

# **Opinión pública y ciudadanía**



# Cambio comunicativo para una nueva sociedad mexicana

---

---

*Javier Esteinou Madrid\**

LA COMUNICACIÓN COLECTIVA  
COMO CENTRALIDAD DEL PODER

**A** causa de las nuevas capacidades tecnológico-materiales que durante el siglo XX y principios del XXI conquistaron los medios de información colectivos, especialmente los electrónicos, y de las transformaciones urbano-políticas que se dieron, éstos se convirtieron en el centro del poder ideológico y político contemporáneo de nuestra nación. En este sentido, de haber sido instrumentos de difusión relevantes en 1960 en México, de transformarse en instituciones importantes de socialización en 1970 y de convertirse en el *cuarto poder* político a partir de 1980, como corresponsables del poder, a principios del siglo XXI se transformaron en el vértice del poder actual. Es decir, ya no sólo son simples instituciones importantes de información, o el *cuarto poder*, sino que ahora se han convertido en el “primer poder” ideológico que existe en nuestra sociedad.

Con la conquista de esta posición, los medios de información se han convertido en las extensiones del hombre y de las instituciones y, en consecuencia, han construido una nueva zona de acción social: el espacio virtual. En este sentido, la emergencia de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías de información en México no sólo representó la maduración del modelo de

\* Universidad Autónoma Metropolitana.



la *sociedad de la información* y la radical transformación de las superestructuras culturales de nuestras comunidades, sino que, básicamente, el fenómeno más relevante que produjo fue la expansión intensiva de la dimensión ideológica de la sociedad mexicana a una esfera más amplia y versátil. En términos generales, con la presencia de los canales de difusión la sociedad mexicana en su conjunto sufrió una gran dilatación cultural desde el momento en que las instituciones, los grupos o los individuos pudieron extender a distancia la realización de sus tareas o funciones específicas tradicionales, merced a las tecnologías de información y comunicación.<sup>1</sup>

Así, el espacio público comprendido como el territorio libre, abierto y autónomo donde participan los individuos, los grupos y las instituciones según sus intereses y necesidades, se transformó sustancialmente con la existencia de los medios de información; se originaron así nuevas esferas públicas, de acuerdo con las características y el impacto social que produjo cada nueva tecnología de comunicación que emergió en nuestro territorio.

Por ello, con la presencia de los medios de comunicación, lo que se transformó en nuestra república, a corto plazo, fue el esqueleto ideológico de la sociedad en su conjunto, y, a largo plazo, el del Estado mexicano. Dicho espacio se convirtió en una nueva franja de interacción social donde se produjeron fenómenos de ampliación y extensión de las personas, los grupos, las instituciones y el Estado, con lo que se originó en México la *sociedad extensa*. De esta manera, con la ampliación de la sociedad extensa mediante la acción de las tecnologías de información, el Estado experimentó una gran transformación en su estructura interna y en su dinámica económica, política, social y cultural, pues las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza entraron en una nueva fase de extensión geométrica que dio origen a una nueva faceta del poder: el moderno *Estado ampliado*.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Una concepción intuitiva, pero también idealista, sobre la manera como la sociedad se modifica con las tecnologías informativas, la encontramos de manera embrionaria en el pensamiento de Marshall McLuhan. Véase *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre* México, Diana, 1979. Una crítica moderada al pensamiento de McLuhan puede consultarse en Gianpiero Gauraleri, *La galaxia de McLuhan*, España, ATE, 1981.

Para obtener un panorama sobre la línea de evolución que han seguido las tecnologías de la información desde el telégrafo, en 1840, hasta la comercialización de los cristales de silicio, véase *Un solo mundo, voces múltiples: comunicación e información en nuestro tiempo* México, Fondo de Cultura Económica, 1985, pp. 31-36.

<sup>2</sup> El concepto de Estado ampliado es una categoría analítica totalmente abandonada por la reflexión crítica de la comunicación europea y latinoamericana. La única disciplina que la ha retomado y desarrollado ha sido la ciencia política a través de la teoría de los aparatos de hegemonía, representada especialmente por los brillantes trabajos de Christine Buci-Glucksmann.

Nuestro esfuerzo consiste en recuperar ese arsenal teórico olvidado para enriquecerlo y expandirlo con las aportaciones que ha ofrecido la evolución material de los medios de comunicación y de las tecnologías de información sobre la trama de los aparatos de hegemonía tradicionales. Estamos convencidos de que esta matriz teórica es una de las principales vetas y directrices conceptuales que nos

Con ello, el Estado, entendido como el conjunto de recursos administrativos, jurídicos, ideológicos, educativos, etc., que se destinan para gobernar y dirigir a la sociedad y para conservar y reproducir el poder, se transformó con el surgimiento y la acción de cada nueva tecnología de información que causó impacto en nuestra sociedad. De esta manera se creó, cada vez más, una sociedad mediática que produjo una nueva atmósfera cultural colectiva de naturaleza *virtual* o *comunicosfera* que ocasionó que el conjunto de las principales instituciones de gobernabilidad ahora funcionen a distancia, por intermediación de los canales de información, especialmente los electrónicos y las nuevas tecnologías de información. En este sentido, la casi totalidad de las instituciones tradicionales, como son la escuela, los partidos políticos, el Congreso, la Iglesia, las secretarías de Estado, las empresas, los órganos de gobierno, los movimientos sociales, las dinámicas comunitarias, etc., buscan proyectarse y ampliarse merced a los medios de información, aceptando las reglas que éstos imponen, ya que lo que no aparece en los medios muy difícilmente existe en la conciencia colectiva: los medios se convirtieron en el epicentro cultural, ideológico y espiritual de la sociedad mexicana de principios del nuevo milenio.

