



LAICIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

RAÚL TREJO DELARBRE

*Para
entender
y pensar
la laicidad*



COLECCIÓN DE CUADERNOS JORGE CARPIZO

PARA ENTENDER Y PENSAR LA LAICIDAD



COLECCIÓN | C o o r d i n a d a p o r
DE CUADERNOS | PEDRO SALAZAR UGARTE
"JORGE CARPIZO" | PAULINE CAPDEVIELLE

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS
Colección de Cuadernos "Jorge Carpizo",
Para entender y pensar la laicidad, Núm. 17

Coordinadora editorial
Elvia Lucía FLORES ÁVALOS
Coordinador asistente
José Antonio BAUTISTA SÁNCHEZ
Diseño de interiores
JESSICA QUITERIO PADILLA

Edición
Miguel LÓPEZ RUIZ /
Leslie Paola LÓPEZ MANCILLA
Formación en computadora
Carlos Martín AGUILERA ORTIZ
Diseño de forro
Arturo de Jesús FLORES ÁVALOS

L aicidad y medios de comunicación

Raúl TREJO DELARBRE



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
CÁTEDRA EXTRAORDINARIA BENITO JUÁREZ
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS
INSTITUTO IBEROAMERICANO DE DERECHO CONSTITUCIONAL
MÉXICO • 2013

Primera edición: 13 de mayo de 2013

DR © 2013, Universidad Nacional Autónoma de México

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS

Circuito Maestro Mario de la Cueva s/n
Ciudad de la Investigación en Humanidades
Ciudad Universitaria, 04510 México, D. F.

Impreso y hecho en México

CONTENIDO

UNA REFORMA INCUMPLIDA. LA DISPUTA POR LA FE EN EL ESCAPARATE ELECTRÓNICO

I. Nula discusión sobre Iglesias y medios de comunicación	4
II. Veto a la propiedad de medios, propuesto por varios partidos	10
III. María Visión, ambicioso y porfiado proyecto de comunicación	14
IV. Opacidad del gobierno, o ensayo, ante el canal de la Iglesia católica	20
V. María Visión resultó demasiado conservadora para los españoles	23
VI. Radio María, cadena de emisoras en plena expansión nacional	28
VII. Iglesias, cada vez con más espacios en radio y televisión	31
VIII. Desafío al Estado laico y pragmatismo de la Iglesia católica	37

Nota	45
Referencias	47
Lecturas sugeridas	51

UNA REFORMA INCUMPLIDA.
LA DISPUTA POR LA FE EN EL ESCAPARATE
ELECTRÓNICO

Cada año, con puntualidad y sin excusa, la televisión acompaña, reproduce y magnifica la tradición religiosa más importante que se mantiene entre los mexicanos. Desde la noche del 11 de diciembre y hasta las primeras horas del 12, las cadenas de la televisión privada transmiten las “mañanitas” a la Virgen cantadas por artistas que se alternan para ser vistos en la Basílica de Guadalupe.

Cualquier observador externo que mirase la televisión durante esas horas aseguraría que en México la Iglesia católica tiene pleno acceso a los medios electrónicos de comunicación. La difusión nacional de un festejo religioso no es común en el mundo. Mucho menos en un país en donde, según la ley, la transmisión de actos religiosos solamente puede ocurrir de manera extraordinaria.

Las mañanitas guadalupanas, que se han vuelto costumbre para una sociedad que las mira cada año, incluso independientemente de sus convicciones religiosas, son una de las más vistosas, pero no la única de las expresiones de hegemonía ideológica y exposición mediática que ejerce la Iglesia católica en México. Aunque la ley dice que están prohibidas, en el país hay estaciones de televisión y radio en manos de corporaciones religiosas. Los programas de corte confesional abundan tanto en los medios electrónicos, que tan solo entre 2006 y 2012 se multiplicaron en

más de 200%. A pesar de las restricciones legales, la Iglesia católica dispone de ancho y constante acceso a los medios de comunicación.

En muchos de los sistemas de televisión de paga por todo el país se puede sintonizar “María Visión”, un canal dedicado a transmitir contenidos religiosos. La Iglesia católica tiene participación directa en ese canal de televisión a pesar de que la ley en materia de cultos religiosos prohíbe que las asociaciones de esa índole participen en la administración de medios de comunicación —excepto periódicos y revistas—.

La Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público señaló en 1992, cuando fue promulgada, dos restricciones esenciales al acercamiento de las Iglesias a los medios de comunicación. No pueden tener medios de comunicación, y la transmisión de actos de culto religioso debe ser autorizada por el gobierno.

Ambas limitaciones han sido mitigadas gracias a una complaciente política del Estado mexicano hacia las Iglesias, en especial la católica. El acceso a medios de radiodifusión por parte de las corporaciones religiosas que así lo desean es cotidiano y creciente.

I. NULA DISCUSIÓN SOBRE IGLESIAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El impedimento para que las Iglesias sean propietarias de medios de comunicación fue admitido prácticamente sin rechazo alguno, al menos de manera pública, entre las fuerzas políticas que aprobaron el 7 de julio de 1992 la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público. En diciembre del año anterior, a iniciativa del Partido Revolucionario Institucional y enfáti-

camente impulsada por el entonces presidente Carlos Salinas de Gortari, el Congreso de la Unión había aprobado la reforma constitucional, que entre otros cambios institucionalizaría a las asociaciones religiosas y permitiría que los ministros de culto pudieran votar en elecciones, aunque no tendrían derecho a ser candidatos en ellas.

La reforma al artículo 130 y a otros preceptos de la Constitución política, promulgada en enero de 1992, requería de una ley reglamentaria. Durante toda la primera mitad de ese año fue tema de discusión y negociaciones entre el gobierno y las Iglesias, especialmente la Iglesia católica. Pero si bien algunos aspectos de esa legislación suscitaban polémicas, el tema específico de la relación entre asociaciones religiosas y medios de comunicación no se debatió de manera abierta ni extensa.

En junio de 1992, cuatro partidos políticos presentaron sendas iniciativas de ley reglamentaria en materia de asociaciones religiosas. El Partido Auténtico de la Revolución Mexicana propuso que las Iglesias pudieran “hacer uso de la prensa, radio, televisión, cine y cualquier otro medio de comunicación, en favor de la integridad de la familia sujetándose a preceptos que la autoridad ordene; pero no podrán adquirir a nombre propio órganos de comunicación, excepto los impresos”.* Se trataba de una sugerencia singular, porque aun cuando aparentemente disponía el acceso de las Iglesias a los medios, lo condicionaba a un vago compromiso con “la integridad de la familia”.

El Partido de la Revolución Democrática postulaba en el artículo 15 de su iniciativa: “Las asociaciones religiosas no tendrán capacidad para ser titulares de concesiones del espacio aéreo para operar estaciones

de radio y televisión". Era claro el rechazo del PRD a que las Iglesias tuvieran medios de radiodifusión en propiedad, aunque la precisión acerca de las "concesiones del espacio aéreo" se refería a la televisión y a la radio abiertas, y no a canales de televisión o de radio en sistemas codificados que se difunden por cable u otras vías. Por otra parte, el PRD proponía: "La transmisión de los actos de culto a través de la radio o la televisión quedarán sujetos a lo establecido en la Ley de Radio, Televisión y Cinematografía". Sin embargo, esa iniciativa no era acompañada de una propuesta de reformas para que la Ley Federal de Radio y Televisión incluyera la regulación de programas religiosos. Y no ha existido una "Ley de Radio, Televisión y Cinematografía".

El Partido Acción Nacional presentó su propia iniciativa de ley reglamentaria para las asociaciones religiosas, pero en ella no mencionaba a los medios de comunicación. No proponía más acceso ni restricciones a las Iglesias en los medios. Nada.

Por su parte, el Partido Revolucionario Institucional elaboró una iniciativa, que fue tomada como documento básico en la elaboración del dictamen que sería aprobado por la Cámara de Diputados. El PRI propuso en el segundo párrafo del artículo 16 de su iniciativa: "Las asociaciones religiosas y los ministros de culto no podrán poseer o administrar, por sí o por interpósita persona, concesiones para la explotación de estaciones de radio, televisión o cualquier tipo de telecomunicación masiva. Se excluyen de la presente prohibición las publicaciones impresas de carácter religioso". Esa disposición vetaba el acceso de las asociaciones religiosas a licencias de radio y televisión bajo el régimen de concesión, que es la figura que

la Ley en esa materia establece para las estaciones de carácter comercial. Sin embargo, dejaba abierta la posibilidad de que alguna Iglesia obtuviera un permiso, que es el régimen de licencias para estaciones de radio o televisión sin fines lucrativos.

El artículo 21 de la iniciativa del PRI reiteraba la disposición del artículo 24 constitucional para que los actos religiosos de culto público se realizaran de manera ordinaria en los templos, y solo de manera excepcional fuera de ellos. La difusión de tales ceremonias en medios de comunicación electrónicos tendría que ser previamente autorizada: “Las asociaciones religiosas únicamente podrán, de manera extraordinaria, transmitir o difundir actos de culto religioso a través de medios masivos de comunicación no impresos, previa autorización de la Secretaría de Gobernación”.

Era claro que tres de las cuatro iniciativas proponían inhabilitar a las Iglesias para poseer medios de radiodifusión, aunque descuidaran detalles como la existencia de dos regímenes en la asignación de frecuencias. En todo caso, el tema de las asociaciones religiosas y los medios parecía tener tal consenso, que no se le mencionó en el dictamen que la Comisión de Gobernación y Puntos Constitucionales presentó al pleno de la Cámara de Diputados el 8 de julio de 1992.

