicación tienen ciertos horarios; subutilizados, que incluso es una bronca de pronto llenarlos, porque no hay material con qué, y a lo mejor podríamos, a riesgo de parecer ingenuo o demasiado idealista o soñador, pensar en combinar la experiencia que tienen los medios de comunicación en la formulación, en la realización de programas que sean atractivos, entretenidos -yo no le tengo miedo a ese término- aprovechar esa experiencia en el cómo darle cabida al qué y convocar a estos organismos.

Hay una enorme cantidad de organizaciones con una vocación democrática muy amplia o con tareas muy específicas que atienden a otros

asuntos como el medio ambiente, la preservación de la infancia en los mejores términos posibles, etcétera. Y yo creo que si lo hacemos de una manera abierta, comprometida con una verdadera vocación de servicio, podríamos encontrar estas fórmulas incluso con tarifas preferenciales, se me ocurre, donde puedan anunciarse determinadas librerías y no necesariamente los anuncios de las bebidas gaseosas que todos conocemos, sino buscar estas fórmulas de comunicación en donde el compromiso de los concesionarios fuera, “okey, yo no voy a hacer negocio con este asunto, me interesa salir a mano en el costo de producción, y sí abrir los espacios a la sociedad civil organizada”.

Yo creo que si hay una decisión de los medios, por imaginación y talento no debiera de quedar.

JCE: Una pregunta también para Pedro y para Ricardo, de Arturo Hernández Padilla: el voto es secreto y no preguntaré por quién votarán, pero si les pregunto ¿cuál es su partido preferido o por cual simpatizan?

ING. PEDRO FERRIZ DE CON:

Partido, partido... ¿hablan de fútbol?... No, yo les puedo decir que tomando al fútbol como premisa, no sé si ustedes alguna vez hayan visto un partido de fútbol narrado por un comentarista que le va a uno de los dos equipos, resulta por demás incómodo.

Yo creo que nuestra obligación en todo momento es la de: si no podemos ser químicamente puros, porque la vida no nos lo ha permitido, por lo menos el tratar de ser químicamente puros en el micrófono, haciendo todo lo posible por matizar cualquier subjetividad y por tratar de incentivar la participación política

en donde el gran elector se convierta realmente en un elector libre de influencia, es una responsabilidad de nosotros el tratar de hacer a un lado las preferencias, aunque nosotros también tengamos nuestros sentimientos, nuestra percepción y nuestra inteligencia.

Esa la dejamos, y creo que ustedes habrán de comprender, para una acción que es íntima, secreta, universal, eficaz, como la de cualquiera de ustedes.

LIC. RICARDO ROCHA REYNAGA:

Complementando, nada más diría que ojo con las generalizaciones. Me parece que incluso esa discusión está ya un tanto rebasada, por lo menos para quienes no pertenecemos a ningún partido político, ni somos voto duro, ni mucho menos, ni tenemos ninguna preferencia determinada para los ciudadanos; los comunicadores no somos más que eso, ciudadanos también que ejercemos una labor específica, sí, que trasciende, sí, de alguna manera, pero tampoco se trata de manipular; yo ya no creo en la manipulación, como lo dije en mi primera intervención.

Decía: “cuidado con la generalización de los partidos”, porque aun ahora tenemos que reflexionar más que nunca en que ya no estamos siempre hablando de partidos, sino de hombres, de candidatos; se está dando cada vez más el voto diferenciado y ustedes sabrán, y por los propios estudios que ha realizado el IFE, se da cada vez más el fenómeno de que hay alguien que vota por un candidato de un partido para un cargo y por otro candidato de otro partido para el otro.

Entonces, creo que la discusión sobre preferencias partidistas está rebasada, y nada más ahondando en lo que decía Pedro, es inevitable tener de pronto simpatías por un determinado candidato para cualquier cargo.

Sin embargo, en ese sentido sí tenemos una obligación moral, ética de preservar esas simpatías y darle juego parejo a todos.

JCE: Finalmente, una última pregunta para los tres ponentes, y lamento que se nos hayan quedado todavía un buen número, pero nos faltan cuatro minutos nada más del tiempo que estaba destinado, de Luis Adrián Arévalo: ¿el partido que llegue al poder, sea el que sea, creen que va a transformar a México o seguirá con lo mismo?