La expansión de esta realidad mediática modificó la estructura, la dinámica y las fronteras del Estado mexicano y de la cultura nacional, y creó un nuevo tejido en la esfera del poder que generó al Estado mexicano ampliado. De este modo surgió el Estado mediático que se caracteriza por ejecutar sus tradicionales funciones de dirección, educación y gobernabilidad a través de los medios de información como brazos o prótesis de expansión de sus capacidades de orden, administración, educación y dirección. Así, observamos el surgimiento de nuevas políticas de difusión que dieron origen a la tele-administración pública, el tele-deporte, la tele-educación, la tele-banca, la tele-oración, la tele-medicina, la tele-venta, la tele-diversión, la tele-política, la tele-guerra, la radio asistencia psíquico-emocional, la radio orientación vial, la radio Iglesia, la radio orientación sexual, etcétera.

Con ello, el funcionamiento de los medios atravesó la operación práctica de todas las instituciones sociales básicas para la dirección del país, al grado de sustituir, en algunos periodos, o reubicar, en otros, a los órganos de administración social más débiles o que están en crisis de funcionamiento y legitima-

---

permiten comprender las funciones y transformaciones que ejercen las tecnologías de comunicación dentro del actual ámbito del poder.

Para profundizar en este punto, véanse nuestros trabajos "Estado ampliado, medios de comunicación y formación de una nueva ley de radio y televisión", *Convergencia*, núm. 7, año 2, Toluca, Estado de México, México, Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública, Universidad Autónoma del Estado de México, diciembre, 1994, pp. 53-93, e "Internet y el Estado ampliado", *Etcétera*, núm. 12; "Una ventana al mundo de los medios", *Nueva Época*, México, Análisis/Ediciones y Cultura, octubre, 2001, pp. 56-62, [www.etcetera.com.mx](http://www.etcetera.com.mx)

*Política y Cultura, primavera 2003, núm. 19, pp. 107-125*

ción. Por ejemplo, ante la baja en la credibilidad de la población en los partidos políticos, los órganos públicos y las iglesias, la capacidad persuasiva y seductora de los medios ha construido nuevas credibilidades y hegemonías basadas en estrategias de seducción de mercado cuyo termómetro de éxito ha sido el *rating*. Incluso en el periodo de transición pacífica a la democracia, en el que se han movido las viejas estructuras de orden y control para dar paso a la apertura social, ante el acotamiento del tradicional poder unipersonal del poder ejecutivo y la falta, por parte del nuevo gobierno, de una firme política de conducción nacional eficiente, se ha creado una crisis institucional y de gobernabilidad que a su vez ha generado vacíos de poder que gradualmente han ocupado los medios de información para dirigir a la sociedad.<sup>3</sup>

Con la existencia de este nuevo espacio virtual se modificaron las reglas y dinámicas tradicionales con las que nuestra sociedad antaño se articulaba, organizaba y participaba colectivamente. En este sentido, se produjo un profundo cambio en la jerarquía de poderes que conforman el esqueleto del poder y de la movilización cotidiana de nuestra sociedad, en la que los medios de información son ahora el centro del poder político, cultural, mental y espiritual cotidiano de nuestra república: los medios se transformaron en la nueva plaza pública y en los grandes cerebros colectivos que dirigen a la sociedad.

De esta manera, en los espacios cotidianos de relación simbólica que permanentemente producen los aparatos cotidianos de comunicación entre emisores y colectividades, es la principal arena social donde a diario se construye o se destruye, mental y afectivamente, a la sociedad mexicana y al Estado. Por consiguiente, podemos afirmar que en la sociedad mexicana del 2000, cada vez más, las batallas políticas o sociales se ganan o se pierden en los medios de comunicación colectiva, no en otras áreas de las contiendas sociales. Con ello, a principios del tercer milenio la hegemonía social, es decir, el principal trabajo masivo de *convencimiento, asentimiento y dirección social*, se logra en forma pacífica por los medios de comunicación colectiva, no mediante otros aparatos ideológicos de la gobernabilidad. Los medios y su producción simbólico-cultural se convirtieron en el principal cemento eficiente que articula o desarticula cotidianamente a los grupos sociales.

Sin embargo, aunque los medios han alcanzado un enorme poder creciente sobre la conciencia de la sociedad, en ningún momento podemos pensar que

<sup>3</sup> Javier Corral Jurado, "Pluralidad, acceso y competencia", ponencia en la V Conferencia Internacional "Los medios electrónicos en el marco de la reforma del Estado en México", VIII Legislatura, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, Universidad Iberoamericana, Fundación Konrad Adenauer-Stiftung, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Universidad Autónoma Metropolitana, Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), Salón Verde, Palacio Legislativo, México, D.F., 27 al 29 de mayo de 2002; versión estenográfica, p. 19, <http://www.cddhcu.gob.mx/servddd/versest/2ano/comisiones/rtc-3.html>.

actúen como una *aguja hipodérmica* que produce efectos mecánicos, automáticos u omnipotentes sobre los individuos; que no existen resultados acabados sobre los auditorios; que no producen consecuencias mágicas sobre los receptores; que su efectividad de convencimiento no depende totalmente de las imágenes o de los datos que se transmiten, sino de otros procesos sociales complementarios. Sus resultados siempre dependen de los múltiples procesos de recepción, resistencia y reprocesamiento de los auditorios, según sus distintas coyunturas de vida.