No había una sola palabra acerca de tales asuntos en la exposición de motivos de la iniciativa que sería finalmente aprobada el 8 de julio de 1992. En el proceso de dictaminación, la propuesta del PRI en los temas que hemos mencionado experimentó dos cambios. Al artículo 16, que como ya señalamos prohibió la asignación de concesiones de radiodifusión para

asociaciones religiosas o ministros de culto, se añadió que tampoco podrían “adquirir, poseer o administrar cualquiera de los medios de comunicación masiva”.

Esa adición hizo más eficaz el veto a la propiedad de medios por parte de las Iglesias. En la propuesta priísta se especificaba que la prohibición era válida para estaciones de radio y televisión. El dictamen que resultó de la discusión entre diputados de los partidos amplió esa definición, y, quizá sin quererlo, se adelantó a la diversificación de medios de comunicación que tendríamos una década más tarde. Al imposibilitar la participación de las Iglesias en la posesión o gestión de “cualquier medio de comunicación masiva”, el Poder Legislativo incluye a los sistemas de propagación de contenidos que no son, formalmente, radio o televisión.

Esa precisión es de importancia singular, porque la Ley Federal de Radio y Televisión solamente define como radiodifusión a la que se realiza de manera abierta. Según la legislación mexicana, la televisión por cable o satélite no es televisión, porque no se difunde en frecuencias abiertas de radiodifusión. Resulta absurdo, pero esa es una de las muchas consecuencias del estancamiento legislativo para los medios de comunicación. La Ley Federal de Radio y Televisión fue elaborada a fines de los años cincuenta y promulgada a comienzos de 1960, cuando no existía, o no eran ampliamente conocida, la televisión por cable o por satélite.

Por otro lado, la taxativa para que las Iglesias tengan “cualquiera de los medios de comunicación masiva” tiene variadas implicaciones. Como resultado de esa disposición, ninguna asociación religiosa puede ser propietaria de un periódico o de una revista de infor-

mación general ni de una productora o de una sala cinematográfica. Si esa restricción fuera interpretada con rigor, podría extenderse a la propiedad y administración de sitios en Internet, dependiendo de cómo se defina a los medios de comunicación de masas. En todo caso, como veremos más adelante, las limitaciones que establece el artículo 16 de la Ley de Asociaciones Religiosas en materia de propiedad de medios de comunicación son cumplidas a medias, y en algunas ocasiones resultan francamente desatendidas. Y la restricción del artículo 21, según la cual solo de manera excepcional serían autorizadas transmisiones religiosas por televisión y radio, fue crecientemente transgredida por el gobierno federal, especialmente entre 2006 y 2012.

La otra modificación realizada en el camino entre los partidos políticos y la comisión dictaminadora fue una precisión en el artículo 21. A la exigencia de que los actos religiosos únicamente se difundan en medios de comunicación cuando las transmisiones hayan sido aprobadas por el gobierno, se añadió: “En ningún caso, los actos religiosos podrán difundirse en los tiempos de radio y televisión destinados al Estado”. Se evitaba, así, que el Estado fuera intermediario en la propaganda de las Iglesias. Y también se impedía que el espacio asignado al propio Estado en los medios de radiodifusión fuera utilizado en beneficio de grupos particulares. Esas precisiones no incomodaban a las Iglesias, especialmente a la católica. La jerarquía eclesial no tenía interés en acceder a los tiempos oficiales en radio y televisión, sino a los horarios estelares, que son manejados por las empresas de ese ramo.

II. VETO A LA PROPIEDAD DE MEDIOS, PROPUESTO POR VARIOS PARTIDOS

La Cámara de Diputados discutió esa Ley entre el 7 y el 8 de julio de 1992. Acerca de la restricción a la propiedad de medios de comunicación señalada en el artículo 16, hubo solamente dos intervenciones. El Partido Acción Nacional, a través del diputado José Raúl Hernández Ávila, dejó un tímido registro de su desacuerdo con esa proscripción:

El segundo párrafo del artículo 16 de la ley que se discute, establece limitaciones y facultades a las asociaciones religiosas referentes a la difusión que pretendan hacer de sus doctrinas, creencias o ideologías a través de los medios masivos de comunicación.

En primer término, el Partido Acción Nacional advierte que existen limitaciones al derecho a difundir estas ideas, cuando se establece la prohibición a las asociaciones religiosas para adquirir, poseer o administrar concesiones para la explotación de estaciones de radio, televisión y medios de comunicación masiva en general.

Sin embargo, considerando que, como lo ha reconocido ya aquí algún diputado de la mayoría en este debate, las leyes no pueden ser inmutables y, considerando también el marco de esa historia a la que se han hecho hoy igualmente varios referencias, los mexicanos habremos de observar en el futuro inmediato la aplicación, riesgos y consecuencias de la Ley Reglamentaria que esta honorable Cámara de Diputados discute en esta sesión, para que, en su caso, propongamos las modificaciones pertinentes.

Desde luego estas restricciones dejan a salvo el derecho de las asociaciones religiosas a transmitir actos de culto religioso a través de medios de comunicación no impresos, derechos ya señalados en el artículo 21 de esta misma ley (Cámara de Diputados, 1992).

Esa sería la actitud que asumirían los dirigentes de la Iglesia católica en México. No les gustaba la negativa legal a que poseyeran o manejaran medios de comunicación. Pero, sin restarle importancia y aunque no dejarían de señalar su contrariedad al respecto, consideraban que dicha limitación podría ser revisada en otro momento.

El PRD propuso atenuar la prohibición a la presencia de las Iglesias en medios de comunicación impresos y sugirió que, además de publicaciones de carácter religioso, las Iglesias pudieran tener periódicos y revistas culturales. El diputado Óscar Pimentel González, del Partido Revolucionario Institucional, rechazó ese cambio: “Entendemos por ello que el objeto de las asociaciones es evidentemente de carácter religioso y que ampliar el sentido para las publicaciones de carácter impreso que se permiten en la ley, ampliarlo a que esas publicaciones fueran de carácter educativo y cultural, sería desviar el objeto de estos medios” (Cámara de Diputados, 1992).

Acerca del párrafo del artículo 21, que hace obligatoria la solicitud al gobierno federal para la transmisión de ceremonias religiosas por radio o televisión, no hubo una sola alusión en la discusión de ese dictamen.

A la siguiente semana, el Senado de la República conoció y aprobó la minuta sobre esa iniciativa que recibió de los diputados. En las alocuciones sobre esa Ley no hubo referencias a la relación de las Iglesias con los medios de comunicación (Senado de la República, 1992).

La Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público fue publicada en el *Diario Oficial* el 15 de julio de 1992. Los artículos con referencias a la relación entre Iglesias y medios de comunicación quedaron así:

Artículo 16 (...) Las asociaciones religiosas y los ministros de culto no podrán poseer o administrar, por sí o por interpósita persona, concesiones para la explotación de estaciones de radio, televisión o cualquier tipo de telecomunicación, ni adquirir, poseer o administrar cualquiera de los medios de comunicación masiva. Se excluyen de la presente prohibición las publicaciones impresas de carácter religioso.

Artículo 21 (...) Las asociaciones religiosas únicamente podrán, de manera extraordinaria, transmitir o difundir actos de culto religioso a través de medios masivos de comunicación no impresos, previa autorización de la Secretaría de Gobernación. En ningún caso, los actos religiosos podrán difundirse en los tiempos de radio y televisión destinados al Estado (*DOF*, 1992).

La jerarquía de la Iglesia católica reaccionó con precaución ante la Ley de Asociaciones Religiosas. Las modificaciones constitucionales le habían beneficiado con un viraje histórico respecto de las Leyes de Reforma decimonónicas. Frente a esos cambios, restricciones como las que estableció la ley reglamentaria fueron menores y pasaron a formar parte de la agenda a mediano plazo del poder eclesiástico.

En una *Declaración* el 13 de agosto de 1992, la Conferencia Episcopal Mexicana sostuvo:

Hemos esperado con interés esta ley reglamentaria, pues necesitamos un marco legal que posibilite el ejercicio del derecho a la libertad religiosa de los creyentes en nuestra patria. Queremos reconocer los principales aciertos de la misma, señalar algunas limitaciones y, sobre todo, manifestar nuestro deseo de que esta nueva etapa de la vida de la Iglesia que hoy se inaugura, redunde en beneficio de todos los mexicanos (*CEM*, 1992).

El cuidadoso documento de los obispos mexicanos no se refirió de manera directa a la imposibili-

dad para tener estaciones de televisión y radio ni a la obligación para requerir permiso de la Secretaría de Gobernación cada vez que quisieran transmitir contenidos religiosos en medios electrónicos. Pero después de ponderar los cambios legales favorables a las Iglesias, deploraron: “La nueva ley reglamentaria no carece de limitaciones y ambigüedades. Esto lo atribuimos no sólo a la imperfección de toda obra humana, sino principalmente a la inexperiencia en este terreno; por mucho tiempo esta materia se consideró como tabú y el que podríamos llamar ‘Derecho eclesiástico del Estado mexicano’ prácticamente no existía”.

Los obispos se quejaron de las restricciones a la enseñanza religiosa en las escuelas y del veto para tener medios de comunicación: “Podemos también señalar en la legislación algunas medidas y expresiones que denotan desconfianza y hasta recelo como si la Iglesia, en particular la jerarquía eclesiástica, anduviera a la caza de riquezas o en búsqueda del poder político o de prestigio social” (CEM, 1992).

Los dirigentes de la Iglesia católica no iban a descalificar a la nueva ley debido a restricciones específicas que les imponía. Pero tampoco dejaron de lamentar los impedimentos para enseñar la religión de manera oficial y tener medios de radiodifusión propios. En opinión de una estudiosa de las tensiones entre Iglesia y Estado: “La demanda de la jerarquía de reformar lo reformado continuará hasta que se conceda y desaparezca la discrecionalidad de la Secretaría de Gobernación, se le permita la propiedad de medios de comunicación y se establezca la doctrina cristiana obligatoria en todos los planes de estudio” (García Ugarte, 1993: 139).