LIC. FERNANDO MEJÍA BARQUERA:

Yo creo que las transformaciones no las hacen los partidos, sino la sociedad, aunque esto parezca tan obvio y casi una frase digna de las campañas electorales actuales que no dicen nada o dicen poco.

Pero yo creo que es la sociedad la que impulsa los cambios, y ojalá los partidos puedan hacerse eco de estas propuestas de cambios y de este impulso social.

ING. PEDRO FERRIZ DE CON:

Yo coincido totalmente con Fernando. Yo creo que los partidos políticos tienen como misión el captar lo que la sociedad tiene en inquietud, eso es un partido político, un conjunto de ideas que conforman una ideología; pero las ideas no son de los partidos políticos, no tienen ellos la maquila para conformar lo que son las ideas que pueden modificar al destino manifiesto de un pueblo, es el propio pueblo el que lo va diseñando, el que va buscando salidas, el que va encontrando eventos, que le van transformando su perfil.

Me da la impresión de que a veces cuando vemos así en las pintas en las paredes: “México ha cambiado”, llegamos a la conclusión de que

es algo demasiado impersonal. “Hemos cambiado a México”, el conjunto de ideas que a México han animado y que a veces por haber sido muy timoratos el cambio fue muy lento.

Hoy creo que estamos en un cambio muy rápido, a veces hasta precipitado. Y esta evolución, aparte de que es fascinante y de que nos lleva siempre a la reflexión sobre el reto que hoy estamos asumiendo, a dónde nos va a ser derivar, me da la sensación de que son los tiempos, las coyunturas y las inquietudes de las sociedades, las que realmente conforman lo que pudiera el proyecto de un nuevo país.

En este caso México no es la excepción y hoy estamos empezando a asistir al nacimiento de una nueva conciencia nacional, que evoluciona, que propone y que hoy está apunto de disponer a través del sufragio.

Yo tengo un colaborador dentro de mi equipo, que es Pedro Alonso, que es un economista, que siempre que trata de editorializar algo lleva a los radioescuchas a la misma conclusión: “si no le gusta el estado de cosas, vote, ésta es su misión máxima como ciudadano dentro de una sociedad”. El votar, después de todo, es el emitir una opinión.

LIC. RICARDO ROCHA REYNAGA:

En una entrevista reciente, Felipe González me decía: “ojo -hablando de la transición mexicana y la comparación casi inevitable de con la española-, la transición no pasa necesariamente por la derrota del PRI”. Es decir, si no habría necesidad ¿qué caso tendría una contienda electoral?

En este sentido, es evidente que la alternancia sería una muestra inequívoca de la transición democrática, pero no es necesariamente indispensable la alternancia para que se dé un proceso

democrático, eso tenemos que reconocerlo todos.

Pero en cambio, me atengo a lo dicho por Fernando, en el sentido de que sí, también intentaba yo expresarlo de alguna manera, creo que todos estamos por el cambio, el cambio en las actitudes del gobierno, el cambio empujado de la sociedad. ¿Quién quiere ya seguir viviendo en un país con esta inseguridad generalizada?, ¿quién quiere ya que en México la impunidad sea de un escandaloso 96 por ciento?, dicho por criminólogos expertos, es decir, sólo se castiga al 4 por ciento de los delitos que se cometen. Cometer delitos es buen negocio en México, ¿quién quiere ya un país en donde los cinturones de miseria sigan apretando a todas las grandes ciudades. ¿Quién quiere ya un país con un campo empobrecido?

Luego entonces, hablando de la elección presidencial, el partido en el poder tiene el

enorme desafío de demostrar que se pueden llevar acabo esos cambios, que además ellos mismos están prometiendo, aun desde el partido en el poder; y la oposición, los candidatos de la oposición tienen también la obligación de demostrarnos, cada uno con sus respectivos proyectos, que no solamente por el hecho de la alternancia se garantizan estos cambios, sino que hay viabilidad, inteligencia y compromiso de moral pública para llevarlos acabo.

JCE: Muchísimas gracias a nuestros tres ponentes, Pedro Ferriz de Con, Ricardo Rocha Reynaga, Fernando Mejía Barquera, a todos ustedes por su asistencia y a quiénes nos siguieron a través de Edusat. Y los invitamos a que hoy en la tarde nos acompañen en el último panel de este evento "Comunicación Política y Elecciones". Muchas gracias.