Pero esta mediación central que ejercen los medios no significa, en ningún momento, que su capacidad de persuasión sea absolutamente aplastante para convertir en socialmente dominante cualquier mensaje o sentido transmitido por ellos y que mecánicamente se dobleguen las conciencias y se dirijan las acciones de todos los ciudadanos que son tocados por aquéllos.<sup>4</sup> De esta manera, no obstante que los medios de difusión no son instituciones omnipotentes que puedan producir efectos automáticos en los auditorios, gracias a las evolucionadas capacidades materiales que han alcanzado poseen suficientes habilidades tecno-ideológicas efectivas, históricamente comprobadas, para crear o cambiar las formas de pensar y de actuar, y para imprimir fuertes direcciones sociales a los campos de conciencia de los mexicanos: su principal poder es virtual y mediático, y de aquí se derivan otras influencias económicas, políticas, mentales y espirituales en la sociedad. Dichas tendencias se generan mediante la práctica de la *agenda setting*, que es la capacidad informativa y pedagógica que despliegan los medios de información para centrar cotidianamente la atención de los diversos públicos en sólo algunas realidades y no en otras, por medio de sus políticas de información o de programación. Con ello, de manera silenciosa, construyen de modo permanente una jerarquía del conocimiento de la realidad, de los valores, de la política, de la cultura, de la historia y de la vida, que se convierte en un marco fundamental de referencia y de acción que articula a los ciudadanos. Así, la *agenda setting* se ha transformado en una de las principales herramientas comunicativas para construir a diario la hegemonía social en México.

En este sentido, la construcción o destrucción de la realidad masiva cotidiana, es decir, de lo que existe o no existe, de lo que es bueno o es malo, de lo que hay que recordar o hay que olvidar, de lo que es importante o no, de lo que es verdad o es mentira, de lo que es visible o invisible, de lo que son valores o antivalores, de lo que es la opinión pública o de lo que no es, de lo que es virtuoso o no, de lo que hay que hablar o hay que silenciar, de lo que hay que admirar o rechazar, de lo que es el éxito o el fracaso, etc., se elabora, cada vez

<sup>4</sup> Javier Esteinou Madrid, *Hacia la primavera del espíritu nacional: propuesta cultural para una nueva televisión mexicana*, México, Programa Cultural de las Fronteras/Fundación Manuel Buendía (FMB), 1989, pp. 37-39.

más, y especialmente en las grandes ciudades, desde los medios colectivos de difusión.

Así, es tan acentuado el peso de los canales de información masiva sobre la conformación mental de la sociedad, que podemos decir que la realidad no son los medios de información, pero contribuyen sustancialmente a construir la realidad central que reconoce la mayoría de la población. No son la política, pero hoy día no se puede hacer política sin la acción persuasiva de los sistemas de información colectivos. No son el aparato jurídico, pero hoy día los medios se han convertido en los *tribunales electrónicos* que linchan o absuelven a las figuras públicas antes de que el Estado recurra a los procesos constitucionales de oficio. No son los partidos políticos, pero producen un mayor caudillismo electrónico que toda la capacidad proselitista directa que realizan las organizaciones políticas. No son la única fuerza de modelación social, pero nos orientan mentalmente para ver en lo fundamental hacia el norte y no hacia el sur del continente. No son la economía, pero ninguna economía contemporánea puede funcionar sin la cultura de consumo que producen los medios de información con su práctica publicitaria. No son la moral, pero indican qué se puede tolerar y qué se puede reprimir. No son los sentimientos, pero en la actualidad el campo emocional de los grandes grupos se mueve al ritmo de la programación de los medios. No son la geografía, pero hoy aprendemos las coordenadas geográficas fundamentales a través de la programación de los medios. No son el pensamiento, pero nos dicen qué pensar y cómo pensar. No son la memoria del país, pero hoy día la agenda cotidiana del recuerdo social se construye progresivamente desde los medios de difusión de masas. No son la imaginación, pero son las instituciones con mayor capacidad simbólica para crear y reproducir los imaginarios sociales. No son la dinámica social, pero los conglomerados humanos se articulan o desarticulan a partir de la información que distribuyen los medios. No son la historia, pero reconstruyen la historia central de las naciones... En pocas palabras, son como el oxígeno: no lo son todo, pero sin éste no puede existir la vida.

Esta asombrosa expansión tecnológico-material de los medios de información creó, a principios del siglo XXI, una sociedad mexicana altamente mediatizada en sus procesos colectivos de interacción que cambió radicalmente las formas tradicionales de convivencia, organización e inserción comunitarias. De aquí la importancia central de efectuar una profunda reforma del Estado en materia de comunicación y cultura colectivas que permita que el funcionamiento público de las industrias culturales se encuentre ética y responsablemente orientado y supervisado por el Estado y la sociedad civil mexicana, y no sólo por las caprichosas dinámicas del mercado.

## CONTROL Y PARTICIPACIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

No obstante que a principios del siglo XXI los medios de información gradualmente se han convertido en el centro del poder contemporáneo, su operación no ha funcionado en espacios neutros o independientes, sino que han operado vinculados a las necesidades de reproducción de nuestra sociedad en vías de industrialización y ahora de globalización. Dentro de este marco estructural, el margen de participación de los movimientos sociales a través de los medios de comunicación no ha sido monolítico, sino que ha oscilado en una amplia gama de intervenciones, desde lo cerrado hasta lo abierto, y varía desde los canales escritos hasta los electrónicos. Así, encontramos que las vías a través de las cuales los movimientos sociales mexicanos han participado con mayor fuerza desde principios de siglo hasta la fecha para expresar sus intereses y demandas, se concentran en gran medida en los medios impresos y se cierran casi por completo en los canales electrónicos, particularmente los audiovisuales

De esta manera, la naturaleza social de los medios de comunicación desde un principio ha quedado determinada por la presencia de un fuerte contexto económico y político, a tal grado que prácticamente ha impedido el uso social de los mismos por sectores que no sean los propietarios o representantes del gran capital, interno y transnacional. Esta situación alcanzó su punto culminante en la televisión mexicana, tanto pública como privada, ya que es el medio más monopolizado por el poder nacional, al grado de que por él se ha construido otro proyecto cultural, contrario al proyecto de los grandes grupos que sostienen nuestra nación.