Dentro de la jerarquía eclesiástica, que no es homogénea, había grupos de interés que cultivaron mayores esperanzas acerca de la apertura que la ley reglamentaria les permitiría disfrutar en los medios de comunicación. Al tener más expectativas, su decepción fue mayor. Ese fue el caso del obispo Samuel Ruiz, que un año y medio más tarde adquiriría mayor fama pública debido a su cercanía con los dirigentes del Ejército Zapatista. Una investigación sobre aquellos cambios en el orden jurídico mexicano recogió esta crónica:

Las expectativas que algunos Obispos mostraban a la prensa antes de la promulgación de la LARCP no han sido del todo cumplidas. Nos referimos especialmente a la relación entre el factor religioso y los medios de comunicación. En tal sentido, el Obispo de San Cristóbal de las Casas, Samuel Ruiz, hizo notar 'indefiniciones' y 'ambigüedades' en la LARCP y calificaba de 'absurdo que el Estado defina que existe libertad plena para la libertad de expresión, y limite el uso de los medios de comunicación a las iglesias' (Flores-Saiffe, 2002: 466).

III. MARÍA VISIÓN, AMBICIOSO Y PORFIADO PROYECTO DE COMUNICACIÓN

La Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público apareció en el *Diario Oficial de la Federación* el 15 de julio de 1992. Tan solo quince meses más tarde, en contravención a ella, la Iglesia católica puso a funcionar un canal de televisión.

La disposición legal que les prohíbe a las asociaciones religiosas ser propietarias de medios de radio-

difusión fue un acicate para el establecimiento de “Claravisión”, que más tarde cambiaría de nombre para llamarse “María + Visión”. Se trata de un canal de orientación, compromisos e identidad definidos en la jerarquía de la Iglesia católica.

No es una emisora con señal abierta, pero sí un canal con producción propia, dedicada exclusivamente a la difusión de contenidos religiosos. Claravisión fue creado por los esposos Mónica Alemán Magnani y Emilio Burillo Azcárraga a través de la empresa Televisión Comunal de México, y comenzó a transmitir, por televisión de cable, el 1o. de noviembre de 1993 en Toluca.

Emilio Burillo es primo de Emilio Azcárraga Jean, dueño de Televisa. Su hermano Alejandro Burillo Azcárraga preside el Grupo Pegaso, que se dedica al negocio de las telecomunicaciones. Emilio Burillo Azcárraga nació en 1956, estudió cine y televisión en Los Ángeles, y desde los 23 años su actividad empresarial estuvo relacionada con Televisa, primero como funcionario de ese consorcio y más tarde como contratista y, a la vez, proveedor de servicios. Fue director general de los canales 5 y 8 (luego canal 9) de Televisa. Más tarde fundó el Centro Qualli de Post Producción, en donde tenía participación su tío Emilio Azcárraga Milmo, dueño de Televisa hasta su muerte en 1999, y que ofrecía servicios a ese consorcio. Ha manejado las empresas de cable “Cable Net”, que ofrecen televisión de paga en distintos sitios (Europa Press, 2010). TV Comunal de México, la razón social bajo la cual fue creada Clara Visión, también distribuye televisión por cable.

La esposa de Emilio Burillo y cofundadora de María Visión, Mónica Alemán Magnani, es hija de Miguel

Alemán Velasco, que fue presidente de Televisa entre 1986 y 1989. Posteriormente, Alemán Velasco se separó de ese consorcio para dedicarse a la política activa (fue gobernador de Veracruz), y más tarde a otros negocios.

Formalmente, María Visión es un canal de seculares. Sin embargo, al explicar su perfil e historia, esa emisora subraya la participación de la Iglesia desde su planeación, cuando “fue apoyado en todo momento (por) don Adolfo Torres Romero, entonces Obispo de Toluca” (María Visión, s/f).

En agosto de 2000, las instalaciones de ese canal eclesiástico fueron trasladadas a la ciudad de México. Según se ha dicho, Burillo quería presentar a la televisora como canal de la Basílica de Guadalupe (Moch, 2010 a). Fue entonces cuando modificó su nombre para llamarse “María Visión”. El proyecto para vincularse a la imagen de la Guadalupana no prosperó, pero, sea cual fuera la causa del cambio de residencia, el canal permaneció en el Distrito Federal durante casi todo el sexenio gobernado por el presidente Vicente Fox.

Si en la capital de la República no encontró el respaldo social que buscaban sus promotores, en cambio, en la zona del país en donde la jerarquía católica es más conservadora María Visión halló su sitio: “De la mano de María y tras grandes esfuerzos, en febrero de 2006 el Arzobispo de Guadalajara, Cardenal Juan Sandoval Íñiguez, bendijo las instalaciones de María + Visión en el centro de Zapopan, frente la Basílica, siendo la gran invitada la venerabilísima imagen de la Virgen de la Expectación” (María Visión, s/f).

Aquel 2 de febrero de 2006, el cardenal jalisciense Sandoval Íñiguez auguró: “Se enciende una luz que va a llevar a muchas almas un mensaje positivo de

salvación y la alegría de la esperanza cristiana”. Pidió “dar todo el apoyo a este nuevo instrumento evangelizador, que hará posible que María llegue al corazón de sus hijos y los atraiga hacia Cristo”. Y, de acuerdo con la crónica que publicó el semanario de la Arquidiócesis de Guadalajara, “abundó en que la creación de un canal de televisión como ‘María Visión’ es posible gracias a la libertad que tienen los laicos de poseer medios de comunicación, derecho que el matrimonio Burillo Alemán ejerce para bien de todos los católicos de Guadalajara y del País entero” (Zepeda de León, 2006).

María Visión difunde su señal por satélite, para ser incorporada a sistemas de televisión de paga (cable y satélite) en diversos sitios del país. El sistema satelital Sky, propiedad de Televisa, le da cobertura nacional a través del canal 257. El hecho de tener ese alcance no significa que María Visión reúna audiencias numerosas. En los sistemas de televisión de paga, que ofrecen varias docenas de opciones, la audiencia se fragmenta. La singularidad de María Visión no radica en la amplitud de sus públicos, sino en el tipo de programación que ofrece y en el hecho mismo de que, tratándose de un canal de la Iglesia católica, funcione sin contratiempos a pesar de la disposición legal que expresamente prohíbe las estaciones en manos de asociaciones religiosas.

La producción propia de María Visión —parte de la cual exporta a otros países— es abundante, pero monótona. Todas sus series comparten el propósito de promover la fe religiosa. En el sitio *www.mariavision.com* aparece un inventario de 65 programas de esa televisora. Esta es la descripción que allí se ofrece de 15 de ellos.

— *A corazón abierto*: “tiene como misión descubrir a los tele auditores que Cristo tiene una puerta abierta: la Herida de su Corazón traspasado; un Corazón vivo, fuente de misericordia, gracia y santidad, que quiere derramarse y dar nueva vida a quienes, a su vez, se abren a Él”.

— *Alégrate*: “es un programa que proporciona al televidente formación humana integral para motivarle al crecimiento personal bajo la mirada de Dios. Un programa con ideas prácticas para desarrollar virtudes humanas”.

— *Amor que salva*: “Dar a conocer la Espiritualidad de la Cruz, como un modo concreto de seguir a Jesús, desde sus diferentes instituciones y carismas, como camino para vivir nuestra fe Católica de manera comprometida y desde nuestros diferentes estados de vida, es el objetivo de este programa”.

— *Catecismo católico*: “Necesitamos esforzarnos por conocer más nuestra doctrina por medio del Magisterio de la Iglesia, con particular empeño en el Catecismo católico, la Doctrina Social, Encíclicas, exhortaciones apostólicas y cartas; abrir nuestro corazón al amor en Cristo, conociendo la obra del Espíritu Santo en nuestra inteligencia”.

— *La divina misericordia*. “Una oración para ganar la promesa de ver bendecidas a nuestras familias, atendidas nuestras necesidades, convertidos a los pecadores, fervorosos”.

— *Encuentros*: “Misión: Formar doctrinalmente al auditorio. Promover el apostolado personal con parientes y amigos. Seguir el año litúrgico. Explicar cada tiempo, en su momento preciso. Explicar las solemnidades, y fiestas del año. Conmemorar las fiestas Marianas y comentar el Santoral conforme se vaya cumpliendo”.

— *Entre amigos*: “Jóvenes seminaristas de Guadalajara comparten el Evangelio y promueven con alegría y dinamismo las vocaciones sacerdotales y religiosas”.

— *Fe y razón*: “Reflexionar sobre la necesidad de poner en práctica el cristianismo que profesamos. Jesús nos exhorta a guardar sus mandamientos y no solo a creer en Él, nos pide que amemos y no solo que escuchemos. El cristianismo es un acontecimiento que realmente ha ocurrido en la historia humana y su enseñanza ha marcado más que ninguna otra enseñanza la civilización humana”.

— *Impulso del corazón*: “Brindar un espacio de formación a todos los fieles interesados en clamar al Señor a través de la oración de intercesión uniéndonos en un mismo corazón y una sola alma todos aquellos que aman al pueblo de Dios y están dispuestos a orar por el, dando un servicio a la Iglesia Diocesana y poniendo al servicio de Dios los carismas propios de los intercesores siendo luz y sal dentro de nuestra sociedad”.

— *Matrimonio, un proyecto de Dios*. “Mediante charlas secuenciales debidamente estructuradas, se proporcionan experiencias y reflexiones para fortalecer y orientar positivamente a quienes viven el santísimo Sacramento del matrimonio, porque la idea es que todos, no importa la edad, logremos alcanzar las gracias y beneficios de quienes viven su amor de la manera como Dios lo tiene diseñado”.

— *Santa Misa*: “La Misa es el medio principal que Dios ha establecido para aplicar los méritos que Cristo ganó en la Cruz para toda la humanidad. Para recibir todos los méritos disponibles es necesario participar con fe. Cuanto más fe se viva la Santa Misa, mayor gloria se le ofrece a Dios

y mayor la gracia que se recibe, no solo para los participantes sino para la humanidad”.

— *Santísimo sacramento*: “Acompaña en vivo a Jesús Eucaristía, presente en tu hogar para escucharte y atender tus peticiones en la Adoración”.

— *Santo Rosario*: “Consta de La contemplación, El Padre Nuestro, El Ave María, El Gloria, ‘familia que reza unida, permanecerá unida’ ”.

— *Señor, quédate en mi barrio*: “Un grupo de carnales de Barrios Unidos en Cristo, intenta ofrecer con su música y testimonio, un camino a personas con problemas de adicciones”.

— *Urgente llamado a la santidad*: “Lograr que nuestro mundo materialista y hedonista llegue a la conciencia del llamado de Jesús: ‘Ser perfectos como vuestro Padre Dios es perfecto’ y la invitación de San Pablo: ‘Si habéis resucitado con Cristo buscad las cosas de arriba, gusten los bienes del cielo, no los de la tierra’. Todos estamos llamados a la santidad”.

IV. OPACIDAD DEL GOBIERNO, O ENSAYO, ANTE EL CANAL DE LA IGLESIA CATÓLICA

María Visión se ha convertido en un enclave de comunicación multimediático. Además de la producción y transmisión de programas televisivos, mantiene un sitio en Internet a través del cual difunde esos contenidos, vende artículos promocionales y hace proselitismo religioso. Por otra parte, y aunque tiene una estructura diferente, desde 2003 transmite en Guadalajara —y luego en otros sitios del país— la cadena Radio María, de la que nos ocupamos más adelante.

Esos proyectos de comunicación religiosa se han desarrollado a contracorriente de la legislación y con el visto bueno de autoridades federales, estatales y municipales. El surgimiento de María Visión ocurrió, como hemos apuntado, muy poco después de que entró en vigencia la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público. Es una circunstancia que los creadores de la televisora no ignoraban. Años después, han podido ufanarse:

No obstante las dificultades que fueron surgiendo debido a las leyes que regulan la programación televisiva en México, se obtuvo la concesión para mantener al aire este medio evangelizador. Y, a la par, brotaron nuevas inquietudes con el afán de mejorar los contenidos de los programas y ofrecer una mejor imagen de la Iglesia evangelizadora. De esta manera, Clara Visión extendió su trabajo más allá de la transmisión televisiva, integrando otras expresiones de evangelización como el apoyo directo a grupos misioneros y la Línea de Auxilio Espiritual, que durante las 24 horas del día orienta y atiende problemas los humanos y espirituales del Pueblo de Dios (María Visión, s/f).

El trabajo de María Visión ha sido público. Ni sus contenidos de carácter religioso ni sus propósitos de proselitismo católico han sido disimulados. Sin embargo, la existencia de ese canal de televisión, cuya señal a través de sistemas de cable llega a todo el país, ha suscitado escasos cuestionamientos durante los veinte años que casi cumple. Por lo general, ni los grupos y ciudadanos que reivindican el laicismo en la vida pública ni aquellos que se preocupan por el desempeño de los medios de comunicación han manifestado inquietudes ante el funcionamiento de un canal de televisión cuya existencia misma contradice

la legislación para las asociaciones religiosas en materia de acceso a la radiodifusión.

Una de las pocas excepciones en ese panorama de ignorancia, indiferencia o resignación ante el despliegue de los proyectos comunicacionales de la Iglesia católica ha sido el escritor Jorge Moch, que en junio de 2010 dedicó tres artículos a ese tema en *La Jornada Semanal*. En uno de ellos, el autor relata el silencio de las autoridades a las que acudió en busca de explicaciones acerca del funcionamiento de María Visión:

Nadie en la Secretaría de Gobernación ha sido capaz de responder las importunas preguntas de este escritor acerca de por qué se permite a María Visión llevar el culto católico en varias de sus modalidades —prédicas, rezos, instrucción religiosa, eucaristías y en general una nutrida y predecible liturgia— a un medio masivo de comunicación, violando flagrantemente el artículo 24 Constitucional y su ley reglamentaria y, de manera más específica, el artículo 16 de la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público (Moch, 2010 b).

Evidentemente, el funcionamiento de María Visión no ha sido posible sin la aquiescencia del gobierno. Cuando ese canal estaba cumpliendo tres años, el especialista Bernardo Barranco opinó que se trataba de “un ensayo tolerado por el gobierno, con el que está tentando a la opinión pública para ver hasta dónde tolera” (Herrera, 1996).

Si de eso se trata, la existencia de María Visión ha confirmado la tolerancia, o la indolencia, de la mayor parte de la sociedad mexicana hacia los medios de comunicación en manos de la Iglesia católica. María Visión no ha alcanzado audiencias multitudinarias, pero su función primordial, para la jerarquía eclesiás-

tica, es el hecho de que está allí, disponible, aunque sea únicamente en televisión de paga, e incrementando su capacidad de producción, incluso para nutrir su expansión en otros países.

Mientras tanto, la utilidad de ese canal de televisión puede tener expresiones paradójicas, o infrecuentes. En 2007, el obispo de Cuernavaca, Florencio Olvera Ochoa, aseguró que el gobierno de Morelos planeaba “regenerar a delincuentes menores y de alta peligrosidad recluidos en cárceles del estado a través de la señal televisiva María visión luz católica”. Según esa versión, los 2,600 internos del Centro de Readaptación Social de Atlacholoaya, al sur de Cuernavaca:

tendrán la obligación de ver la señal, misma que difunde acciones sobre valores, liturgia, oraciones, testimonios religiosos y programas como Fieles del Señor. En el penal de Atlacholoaya serán instalados 19 televisores de plasma, y los reclusos tendrán que dedicarle tiempo a la observación de los programas preparados, que serán un total de 30 a la semana (Vega Giles, 2007).

V. MARÍA VISIÓN RESULTÓ DEMASIADO CONSERVADORA PARA LOS ESPAÑOLES

Los intentos de la jerarquía eclesiástica mexicana y de los operadores de María Visión para extender ese canal dentro y fuera de México tendrían que haber tomado en cuenta la fallida aventura que protagonizaron en España cuando trasplantaron los contenidos de ese canal religioso a la televisión abierta de aquel país. En España, la Iglesia católica tiene presencia legal en los medios de comunicación. La expresión más

relevante de ese desempeño es la cadena de radio, con alcance nacional, conocida como COPE, que desde 1979 maneja la Conferencia Episcopal.

Con el funcionamiento de la televisión digital en España se abrieron espacios para nuevos canales en televisión abierta, y el episcopado, asociándose con una empresa de comunicación, pudo disponer de una frecuencia. De esa manera, se amplió la cobertura de varias televisoras locales que los obispos españoles comenzaron a instalar en 2002 (Fariñas Martín 2008). Popular TV transmitía como cadena generalista (es decir, abierta y de contenidos dirigidos a toda la población) “y de identidad católica, con amplios espacios de programación local” (Gómez, Rosario, 2006). La identificación de ese canal con el conservador Partido Popular era evidente desde su nombre mismo. Pero la ideología no siempre es negocio por sí misma ni es el mejor aliciente para incrementar el *rating*. Pocos años después, la Conferencia Episcopal tuvo problemas para sustentar el desarrollo de ese canal de televisión y creyó encontrar la solución a tales carencias asociándose con el mexicano Emilio Burillo.

Entre abril y junio de 2010, y como resultado de esa alianza, el canal 13 de televisión, controlado por el episcopado español, se llamó “Popular María † Visión”. Burillo anunció que sería una “televisión familiar”, a la que definía como

contrapunto de una tendencia creciente en el sector hacia una programación sin principios, relativista y contraria a la dignidad de la persona humana... un medio que llegue a cada uno de los hogares, anunciando la Palabra de Dios y desarrollando un activo servicio de caridad hacia toda la humanidad, al convertirse en el canal de la familia y favorecer la educación en los valores trascendentales (Religión Confidencial, 2010).

En la inauguración del nuevo canal, el empresario mexicano estimó que una televisora dedicada a evangelizar sí sería rentable: “Popular no es una televisora para entretener, sino de necesidad social, cultural, moral y religiosa. La gente va a apoyar este proyecto, porque lo va a ver como muy necesario. La gente está cansada. Quiere una televisión sin elementos destructivos contra su familia” (Benjumea, 2010: 19).

La programación del canal español reprodujo el modelo de María Visión en México, incluyendo series como Santo Rosario, Palabra de Vida, Palabras de nuestro Pastor, Santa Misa en directo, Hora Santa y La Divina Misericordia (*Ibid.*). Pero no es lo mismo funcionar en un sistema de televisión de paga, en medio de una amplia gama de opciones de televisión, y en donde hay cabida para canales de variados perfiles y para segmentos de públicos muy diversos, que transmitir en televisión abierta.

En la televisión de paga, María Visión es un canal con presencia tan marginal como muchos otros que se dirigen a audiencias específicas (canales con un tipo determinado de música, o de una variedad gastronómica peculiar, o con programación para oriundos de un país, etcétera). En cambio, en la televisión abierta, en donde hace falta una programación versátil y para públicos diversos, no fue sorprendente el tropiezo de María Visión. Un comentario en la prensa digital española apuntó: “La línea que está tomando Popular Televisión con exagerado acento en contenidos pastorales extremos y ultra religiosos, va en contra del ideario de los medios de la Conferencia Episcopal y de lo que los Obispos entienden por una cadena de Televisión... la idea era hacer una televisión generalista con contenidos conservadores, pero no exclusivamente religiosos” (*PRNoticias*, 2010).