Así, observamos que no obstante que en la actualidad la sociedad mexicana ya alcanzó los 110 millones de habitantes, y pese a que, en última instancia, los grupos básicos que sostienen a nuestra nación son los que financian el funcionamiento de la televisión, confirmamos que la mayoría de estos sectores básicos no tienen acceso a este medio de comunicación para exponer colectivamente sus necesidades e incorporarse a los procesos de gestión pública del país mediante esta tecnología cultural.

En este sentido, constatamos, por ejemplo, que las organizaciones campesinas, los sindicatos, los partidos políticos, los numerosos grupos indígenas, los movimientos ecologistas, los sectores magisteriales, los organismos no gubernamentales, las iglesias, los productores agropecuarios, la mayoría de las universidades o centros de educación superior, los transportistas, los grupos de amas de casa, las asociaciones de padres de familia, los grupos de colonos, los estudiantes, los profesionales, no disponen de espacios en las pantallas para plantear y discutir su problemática particular. Las únicas excepciones se dan cuando alguno de estos sectores, por alguna circunstancia, se convierte en noticia y entonces se le difunde por los medios como la mercancía informativa del momento

y desaparece cuando deja de ser novedoso, porque no cuenta con ningún derecho civil para participar en ellos cuando lo requiere.

Esta marginación llegó a tales extremos históricos, que

pese a que el Congreso de la Unión es el corazón político del país, pues los principales asuntos públicos cruzan por éste, y a que desde el origen de la radio y la televisión el Estado mexicano contó con suficientes recursos tecnológicos y espaciales para dotar de medios de comunicación propios al Poder Legislativo, fue hasta el 28 de agosto del 2000, es decir, setenta años después del surgimiento de la radio y cincuenta años posteriores al nacimiento de la televisión en México, cuando el Congreso inauguró su propio Canal de Televisión. Durante todas estas décadas, la imagen pública del Congreso de la Unión fue construida desde las políticas privadas de los medios comerciales, y, por lo tanto, desde la tiranía del *rating* manejada por la lógica del mercado; y no por otras dinámicas de articulación Estado-sociedad. Debido a ello, en muchos momentos la imagen del Poder Legislativo fue elaborada y transmitida con simples criterios de obtención de *auditorios cautivos*, mediante la espectacularización del Congreso y no desde las bases para la edificación de una ciudadanía mejor informada para decidir sobre los asuntos y procesos públicos.<sup>5</sup>

Desde otro ángulo, por ejemplo, después de 72 años de historia de la radio y de 51 de la televisión en México, los ciudadanos no han podido conquistar el elemental derecho de réplica en los medios de información, y continúa siendo una sociedad receptora, no emisora de mensajes. Paradójicamente, mientras en ese contexto los grupos sociales históricamente no tuvieron acceso a la participación en los medios de comunicación, la distribución desigual de acceso a los mismos permitió que de marzo a junio de 2002 Televisa pudiera utilizar tres canales del sistema Sky para transmitir las 24 horas del día la programación completa de la telebasura frívola, insustancial y vacía de Big Brother durante tres meses y medio.

En este sentido, como no se ha permitido la participación de los grandes grupos o entidades fundamentales en los medios electrónicos, particularmente en la televisión, tanto pública como privada, estas instituciones continúan desvinculadas del análisis sistemático de los grandes obstáculos que impiden nuestro desarrollo nacional, y de la difusión constante de las posibles alternativas de solución para cada rama de nuestro crecimiento interno. En una idea, la problemática nacional no pasa sustantivamente por los medios electrónicos, lo cual ha provocado la existencia de un modelo de funcionamiento esquizofrénico entre lo que difunde e inculca la programación televisiva y las necesidades o realidades que viven cotidianamente los grupos mayoritarios de la sociedad mexicana.

<sup>5</sup> Javier Esteinou Madrid, *El canal de televisión del Congreso de la Unión y la transformación de la imagen del Poder Legislativo* Canal de Televisión del Congreso de la Unión, La Visión del Diálogo, H. Cámara de Diputados, Palacio de San Lázaro, México, 22 de noviembre de 2001, p. 4.

## EL MODELO DE COMUNICACIÓN PARA LOS JODIDOS

A partir de las grandes condicionantes históricas de control político aplicadas al funcionamiento de los medios de información en México, se construyó por décadas en el país un modelo dominante de comunicación que se caracterizó por ser monopólico (duopólico); vertical; concentrado; unidireccional; hermético; elitista; discrecional; autoritario; excluyente de los grandes grupos sociales; cancelador del derecho a la información; restrictor de la libertad de expresión e impulsor de la libertad de empresa; promotor de la difusión de la información y de la dinámica de la comunicación; negador de los derechos comunicativos elementales de los ciudadanos; fomentador de la dinámica de mercado, no del servicio público; promotor de una programación basada en el cuádruple eje constituido por los espectáculos, el consumo, los deportes y la información *light*, no en el análisis y la discusión de los grandes problemas de la agenda nacional; finalmente, dio voz y participación a una minoría y silencio u olvido a la mayoría social.

La presencia de este modelo de comunicación fue una pieza estructural fundamental que colaboró de manera sustancial a conservar por más de siete décadas al viejo régimen político en el país. Así, durante el siglo XX en México, el modelo de comunicación, el modelo de gobernabilidad vertical del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el modelo de antigua clase política, por la vía de las complicidades, secrecías y canonjías, siempre fueron de la mano para conservar el sistema político autoritario más largo de la historia del México moderno.