En julio de 2010, la COPE y la empresa de Burillo, denominada Producciones Apóstol Santiago, rompieron el acuerdo que tenían y María Visión desapareció del dial español. Un periódico de Sevilla narraba así la ruptura:

Lo siento, estimados lectores. Abjuren de ver cofradías en butaca de salón por una televisión local. Hagan votos de contrición y prometan que con su mando a distancia sólo podrán sintonizar programas como Quiero ser santo, Fe católica viva o Rezo del Rosario. Las únicas concesiones son la misa desde la Basílica del Gran Poder y la redifusión del concierto Saeta Solidaria desde la Basílica de la Macarena.

Cómo será de integrista la plataforma audiovisual de este potentado mexicano, primo del accionista mayoritario de Televisa, que la Conferencia Episcopal se ha desmarcado de esta cadena y ha puesto en marcha La 13. Viendo las dificultades económicas de la Iglesia española para mantener sus medios de información, Burillo tiró del talonario y en marzo de 2010 le hizo una OPA [Oferta Pública de Adquisición] para convertirse en presidente de Popular TV. La quiso absorber en su red internacional. Sólo cuatro meses después, los obispos consiguieron desembarazarse de él (y lo que representa en las facciones eclesiales) y lo reemplazaron por Fernando Giménez Barriocanal, máximo responsable de la Cadena Cope... (*Diario de Sevilla*, 2011).

Un año más tarde, María Visión instaló estudios en el convento de Santa Rosalía de las Hermanas Clarisas Capuchinas, en Sevilla, para transmitir por televisión digital en esa ciudad, así como en Toledo y Madrid.

De acuerdo con la publicación en línea Catholic.net, del Episcopado Mexicano, María Visión describe así su tarea internacional:

...transmitimos las 24 horas del día, los 365 días del año, una programación llena de riquezas espirituales que de una primera etapa, se ha ido expandiendo poco a poco con la gracia de Dios y la intercesión de Nuestra Santísima Madre, primeramente a nivel nacional desde el 11 de febrero de 1995 (Lourdes) y posteriormente, a nivel internacional, comenzando el 12 de octubre (descubrimiento de América) del mismo año. Todo lo anterior ha sido un verdadero tributo y homenaje alegre para Dios, porque se han dado muchas conversiones y testimonios de vida. Por citar algunos de ellos, se han evitado abortos, así como suicidios, se ha propiciado la reconciliación en numerosas familias que estuvieron a punto de desintegrarse, los jóvenes que han abierto su corazón se han hecho amigos de Jesucristo, muchas personas han despertado y se han comprometido con la Iglesia (Catholic.net, 2010).

Ese compromiso con la Iglesia se desarrolla en contravención al compromiso con la ley. Pero esa falta no preocupa ni al Estado ni a la jerarquía eclesiástica en México. En contraste con las insuficiencias que los obispos mexicanos encontraban en la Ley de Asociaciones Religiosas poco después de su promulgación, dos décadas más tarde el reconocimiento jurídico a la propiedad y al manejo de medios de comunicación ha dejado de ser un tema preocupante en ese sector. A fines de 2012, entrevistado por el semanario *Proceso*, el vocero del episcopado mexicano, Manuel Corral, se ufanaba de los espacios conquistados por la Iglesia en los medios de comunicación, y explicaba que el cambio de las leyes en ese aspecto había dejado de inquietar a la jerarquía eclesiástica:

—¿Y tampoco pretenden modificar la ley para poder poseer medios de comunicación masiva?

—Tampoco, porque ya tenemos varios medios de comunicación. Por ejemplo, las diócesis tienen

sus propios periódicos registrados y sus respectivas páginas de internet. Hay diócesis que tienen hasta estaciones de radio. Y aunque manejado por laicos, está operando el canal de televisión católica María Visión. Según encuestas, los sacerdotes mexicanos son los que más utilizan las nuevas tecnologías para evangelizar; un 32% se vale de las redes sociales (Vera, 2012).

VI. RADIO MARÍA, CADENA DE EMISORAS EN PLENA EXPANSIÓN NACIONAL

El vocero de los obispos subrayó con claridad la distinción entre María Visión, que depende de la Iglesia, pero formalmente es manejada por ciudadanos sin responsabilidades eclesísticas, y las estaciones de radio con sello católico que han comenzado a extenderse en varias zonas del país. Varias de ellas forman parte de Radio María, cuya sede se ubica, significativamente, también en Zapopan, Jalisco, muy cerca de los estudios de María Visión. Aunque no se encuentra directamente ligada al canal de televisión, Radio María transmite contenidos similares y también está subordinada a la jerarquía de la Iglesia católica.

Radio María es un proyecto de la Iglesia católica que surgió en 1983 en Como, en la diócesis de Milán, en Italia. Hacia 2013 contaba con estaciones o espacios radiofónicos en más de sesenta países (RadioMaría.org 2013). Sus promotores la definen de esta manera:

Radio María es un instrumento de la nueva evangelización que se pone al servicio de la Iglesia del Tercer Milenio, como emisora católica comprometida en el

anuncio de la conversión a través de una parrilla de programación que ofrece un amplio espacio a la oración, a la catequesis y a la promoción humana. Los fundamentos de su apostolado son la confianza en la divina providencia y la dependencia del voluntariado (Catholic.net s/f).

En México, Radio María comenzó a funcionar el 31 de mayo de 2003 en Guadalajara (Radio María México, s.f.). Diez años más tarde, los programas de esa emisora se transmiten en estaciones propias, o afiliadas, en por lo menos otras cuatro ciudades mexicanas.

En Guadalajara Radio María transmite en la estación XELT, con la frecuencia 920 de Amplitud Modulada. Esa frecuencia está concesionada por el gobierno mexicano a “Radio Tapatía, S. A. de C. V.”, aunque en el padrón de radiodifusoras de la Cámara de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT) aparece registrada como parte de Televisa Radio (CIRT, 2013). En 2011, Radio María inauguró nuevos estudios en Zapopan.

También en Jalisco, Radio María transmite en Puerto Vallarta en la XHFSM, en el 100.7 de FM. La Comisión Federal de Telecomunicaciones, Cofetel, asignó esa frecuencia como permiso el 11 de enero de 2012 a la asociación civil “Fundación Cultural para la Sociedad Mexicana” (Cofetel, 2012). Como señalamos antes, la Ley Federal de Radio y Televisión distingue entre concesiones para uso comercial y permisos con fines no lucrativos. Hasta ahora, hasta donde sabemos, el Estado mexicano nunca había otorgado una licencia de radiodifusión para una emisora expresamente religiosa.

La Fundación Cultural para la Sociedad Mexicana también recibió en enero de 2012, y con vigencia hasta enero de 2024, un permiso para manejar en Culiacán, Sinaloa, la emisora XHFCS, en el 90.3 de FM. Ese es otro de los eslabones de Radio María.

En Mérida, Yucatán, Radio María transmite en la XEYW, en el 760 de AM. Esa emisora está concesionada a la firma Tropicradio del Sureste (Cofetel, 2012).

En Villahermosa, Tabasco, la emisora religiosa ocupa la frecuencia de XEVA en el 790 de AM, y recientemente recibió la XHVA en el 91.7 de FM. Ambas emisoras están concesionadas a Radio Tabasco. El padrón de radiodifusoras de la CIRT indica que la XEVA forma parte de Radiodifusoras Asociadas de México, RASA, una cadena ligada a Televisa Radio.

Radio María, en México, es un proyecto institucional de la Iglesia católica. Sus directivos son sacerdotes expresamente designados para esa responsabilidad. En agosto de 2011, el sacerdote Rubén Ponce de León Murillo dejó la diócesis de Tabasco para quedar adscrito en la arquidiócesis de Guadalajara como director de la emisora, a propuesta del cardenal tapatío Juan Sandoval Íñiguez. Ponce sustituyó al también sacerdote Roberto Dueñas Corona, que dirigió Radio María durante nueve años.

Ponce de León considera, sin ambages, que Radio María se encuentra al servicio de la Iglesia católica, pero se vale de un juego de palabras para justificar a esa emisora a pesar de la Ley de Asociaciones Religiosas: "Radio María es una Estación eclesial, pero no eclesiástica. Consagrados, sacerdotes y laicos nos coordinamos al servicio de los oyentes. No es eclesiástica porque no es de la Iglesia, pero como Asociación Civil, está al servicio de la Iglesia. Los fun-

dadores y actuales dirigentes son laicos con asesoría eclesiástica” (Ceja Ramírez, 2011).

Muy similar es el caso de Veritas Radio en San Cristóbal de las Casas, en Chiapas, que también recibió un permiso de la Comisión Federal de Telecomunicaciones para manejar una frecuencia en FM con programación religiosa. En noviembre de 2012, “el local de la permisionaria de la nueva radiodifusora de Veritas Medios Global, A. C., ubicado en la referida ciudad, fue inaugurado por el obispo Felipe Arizmendi, quien exhortó a los integrantes de Veritas a “ser fieles comunicadores de «la verdad que es Cristo, ya que la verdad nos hará libres»” (Sosa Plata, 2013).

VII. IGLESIAS, CADA VEZ CON MÁS ESPACIOS EN RADIO Y TELEVISIÓN

En México transmiten otras televisoras de contenido religioso, aunque producido fuera del país. Varios sistemas de televisión codificada incluyen el canal TBN Enlace. Se trata de la versión en español de la cadena Trinity Broadcasting Network, de filiación evangélica. Una investigadora especializada en comunicación y religión explica que TBN Enlace “es una cadena internacional que tiene sus estudios centrales en San José, Costa Rica. Transmite vía satélite las veinticuatro horas y por Internet en formato Windows Media. Algunas de las empresas que en algún momento han contado con la señal en áreas restringidas en el D. F. son Exicable Canal 99, Cablevisión en el canal 141, Telecable de Iztacalco en el canal 40” (Reyna Ruiz, 2012: 113).

También en sistemas de televisión de paga se difunde la versión en español del canal EWTN, Eternal Word Television Network, ligado a la Iglesia católica, y que transmite desde Alabama, en Estados Unidos (ACIPrensa, 2007).

Canales como María Visión, TBN y EWTN son permitidos por las autoridades de telecomunicaciones para que se difundan en televisión de paga. Lo mismo sucede con las estaciones del sistema Radio María, en radiodifusión abierta. Pero al mismo tiempo hay corporaciones religiosas que instalan radioemisoras de manera sorpresiva e incluso clandestina. Se ha dicho que en varios estados del sureste mexicano y muy especialmente en Chiapas, han surgido radiodifusoras religiosas que ocupan señales sin autorización del gobierno federal. “Se pueden citar los ejemplos de radios evangélicas y cristianas... iniciaron con transmisiones en internet que en forma rápida se extendieron a radios de alcance local. Varias de éstas han sido desmanteladas por la Procuraduría General de la República (PFR) desde el año 2008” (Lay Arellano, 2012: 14).

Además de canales propios, distintas asociaciones religiosas utilizan espacios en estaciones de televisión y radio comerciales. En 2004, la investigadora Margarita Reyna identificó los programas de corte religioso en las 34 estaciones de AM y 28 en FM que había en la ciudad de México. De esas emisoras, seleccionó ocho que difundían programas de ese tipo:

Son ocho las emisoras que al momento de hacer este segundo seguimiento y registro contaban con este tipo de emisiones: Radio Chapultepec representada entonces por Promosat empresa del grupo Promomedios, Radio 620 de Grupo Rasa, 1440 la reina del ho-

gar de Grupo Siete, Tuya 590 de Núcleo Radio Mil, ABC Radio de México Radio, Radio Centro de Grupo Radio Centro, 1530 Mariachi Estéreo de Grupo Radorama y Reporte 98.5 de Grupo Imagen (Reyna Ruiz, 2012: 176-177).

En una semana estudiada para esa indagación, las ocho emisoras mencionadas transmitieron 73 programas religiosos durante un total de 196 horas (*ibid.*, p. 178).

Una de las modalidades más extendidas para la difusión de contenidos religiosos dentro de emisoras comerciales se encuentra en “la renta de espacios a sectas cristianas como *La Iglesia Universal del Reino de Dios*, fundada a finales de la década de los 70 en Brasil, y que ha transmitido su programa ‘Pare de sufrir’ (nombre como mejor es conocida esta secta en México) en un canal de Televisa” (Lay Arellano, 2012: 15). En horarios fundamentalmente nocturnos y de madrugada, ese y otros grupos hacen promoción religiosa en ocasiones con promesas e invitaciones, que constituyen auténticos engaños para televidentes y radioescuchas.

Acusada de fraude en varios países latinoamericanos, esa Iglesia combina la utilización intensa de espacios que compra en radio y televisión con la insistencia vehemente a quienes se acercan a sus templos. Por ejemplo:

La Iglesia Universal del Reino de Dios, de origen brasileño, acondicionó las instalaciones de un céntrico cine para hacer más visible su presencia en la ciudad de Tijuana. A las afueras de este recinto se reparte a los peatones y automovilistas ‘rosas bendecidas’ y otros amuletos para protegerse de las enfermedades, las envidias y la mala suerte. Sus congregantes son en su gran mayoría amas de casa, taxistas, obreras

de las maquiladoras y gente de la tercera edad. Pero esta Iglesia es más conocida por su programa televisivo *Pare de Sufrir*, el cual se transmite en la región Tijuana-San Diego por la cadena Telemundo. Los predicadores de esta Iglesia afirman que con su labor han conseguido salvar muchas vidas y han expulsado de muchos de los hogares lo negativo y maligno que privaba en ellos. Al igual que en otros lugares de América Latina, la Iglesia Universal del Reino de Dios ha sido acusada de enriquecerse de los donativos entregados por sus fervientes feligreses y existe un amplio sector de las Iglesias evangélicas que se han desvinculado de esta organización (Hernández Hernández, 2005:192).

La insistencia de ese grupo religioso para utilizar medios electrónicos en su empeño para obtener adeptos resulta muy entendible. Pero no hay explicaciones a la complacencia del gobierno mexicano en la autorización de programas religiosos en televisión y radio. El investigador Gabriel Sosa Plata ha encontrado que durante la gestión del presidente Felipe Calderón hubo un inaudito incremento en las autorizaciones para la transmisión de actos de contenido religioso en radio y televisión. “El crecimiento fue exponencial: de poco más de 5 mil permisos en 2007 pasó a más de 113 mil en el 2012, según la Secretaría de Gobernación. No sólo eso, hoy en día hay cada vez más estaciones de radio con contenidos exclusivamente religiosos” (Sosa Plata, 2013).

Los dos gobiernos a cargo del Partido Acción Nacional expidieron cada vez más autorizaciones de esa índole y se multiplicaron al finalizar el sexenio de Calderón. Entre 2000 y 2001 hubo 7,536 autorizaciones para transmisiones de radio o televisión de carácter religioso. De 2001 a 2002 aumentaron a 9,797. Entre

2002 y 2003 fueron 11,238. De 2003 a 2004, 11,223. En el lapso 2004 a 2005 disminuyeron a 8,238. Y de 2005 a 2006 fueron 6,150. Es decir, en el transcurso del gobierno de Vicente Fox hubo un aumento considerable hacia la mitad del sexenio, y luego una disminución en la cantidad de autorizaciones. Luego, en el primer año del gobierno de Calderón, hubo únicamente 5,181 autorizaciones (Secretaría de Gobernación, 2007: 113).

Entre 2007 y 2008 la cantidad de autorizaciones para transmisiones radio y televisivas de carácter religioso fue casi la misma: 5,446. Pero hay un repunte a casi el doble de 2008 a 2009: 9,300. Esa cifra crece de 2009 a 2010, para llegar a 14,884. Se mantiene casi igual para sumar 15,096 autorizaciones entre 2010 y 2011. Y entre 2011 y agosto de 2012 se multiplica casi por ocho, para alcanzar 11,3960 autorizaciones, de acuerdo con información oficial (Secretaría de Gobernación, 2012: 144).

Sosa Plata, con razón, recuerda y cuestiona:

El tema no es nuevo, pero ante la clara evidencia de que diferentes Iglesias están cada vez más activas en la radio y la televisión es necesario preguntarnos sobre una de las esencias del Estado mexicano: su laicidad, así como de la eficacia de las leyes en la materia, la responsabilidad de los funcionarios públicos encargados de su aplicación y sobre los beneficios y desventajas de esta exponencial presencia mediática de pastores, líderes de instituciones religiosas y actos de fe (Sosa Plata, 2013).

Esa flexibilidad o indolencia de las autoridades satisface la estrategia de propaganda de las Iglesias, cada vez más empeñadas en llevar el púlpito a los medios electrónicos. Estamos ante lo que algunos

estudiosos han descrito como “marketing religioso” (Silveira Campos, 1997). La mediatización de la fe implica la subordinación de los discursos religiosos a los formatos de los medios de comunicación de masas. Simplificación y trivialización constituyen dos de los rasgos que asume todo mensaje, particularmente en la esquematizadora pantalla de la televisión. Para los contenidos de carácter religioso, la exposición en los medios supone una apuesta y un riesgo. La primera radica en la búsqueda de adeptos interesados en versiones simples para configurar escenarios sencillos, lo mismo en la vida actual que en la ulterior, de acuerdo con las creencias que sustenten a cada religión. El riesgo radica en la difuminación de matices y diferencias entre cada creencia religiosa.

Durante largo tiempo, especialmente en crisis como la que se manifestó en la reforma luterana, a las Iglesias las distinguieron los matices. Las disputas por los detalles llegaban a ser muy drásticas, como ocurre siempre que a los pormenores se les defiende con la ofuscación que surge de la fe intensa. Sometidas a la simplificación mediática, las religiones han de proponerse más la propaganda que el convencimiento. Si la reflexión nunca es buena compañera de la fe (porque cuando prevalecen los dogmas religiosos el pensamiento queda subordinado a las creencias), menos lo es cuando a la fe se le exhibe, para que compita por la adhesión de los fieles, en el escaparate de los medios.

VIII. DESAFÍO AL ESTADO LAICO Y PRAGMATISMO DE LA IGLESIA CATÓLICA

Para el Estado laico, el desafío que representa la expansión de las religiones en los medios de comunicación tiene dos aristas. Por una parte está el rostro ominoso, y nunca del todo ausente, de la religión como fuente de fanatismos, y por lo tanto de intolerancias. No podemos desconocer que los discursos religiosos con frecuencia propagan valores socialmente plausibles, como la solidaridad y la benevolencia. Pero tampoco se puede olvidar que, parapetadas en discursos religiosos, hay actitudes de sectarismo y superstición, que llegan a ser profundamente agresivas. La solución que ofrecen la historia y la experiencia mexicanas sigue siendo vigente: las creencias son asunto privado, forman parte de la esfera íntima de los ciudadanos; la vida pública ha de ser laica.

Por eso el Estado mexicano, como parte de la distancia institucional que ha establecido entre el poder político y los intereses eclesiásticos, inhibió el control de los medios de comunicación por parte de las asociaciones religiosas. Cuando fue diseñada la Ley de 1992, las restricciones para las relaciones entre Iglesias y medios de comunicación fueron consideradas tan pertinentes, que prácticamente nadie las puso en cuestión, al menos en los circuitos de deliberación legislativa y política. La Iglesia católica misma, que siendo la más influyente en el país era también la más afectada con cualquier restricción, se allanó con pocas reticencias a esas proscripciones.