Las consecuencias del impacto político, social y cultural de dicho modelo de información alcanzó su mayor claridad cuando el intelectual Carlos Monsiváis declaró en los años ochenta que en México el verdadero Ministerio de Educación era Televisa y no la Secretaría de Educación Pública (SEP), y que gracias a la programación de la televisión mexicana ya habían nacido varias generaciones de norteamericanos en México. Esta realidad obtuvo su culmen de expresión despótica cuando Emilio Azcárraga Milmo, presidente y accionista mayoritario de Televisa, externó en 1993: “estamos en el negocio del entretenimiento y de la información, y podemos educar, pero fundamentalmente entretener [...] México es una clase modesta muy jodida; que no va a salir de jodida, por lo tanto, Televisa hace televisión para los jodidos, pues México es un país de jodidos...”<sup>6</sup> De modo que durante muchos sexenios surgió en el país el *modelo de comunicación para los jodidos*, cuya esencia, con distintos matices, adaptaciones y características, fue el prototipo informativo que, en mayor o menor

<sup>6</sup> “Televisa no está vinculada al poder ni a la política”, *El Nacional*, México, 11 de febrero de 1993; y “Televisa y la clase media”, *Proceso*, México, 15 de febrero de 1993, en *Aires de familia: cultura y sociedad en América Latina*, XXVIII Premio Anagrama de Ensayo, México, Anagrama, 2000, pp. 217-218.

grado, también siguieron y aplicaron las otras instituciones comerciales de televisión en toda la república.

A su vez, el Estado mexicano de los últimos 40 años aportó su cuota de cinismo, manipulación y prepotencia para conservar dicho modelo de comunicación, al no reglamentar durante tres décadas el derecho a la información ni incorporar ninguna de las miles de propuestas planteadas en los foros populares, las consultas públicas y los espacios ciudadanos de discusión organizados por los gobiernos en turno para examinar y transformar el proyecto de comunicación de la república y crear los planes sexenales de desarrollo en esta materia. En todos ellos, se concluyó con la frase célebre de “no encontrarle en términos comunicativos la cuadratura al círculo”, y en otros momentos argumentar que “reglamentar el derecho a la información conllevaría más riesgos que beneficios”.

En síntesis, podemos decir que, al funcionar como primer poder, los medios se convirtieron en las extensiones de punta del poder que los controla y no en la ampliación del poder de toda la sociedad que los financió y que por decenios sólo recibió sus consecuencias mediáticas. Los medios se transformaron en el monopolio del poder que generó una *mediocracia* que durante muchas décadas contribuyó sustancialmente a producir un país de siervos obedientes, no pensantes ni actuantes críticos.

De esta manera, la hermética estructura de control de los medios ocasionó, cada vez más, que las políticas públicas se elaboraran desde los criterios e intereses privados, no desde las dinámicas colectivas. En este sentido, en nuestro país las necesidades de la reproducción del gran capital y los motivos del viejo poder fueron el marco desde donde se reprodujo cotidianamente lo colectivo y lo público. Así, abiertamente y frente a nuestras narices, durante varias décadas, el espacio público generado por los medios electrónicos se privatizó y transformó lentamente lo privado en público y lo público en privado, con lo que el público adquirió las características de una mercancía más regida por las leyes del *marketing*.

Con la magna concentración de poder que lograron los canales de información en México, gradualmente construyeron un Estado dentro del Estado tradicional que permitió que ampliaran sus concesiones de fuerza e influencia. Así, mientras la estructura de la comunicación social se convirtió en el primer poder que vigila, juzga y fiscaliza todas las áreas del funcionamiento de nuestra sociedad, especialmente del Estado-gobierno, al mismo tiempo es el único poder autocrático que en la práctica política permanece sin ser supervisado a fondo por el interés colectivo, y cada vez más se propuso la autorregulación como herramienta básica para el acotamiento de los medios, y no la ley como reflejo elemental del interés social. Con ello se realizaron múltiples grados de impunidad desde éstos ante la ciudadanía, sin que existieran eficientes límites contene-

dores que los acotasen. De esta manera, durante décadas nos enfrentamos a la existencia de un cerebro colectivo cada vez más privatizado, mercantilizado, desbocado y desvinculado del hecho de abordar grandes problemas nacionales, que controló y dirigió al resto del cuerpo social.

Toda esta realidad histórica se fortaleció más a partir de los años ochenta con la aplicación del modelo de comunicación-mercado que fomentó el proceso de apertura, *modernización* y globalización de México, lo que ocasionó una grave crisis cultural, moral y espiritual de nuestra sociedad. De aquí la importancia central de efectuar una profunda reforma del Estado en materia de comunicación y cultura colectiva que permita que el funcionamiento público de las industrias culturales se encuentre ética y responsablemente orientado y supervisado por el Estado y la sociedad civil mexicana, y no sólo por las dinámicas de acumulación que señala la lógica del mercado.

#### LOS INTENTOS DE CAMBIO PARA LA REFORMA DEL ESTADO

No obstante que los medios de información se han convertido en el primer poder y que por décadas ha prevalecido un modelo de comunicación cerrado y vertical, en términos legales su operación ha quedado, históricamente, muy descuidada por el Estado mexicano y la sociedad civil. Así, durante varias décadas se abandonó su comportamiento a un funcionamiento, por un lado, autocrático, espontáneo e incluso caprichoso de los intereses de los grandes propietarios que los operan; por otro, sujeto a los intereses cíclicos de los grupos de poder en turno; y finalmente, por otro más, sometido a la dinámica de la “mano invisible” de los voraces principios de la acumulación del mercado sin una cuidadosa legislación actualizada que norme dicha operación en favor de los intereses de los grandes grupos sociales.

Cuando más, en este descuido el Estado mexicano delimitó, en el ámbito constitucional, una vaga normatividad para la operación de estos medios, pero sin actualizarla ante los grandes desafíos tecnológicos, políticos y especialmente sociales, de la sociedad mexicana de finales del siglo XX. Esto colocó internacionalmente a México como “uno de los siete países con el marco jurídico más atrasado en materia de comunicación, sólo equiparable a Libia, Irak, Qatar y Cuba; y por debajo de naciones como Paraguay, Colombia y Guatemala”.<sup>7</sup>

Por ejemplo, la Ley de Imprenta data de 1917, cuando fue promulgada por el entonces presidente Venustiano Carranza, en un marco de conflicto social posrevolucionario, y conlleva un espíritu represivo hacia la libertad de expresión. Por otra parte, pese a que la radio empezó a funcionar desde la década de

<sup>7</sup> “México, entre los siete países con las leyes más atrasada en materia de comunicación”, *El Financiero*, 24 de abril de 1998, México.

1930 y la televisión desde los años cincuenta, la Ley Federal de Radio y Televisión se creó apenas el 19 de enero de 1960, durante el gobierno del presidente Adolfo López Mateos, y quedó marcada por el vicio de la discrecionalidad política, especialmente presidencial, para ejercer los procesos informativos. De igual manera, el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y el de la Ley de la Industria Cinematográfica Relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión, se aplicaron apenas el 4 de abril de 1973.

De este modo, las precarias, vacías, contradictorias y obsoletas bases jurídicas en materia de comunicación social con que contaba la Constitución Política mexicana hacia fines del siglo XX, debilitaron la estructura y frontera del Estado mexicano y de la cultura nacional. Con ello, se desprotegeron los derechos de la población mexicana y se benefició a la estructura del poder monopólico y transnacional en el país.

Sin embargo, no obstante la herencia de este marco de retraso legislativo y del modelo dominante, la sociedad mexicana despertó desorganizada y aisladamente demandando cambios sustanciales en la estructura de la comunicación nacional a lo largo de diversos años. Así, durante la década de 1960 la sociedad civil solicitó la instauración de claras políticas de comunicación en el país. En los setenta, los principales grupos sociales de la república pidieron reiteradamente, durante más de diez años, el establecimiento del derecho a la información y su respectiva reglamentación constitucional. En 1983, la Consulta Popular sobre Medios de Comunicación organizada por la Secretaría de Gobernación exigió, por parte de más de tres mil sectores, la reforma profunda del sistema de televisión. A lo largo del sexenio 1994-2000, numerosas organizaciones políticas, culturales, académicas y civiles solicitaron insistentemente la democratización de los medios, a través de distintas consultas públicas y acuerdos políticos sobre comunicación y cultura.

Dentro de este marco histórico, con el fin de intentar la actualización de dicha normatividad y modernizar la reforma del Estado en materia de comunicación social, de 1994 al año 2000 el viejo gobierno y algunos sectores de la dirigencia privada mexicana en turno organizaron en diversos momentos distintas consultas públicas y acuerdos políticos sobre comunicación y cultura. La presencia de todos estos espacios de participación social permitió la exposición pública de múltiples diagnósticos y propuestas de todos los sectores sociales para la transformación del programa de comunicación y cultura del Estado mexicano. Así, a lo largo de la celebración de los encuentros públicos nacionales para discutir el proyecto de comunicación colectiva del país, se presentaron en conjunto más de 15 350 diagnósticos y propuestas de todos los sectores de la sociedad civil, política, gubernamental, empresarial y estatal de la república mexicana para la transformación del Estado en materia de información colectiva.

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

Sin embargo, pese a la enorme cantidad de participaciones ciudadanas que intentaban transformar el sistema de comunicación nacional, se demostró que los diagnósticos, las demandas e iniciativas fundamentales de políticas de comunicación que presentó la sociedad mexicana para la transformación del Estado nacional, mediante los foros, seminarios y consultas públicas, han sido negados, menospreciados, desconocidos y marginados por la esfera del poder. Con ello, una vez más, surgen la profunda desilusión y el desencanto de la sociedad civil, pues se considera que los espacios de “apertura” que ha creado el Estado no son los conductos viables para la transformación de los medios de comunicación nacionales.

De esta manera, ninguno de los reclamos básicos de la sociedad civil fue considerado en el proyecto comunicativo del mercado y del poder a finales del siglo XX. Con ello, el Estado desconoció permanentemente que en la sociedad de finales de milenio los medios de información colectivos son la base de existencia de lo público, y que, por consiguiente, dichas instituciones deben ser normadas por la sociedad en su conjunto y no sólo por los intereses fenicios del mercado o por los ambiciosos e ilimitados intereses del poder.

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

Así, a principios del nuevo milenio se volvió a repetir la misma historia de petrificación y antidemocracia del Estado mexicano en materia de comunica-

ción social que la sociedad ha vivido desde la década de 1970. Hay que recordar que el resultado de todas las consultas populares de 1970 a la fecha siempre concluyeron, por parte de las autoridades, con el mismo resultado de “no encontrarle la cuadratura al círculo” y, por tanto, no transformar el actual marco normativo de la comunicación social, lo cual ha permitido que en México continúe gobernando el mismo orden cerrado, viciado, discrecional, desigual, frívolo e impune de los procesos comunicativos.