La beligerancia inicial que algunos voceros de la jerarquía eclesiástica manifestaron contra las restricciones relacionadas con la posesión y el acceso a me-

dios de comunicación se fue convirtiendo en fuente de un pragmático —y, si hemos de ser precisos, además ilegal— convenencierismo. La Iglesia ya no se queja, porque la ley le impide ser propietaria de medios de comunicación, y, cuando lo hace, es más por conservar cierta fachada de inconformidad que como resultado de un convencimiento auténtico. No se duele de esas restricciones, porque en la práctica no funcionan. Con todo y el artículo 16 de la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público, existen estaciones de radio y televisión administradas de acuerdo con el interés de la Iglesia católica. A pesar del artículo 21 de ese mismo ordenamiento, las autorizaciones para la difusión del culto en los medios electrónicos no se expiden de manera extraordinaria, sino consuetudinaria y con frecuencia cada vez mayor.

Hay analistas de las relaciones entre Estado e Iglesias que consideran que esas restricciones legales no solamente fueron aceptadas, sino, incluso, solicitadas al menos por algunos sectores de las jerarquías eclesásticas. Blancarte asegura:

... en el momento de la redacción de la ley de asociaciones religiosas en 1992 se terminó por adoptar un criterio de exclusión total a los medios. Lo paradójico de la situación es que dicha prohibición a la propiedad de los medios se realizó por petición de la mayoría de las agrupaciones religiosas. La jerarquía católica prefirió no exigir ese derecho por temor a la penetración de las mal llamadas 'sectas'. Las iglesias evangélicas lo hicieron también por temor a la fuerza y el dinero del Vaticano. Es difícil decir cuál de las iglesias surgió más beneficiada de esa legislación restrictiva, pero el hecho es que, en la medida que la Iglesia católica sigue siendo la que predomina socialmente, continúa siendo práctica-

mente la única con acceso (así sea poco o limitado) a los medios (Blancarte, 1999: 196).

En el terreno de los credos religiosos, la Iglesia católica mantiene la hegemonía en México, pero con rendimientos decrecientes. Por eso la tentación de incursionar con más intensidad en los medios de comunicación es fuente de tensiones constantes dentro de la jerarquía eclesiástica. Una apertura plena de los medios, en caso de que se llegara a producir, legalizaría una situación que ahora es irregular, pero propiciaría más espacios de comunicación en manos de otras Iglesias.

La disputa por la fe ya se advierte, por lo general con timidez, en los espacios de radio y televisión que alquilan Iglesias de diversas denominaciones. La Iglesia católica no ha tenido motivos suficientes para promover la modificación de las disposiciones en materia de medios en la Ley de Asociaciones Religiosas. Pero, de cuando en cuando, hay simpatizantes suyos que, desde el mundo político, reeditan ese tema.

Una de las iniciativas más precisas al respecto la presentó en 2003 el diputado Carlos Raymundo Toledo, del Partido Acción Nacional. El razonamiento que apuntala esa iniciativa es elemental y claro: las limitaciones al acceso de las Iglesias a los medios no se cumplen; tanto en televisión como en radio constantemente se difunden mensajes de distintas Iglesias, y algunas incluso tienen sus propios medios de comunicación. Por eso, sigue ese argumento, hay que eliminar tales restricciones.

En otras palabras: ante la proliferación de una conducta ilegal, es mejor dejar de sancionarla. El entonces diputado Toledo proponía modificar el artículo

16 de la Ley de Asociaciones Religiosas para que las Iglesias puedan

poseer y administrar la operación de estaciones de radio y televisión, cualquier tipo de comunicación o medios de comunicación masiva, incluidas las publicaciones impresas de carácter religioso, sin fines de lucro y sólo para lograr su objeto bajo el esquema de permisos y con los requisitos y condiciones que señala la Ley Federal de Radio y Televisión y demás leyes reglamentarias aplicables.

En su exposición de motivos, ese legislador recordó:

En la televisora Claravisión, ahora María Visión que aunque oficialmente tiene un concesionario de la iniciativa privada mexiquense, el contenido de sus programas es exclusivamente religioso, elaborados y conducidos principalmente por sacerdotes y religiosos católicos. Esta historia se repite a lo largo y ancho del país donde las Iglesias contratan servicios por hora semanal en las televisoras o radiodifusoras locales.

En los estados de Tamaulipas, Tabasco, Guerrero y Chiapas, por mencionar algunos de los más importantes, así como en las ciudades fronterizas del norte del país, se multiplican las barras nocturnas con programas de iglesias evangélicas, cada vez con más éxito en audiencias y penetración (Toledo, 2003).

El diputado panista añadió un argumento que pareciera incontestable: la reforma constitucional de enero de 1992 y la Ley de Asociaciones Religiosas promulgada medio año más tarde tuvieron el propósito de ampliar libertades. Sin embargo, añade, las restricciones a la propiedad de medios disminuyen libertades y contravienen derechos de las iglesias. Además la reforma constitucional no les prohibió a las asociaciones religiosas la explotación de estaciones de radio y televisión: “dicha limitación en el patrimonio de las asociaciones religiosas, es fruto de la voluntad del legislador ordinario y no del constituyente permanente”.

Ese alegato soslaya el hecho de que tanto las reformas de 1992 como las leyes de Reforma para las relaciones Estado-Iglesias expedidas y ratificadas en distintos momentos del desarrollo histórico del país han considerado que las asociaciones religiosas ameritan un tratamiento especial en la legislación mexicana. Los integrantes de esas corporaciones no cuentan con derechos ciudadanos plenos, por la sencilla razón de que, debido a su ministerio religioso, disponen de recursos de persuasión e influencia que no tienen otros mexicanos. Por eso los sacerdotes tienen derechos acotados: pueden votar, pero no pueden ser candidatos a cargos de elección popular, y no pueden hacer proselitismo político.

La situación de excepción que implica el ministerio religioso conlleva otras limitaciones. Por ejemplo, las asociaciones religiosas tienen restricciones para poseer o administrar bienes, de acuerdo con el artículo 27 constitucional. Allí se indica que en la tenencia de bienes de cualquier índole las asociaciones deberán ceñirse a “los requisitos y limitaciones que establezca la ley reglamentaria”. Eso es precisamente lo que hace la Ley de Asociaciones Religiosas cuando establece normas específicas para la relación entre Iglesias y medios de comunicación.

Si existen motivos para que los ministros de culto, como individuos, tengan derechos limitados, con mayor razón los hay para que las instituciones eclesíásticas estén sujetas a reglas que reconozcan, circunscribiéndolo, el sustancial poder que tienen para intervenir en los asuntos públicos. No se trata de que el Estado se comporte de manera paternalista, protegiendo a los ciudadanos de influencias que ellos tienen madurez suficiente para entender, compartir o rechazar, sino de que asuma su responsabilidad para limitar el poder

desmedido que pueden alcanzar las corporaciones religiosas, igual que otros poderes fácticos.

En las sociedades modernas existen reglas para evitar la concentración de muchos medios de comunicación en pocas manos. Esas disposiciones se sustentan en el reconocimiento de que el poder mediático tiene capacidades muy amplias para ordenar o alterar la agenda de los asuntos públicos, e incluso para magnificar o soslayar los hechos de los cuales nos enteramos o que ignoramos. Los medios no imponen convicciones ni comportamientos a los ciudadanos, especialmente cuando se trata de personas informadas y entrenadas para discernir respecto de los asuntos públicos. Pero precisamente a fin de que esa información sea suficiente y equilibrada, es preciso evitar o atenuar la concentración de muchos recursos comunicacionales (por ejemplo, de muchas estaciones de radio o televisión) por parte de unos cuantos empresarios o por parte del Estado.

Ese principio vale también para atajar el poder mediático de las Iglesias. Las asociaciones religiosas tienen una innegable capacidad para influir entre sus adeptos o feligreses. Esa facultad es tan importante que resulta irresponsable, para un Estado, multiplicarla con la propiedad y el manejo de medios de comunicación por parte de las Iglesias. Por eso es pertinente que las Iglesias no tengan medios propios. Si ya tienen mucho poder (el que ejercen merced a la fe religiosa), no es prudente que disfruten además del poder que confieren la propiedad y el manejo de medios de comunicación. En los Estados confesionales no resulta extraño que las asociaciones religiosas tengan frecuente e incluso intenso acceso a la propiedad de medios de comunicación. Pero los mismos argumen-

tos que sirven para desaconsejar la confusión entre los celestiales intereses de Dios y los terrenales intereses del poder político se pueden tomar en cuenta para evitar que la religión se entremezcle con los medios de comunicación.

Aunque claros, esos requerimientos y las disposiciones legales a las que dan origen son incumplidos, como hemos señalado en las páginas anteriores. Por eso ahora para la jerarquía católica no es prioritario contar con sus propios medios (tarea en la cual avanza de cualquier manera), sino, antes que nada, influir en los medios más relevantes, que suelen ser los de carácter comercial. Masferrer ha recordado:

A la Iglesia católica no le interesa tener medios propios y correr con los riesgos administrativos y económicos. Le conviene mucho más influir sobre los contenidos de los mismos, en un espectro que abarca prácticamente la totalidad de los programas existentes, que competir con los propietarios de los medios, invertir en equipos, administración y eventualmente correr los riesgos de cualquier negocio. Un caso paradigmático de esta situación es la transmisión en los canales más importantes de televisión abierta de la víspera del 12 de diciembre desde la Basílica de Guadalupe (Masferrer, 2008:200).

Cada año, así, la intervención de las televisoras más importantes para transmitir esa fiesta religiosa confirma el acuerdo de la Iglesia católica y de tales empresas para beneficiarse mutuamente. Y todos los días, en diversas frecuencias de radio y televisión, se ratifica el incumplimiento de las disposiciones legales acerca de Iglesias y medios de comunicación.