Se ha constatado que los gobiernos del viejo régimen tuvieron voluntad política para realizar la reforma económica, la reforma moral, la reforma administrativa, la reforma fiscal, la reforma educativa y la reforma jurídica, pero sus ansias de poder evitaron ejecutar la modificación más importante de todas ellas: la reforma mental del país mediante la transformación del funcionamiento de los medios electrónicos de comunicación nacionales. No obstante que en el pasado se dieron varios intentos por cambiar el modelo de comunicación nacional, el Estado mexicano se interesó por enfrentar, en mayor o en menor medida, el problema de la inflación, el conflicto del adelgazamiento del aparato gubernamental, el lastre del pago de intereses por los préstamos extranjeros, el obstáculo de la concentración industrial, el saneamiento de las empresas públicas, la ampliación de la salud social, el fortalecimiento de nuestra política exterior, la modernización del abasto, la planeación urbana, la firma del Tratado de Libre Comercio, etc., y no corrigió las grandes desviaciones culturales que se produjeron por la actual operación de los canales de información, especialmente la televisión.

Ello demostró que el problema de la transformación comunicativa del país es una realidad más urgente que la del pago de nuestra monumental deuda externa, pues de lograrse la modificación de ésta, en última instancia, se alcanzaría la liberación de la conciencia de los seres humanos que mueve los órdenes establecidos por el poder. Esta realidad reflejó que, en el campo de la comunicación y la cultura, al concluir el siglo XX continuamos ante un Estado feudal posmoderno, sordo, insensible y prepotente que no comprende los latidos del corazón del México profundo que demanda apertura, participación, pluralismo, multiculturalidad y democracia en materia de comunicación social. El Estado feudal mexicano, como en la Edad Media, con el rígido control de los medios de comunicación públicos, no permite la participación de los grandes grupos en los procesos masivos de construcción de la conciencia social.

Debemos tener presente que la construcción de la democracia no se puede alcanzar sin la profunda democratización de los medios de información; democracia social es sinónimo de apertura y pluralidad de los canales de información. Por consiguiente, un Estado moderno tiene que generar una sociedad permanente y ampliamente informada sobre sus problemas fundamentales y no sobre las simples “frivolidades modernizantes” que crea el ciclo de la moda occidental o las curvas del *rating*. De lo contrario, la falta de información públi-

ca sobre los grandes problemas comunitarios o nacionales, tarde o temprano produce gigantescos atrasos y conflictos sociales estructurales que se convertirán en obstáculos para el crecimiento. Por ello, ahora es necesario generar la otra historia de la comunicación nacional mediante la reforma del Estado que permita la creación de otro modelo de comunicación social que supere el viejo esquema de información que históricamente asfixió y marginó a la mayoría de la población, porque éste ya no permite el avance del país.

Con la autorización deliberada de estas omisiones político-legales en la década de 1990, el Estado mexicano permitió, una vez más, que los voraces intereses del capital y del poder que permanentemente construyen en nuestro país una cultura salvaje, y de la desmovilización social merced al funcionamiento libertino de los medios de comunicación, sean protegidos por el actual marco normativo de las industrias culturales. Así, cada vez más la dinámica de las leyes del mercado rebasa los intereses colectivos de nuestro Estado-nación para fortalecer el proyecto de desarrollo equilibrado y promueve la realización de las bárbaras leyes del capital en el campo de la cultura y la conciencia social.

El conjunto de estos indicadores políticos refleja que al comenzar el siglo XXI el proyecto de comunicación colectivo de la sociedad mexicana inicia su vida atravesado por cinco grandes fuerzas estructurales que definen su naturaleza.

En primer término, la sociedad mexicana inicia el milenio con una aceleradísima revolución tecnológica en el terreno informativo, que perfecciona con gran velocidad las capacidades de penetración y persuasión de las industrias culturales, especialmente las electrónicas, con el incremento paralelo de su poder hipnótico sobre la conciencia colectiva.

En segundo lugar, la comunidad nacional principió el siglo con un Estado débil en el terreno de las políticas de información, ya que renunció a ejercer su función rectora en el campo de la comunicación colectiva y dejó su rectoría en manos de las fuerzas del mercado que sólo protegen los intereses del gran capital en esta materia. En este sentido, el Estado mexicano, con su postura de autorregulación informativa, optó por defender los intereses del proyecto de enorme concentración de la riqueza antes que los derechos y garantías individuales más elementales que los ciudadanos han demandado desde la década de 1960.

En tercer término, la estructura mental de nuestra comunidad nacional comienza el milenio profundamente atravesada por un proyecto muy fuerte de cultura, comunicación y espiritualidad colectiva conducido por las voraces fuerzas del mercado que fomentan la dinámica del dejar hacer y dejar pasar cultural a costa de lo que sea y sin restricción alguna (modelo de información para los jodidos), y que es ampliamente protegido por las ideologías y los valores de plástico que ha introducido la modernidad con la anuencia de los gobiernos nacionales en turno.

En cuarto lugar, los partidos políticos en su conjunto mantienen una postura de despreocupación e irresponsabilidad ante el problema de las políticas nacionales de comunicación, salvo en los momentos electorales, en que pelean desesperadamente el espacio y el tiempo de exposición de sus candidatos en los medios para ganar votos, o en coyunturas políticas difíciles en las que estén obligados a legitimarse o a obtener simpatías ante la opinión pública. El resto del año o del ciclo político ignoran esta realidad, decisiva para construir la conciencia colectiva en el país.