Granja de la Concepción, Ciudad de México, febrero de 2013

NOTA

* Las iniciativas de ley reglamentaria para las asociaciones religiosas presentadas por PARM, PAN, PRD y PRI, aparecen en García Ugarte (1993).

REFERENCIAS

- ACIPRENSA (2007), "EWTN puede verse en nuevo cable de México y en importante ciudad norteamericana", en www.aciprensa.com, 20 de agosto.
- BENJUMEA, Ricardo (2010), "Don Emilio Burillo, presidente de Popular TV: Ésta es la tele de los católicos", *Alfa y Omega. Semanario Católico de Información*, Madrid, núm. 683, 1 de abril.
- BLANCARTE, Roberto J. (1999), "Religión, medios masivos de comunicación y poder", *Sociológica*, núm. 41. UAM Azcapotzalco, septiembre-diciembre.
- CÁMARA DE DIPUTADOS (1992), *Diario de los Debates de la Cámara de Diputados*, LV Legislatura, núm. 24, 7 y 8 de julio.
- CATHOLIC NET (s/f) "¿Qué es Radio María?", en www.es.catholic.net/comunicadorescatolicos
- (2010), "María Visión. Canal que desde la ciudad de México quiere se 'Una Clara Visión para la Nueva Evangelización'", en www.es.catholic.net, 1 de mayo.
- CEJA RAMÍREZ, Sonia Gabriela (2011), "Radio María se renueva para reconquistar a su audiencia", *El Semanario Arquidiocesano de Guadalajara*, núm. 771, 10 de noviembre.
- CEM, CONFERENCIA EPISCOPAL MEXICANA (1992), "Declaración de los obispos mexicanos sobre la nueva Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público", 13 de agosto, LII Asamblea Plenaria de la CEM. Reproducido en García Ugarte (1993).

- CIRT, CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN (2013) “Mapa emisoras”, en <http://www.cirt.com.mx/portal/index.php/cirt/2-cirt/556-mapa-emisoras>
- COFETEL, COMISIÓN Federal de Telecomunicaciones (2012), “Infraestructura de estaciones de radio FM” (31 de mayo) e “Infraestructura de estaciones de radio AM” (31 de agosto), en <http://www.cft.gob.mx>
- DIARIO DE SEVILLA (2011) “24 Horas de María Visión”, 16 de abril, en <http://www.diariodesevilla.es/article/opinion/952937/horas/maria/vision.html>
- DOF, *DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN* (1992), “Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público”, 15 de julio.
- EUROPA PRESS (2010), “El presidente de ‘María Visión’ se pone al frente de Popular TV”. 5 de marzo, en <http://www.europapress.es/tv/noticia-presidente-maria-vision-pone-frente-popular-tv-20100305181145.html>
- FARIÑAS MARTÍN, Javier (2008), *La televisión local en España: el modelo de negocio de “Popular Televisión” (2002–2006)*. Memoria para optar al grado de doctor, Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid.
- FLORE-SAIFFE GARÍ, Mario (2002), “Factor religioso y medios de comunicación en el ordenamiento jurídico mexicano”, *Cuadernos Doctorales*, vol. 19, Universidad de Navarra. La declaración del obispo Ruiz es tomada de *El Universal*, sin fecha específica.
- GARCÍA UGARTE, Marta Eugenia (1993), *La nueva relación Iglesia-Estado en México. Un análisis de la problemática actual*, México, Nueva Imagen.
- GÓMEZ, Rosario R. (2006), “De la Cope a Popular TV”, *El País*, Madrid, 23 de octubre.
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Alberto (2005), *Transformaciones sociales y cambio religioso en la frontera nor-*

- te de México*. Memoria para optar al grado de doctor en Sociología, Universidad Complutense de Madrid.
- HERRERA BELTRÁN, Claudia (1996), “Claravisión, *santa alianza* del clero y Televisa”, *La Jornada*, 16 de diciembre.
- LAY ARELLANO, Israel Tonatiuh (2012), “¿Mundialización de la religión?”, *Zócalo*, México, núm. 145, marzo.
- MARÍA VISIÓN (s/f), “Historia de María + Visión”, en www.mariavision.com: <http://www.mariavision.com/historia.php>
- MASFERRER KAN, Elio (2008), “Las religiones en los medios o las Iglesias en los medios”, *Versión*, núm. 21, UAM Xochimilco.
- MOCH, Jorge (2010 a), “Catequismo ilegítimo (I DE III)”, “La Jornada Semanal”, suplemento de *La Jornada*, 13 de junio de 2010.
- (2010 b), “Catequismo ilegítimo (II)”, “La Jornada Semanal”, suplemento de *La Jornada*, 20 de junio.
- PRNOTICIAS (2010), “Barriocanal quiere recuperar Popular TV para venderla a un operador nacional”. Nota sin fecha específica en www.prnoticias.com
- RADIO MARÍA México (s/f), “Historia”, en www.radiomariamexico.com
- RADIOMARIA.ORG (2013), “Radio Maria in the world”, en www.radiomaria.org
- RELIGIÓN CONFIDENCIAL (2010), “Emilio Burillo quiere convertir Popular MaríaVisión en la televisión de las mujeres, los jóvenes y las familias católicas”, 30 de abril, en: <http://www.religionconfidencial.com/caticos/015485/emilio-burillo-quiere-convertir-popular-mariavision-en-la-television-de-las-mujeres-los-jovenes-y-las-familias-catolicas>
- REYNA RUIZ, Araceli Margarita (2012), *Las frecuencias de Dios: Programas con contenido religioso en la*

radio del Valle de México, tesis para obtener el grado de doctora en ciencias sociales con especialidad en comunicación, UAM Xochimilco.

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN (2007), *I Informe de labores*.

——— (2012), *Sexto Informe de Labores*.

SENADO DE LA REPÚBLICA (1992), *Diario de los Debates*, LV Legislatura, Diario 32, 13 de julio.

SILVEIRA CAMPOS, Leonildo (1997), *Teatro, templo e mercado: Organização e Marketing de um Empreendimento Neopentecostal*, Vozes-Simposio-UMESP, Petrópolis. Citado en Masferrer (2008).

SOSA PLATA, Gabriel (2013), "Crece exponencialmente transmisión de actos religiosos en radio y TV", *El Universal Blogs*, 15 de enero, en: http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle17685.html

TOLEDO, Carlos Raymundo (2003), "Iniciativa con proyecto de decreto, que reforma el artículo 16 de la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público, y adiciona los artículos 13 y 25 de la Ley Federal de Radio y Televisión, respecto a la facultad de las asociaciones religiosas de poseer o administrar la operación de medios de comunicación masiva", *Diario de los Debates de la Cámara de Diputados*, LVIII Legislatura, año III, sesión núm. 11, 10 de abril.

VEGA GILES, René (2007), "Para readaptarlos, obligan a 2,600 delincuentes de Morelos a ver en Tv el programa María visión luz católica; les ponen 19 monitores", *La Crónica de Hoy*, México, 31 de mayo.

VERA, Rodrigo (2012), "La Iglesia quiere curas que sean gobernadores, legisladores, alcaldes...", *Proceso*, núm. 1873, 22 de septiembre.

ZEPEDA DE LEÓN, Xóchitl (2006), "María Visión en Guadalajara", *Semanario Arquidiocesano de Guadalajara*, 12 de febrero, en www.semanario.com.mx

LECTURAS SUGERIDAS

Hasta donde tengo conocimiento, no hay investigaciones publicadas como libro y dedicadas específicamente a estudiar las relaciones entre Estado e Iglesias en México. Posiblemente esa carencia comenzará a resolverse cuando se publiquen tesis como las que he citado en las notas al final del texto. Las siguientes recomendaciones incluyen libros acerca de las reformas legales de 1991-1992, algunos vistazos históricos y un par de sugerencias sobre la situación de los medios de comunicación en México.

BLANCARTE, Roberto (1992), *Historia de la Iglesia católica en México*, México, FCE.

FERNÁNDEZ, Claudia y PAXMAN, Andrew (2000), *El Tigre. Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*, México, Grijalbo.

GARCÍA UGARTE, Marta Eugenia (1993), *La nueva relación Iglesia-Estado en México. Un análisis de la problemática actual*, México, Nueva Imagen.

HERNÁNDEZ LOMELÍ, Francisco y OROZCO GÓMEZ, Guillermo (2007), *Televisión en México. Un recuento histórico*, Universidad de Guadalajara.

LAMADRID SAUZA, José Luis (1994), *La larga marcha a la modernidad en materia religiosa*, México, FCE.

- LUENGO SÁNCHEZ, Enrique (1993), *La religión y los jóvenes de México: ¿el desgaste de una relación?*, México, Universidad Iberoamericana.
- MARTÍNEZ ASSAD, Carlos (coord.) (1992), *Religiosidad y política en México*, México, Universidad Iberoamericana.
- MONSIVÁIS, Carlos (2008), *El Estado laico y sus malquerientes (crónica / antología)*, México, Debate y UNAM.
- SORIANO NÚÑEZ, Rodolfo (1999), *En el nombre de Dios. Religión y democracia en México*, México, Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana e Instituto Mora.

*Colección de cuadernos "Jorge Carpizo". Para entender y pensar la laicidad, núm. 17, Laicidad y medios de comunicación, editado por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, se terminó de imprimir el 13 de mayo de 2013 en Impresión Comunicación Gráfica, S. A. de C. V., Manuel Ávila Camacho 689, col. Santa María Atzahuacán, delegación Iztapalapa, 09500 México, D. F. Se utilizó tipo *Optima* de 9, 11, 13, 14 y 16 puntos. En esta edición se empleó papel cultural 70 x 95 de 90 kilos para los interiores y cartulina couché de 300 kilos para los forros; consta de 1,000 ejemplares (impresión offset).*