Finalmente, aunque existen cada vez más brotes importantes de iniciativas aisladas en la sociedad civil, el cerebro de la sociedad mexicana queda debilitado grandemente por la ausencia de un proyecto público orgánico de transformación y uso democrático de los medios de comunicación para el desarrollo equilibrado de la nación, y sin sólidas fuerzas o frentes sociales reales que permitan su surgimiento desde la ciudadanía organizada. En el ámbito de la comunicación se vive el mayor nivel de hipnotización mental que se da en todos los órdenes sociales y que impide el despertar colectivo organizado para transformar la estructura de comunicación nacional.

Por ello, en este nuevo periodo histórico de transición pacífica a la democracia, es crucial que la sociedad mexicana se replantee qué hacer en términos políticos para crear otro proyecto colectivo de comunicación social que permita el avance de la construcción de la democracia y la sobrevivencia nacional.

#### LA TRANSICIÓN POLÍTICA A LA DEMOCRACIA Y LA REFORMA COMUNICACIONAL DEL ESTADO MEXICANO

El desarrollo desigual observado en la sociedad mexicana durante el siglo XX gestó gradualmente, a lo largo de varias décadas, fuertes contradicciones estructurales que produjeron muchas tensiones sociales que a su vez exigieron respuestas y salidas históricas correctivas. Así, esta situación generó un largo proceso de despertar y transformación profunda de grupos sociales que adquirieron forma con el movimiento estudiantil de 1968, el despertar civil con los terremotos de 1985, el movimiento de protesta social generado con las elecciones frustradas del cardenismo en 1988, el levantamiento zapatista el 1 de enero de 1994, la autonomía del Instituto Federal Electoral en 1996 y, finalmente, cristalizó con las elecciones democráticas del 2 de julio de 2000, cuando el Partido Revolucionario Institucional (PRI) fue sustituido, después de 70 años en el poder, por el Partido Acción Nacional (PAN).

Con todo ello, se produjo lentamente un proceso pacífico de transición a la democracia que desembocó en la exigencia de abandonar radicalmente el viejo régimen político, clamor colectivo de la comunidad nacional que no sólo de-

mandó la transformación del orden económico, político, financiero, electoral, laboral, urbano, burocrático, etc., de la república, sino también el cambio profundo de las estructuras comunicativas. Es decir, con este cambio de dirección política, la comunidad nacional también eligió la vía de construir otro modelo de comunicación que supere el viejo modelo de información para los jodidos y permita la creación de un nuevo orden comunicativo nacional que rescate los derechos de comunicación básicos de la ciudadanía, que posibilite la participación comunicativa de los grandes grupos sociales y que aporte nuevos equilibrios informativos para la sobrevivencia social.

Por ello, la transformación del sistema político mexicano que se dio después de 70 años con la transición pacífica a la democracia, ahora requiere, para su consolidación, no sólo modificar las arcaicas estructuras de la gobernabilidad del viejo Estado que operaron durante mucho tiempo, hasta llevarnos al caos social, sino que además exige cambiar el actual sistema cerrado, vertical, viciado y autoritario de comunicación nacional que dominó en las últimas décadas. Esto significa que el proceso de construcción de la democracia en México no puede alcanzarse sin la profunda democratización de los medios de información colectivos: democracia social es sinónimo de apertura y pluralidad de los canales de información; por consiguiente, no puede existir democracia si no existen sistemas de comunicación democráticos.

En la actualidad no puede edificarse un gobierno moderno y avanzado sin la transformación democrática e integral de sus instituciones de cultura y de sus medios de comunicación colectiva, ya que por su conducto se realiza cotidianamente la principal forma de conducción, organización y participación colectiva en comunidad. Sólo a partir de la democratización del sistema mediático puede reconstruirse de manera principal el tejido democrático y participativo de la sociedad.

Para lograr la transición pacífica hacia la democracia en el México de hoy es indispensable superar la herencia del viejo modelo de comunicación y, mediante la reforma del Estado, generar la otra historia de la comunicación nacional que permita la creación de otro modelo de comunicación social que supere el viejo esquema de información que históricamente marginó y asfixió a la mayoría nacional, y haga posible el rescate del México profundo y la expresión de su infinita pluralidad multicultural: el viejo modelo de comunicación para los jodidos es un lastre fundamental que impide el crecimiento y el avance de la sociedad mexicana. Hoy es la hora de construir el nuevo México comunicativo, ciudadano y no frívolo.

El mecanismo central para elaborar un nuevo modelo de comunicación nacional y democratizar los medios de información supone, necesariamente, la realización de la reforma integral del Estado mexicano. Por ello, para reformar al Estado en materia de comunicación, ciudadanizar los medios de información

en México y dar, a través de éstos, algunas salidas de participación a los grandes grupos sociales, es indispensable modificar el viejo pacto social de comunicación unilateral, hermético, obsoleto y discrecional que existió entre el Estado mexicano y los concesionarios de los medios de comunicación y que sirvió de base para consolidar, durante tres cuartas partes del siglo XX, al decadente régimen político. Ahora es necesario construir, mediante la reforma del Estado, una nueva relación trilateral (Estado, concesionarios y sociedad) de naturaleza abierta, democrática, plural, equilibrada e incluyente que permita que los ciudadanos participen colectivamente, por los conductos idóneos, en el enriquecimiento del espacio público (espectro político-cultural) de nuestra nación y que permita crear una cultura civilizatoria superior que nos faculte para sobrevivir pacífica y humanamente en nuestro país.

Para avanzar en la reforma del Estado, el gobierno y la sociedad civil deben edificar otro orden de comunicación mediante la creación de un nuevo modelo de comunicación nacional que permita la participación social de los grandes grupos y aporte nuevos equilibrios para la sobrevivencia social. Dicho modelo de comunicación debe caracterizarse por ser democrático, no autoritario; plural, no excluyente; transparente, no discrecional; regional, no concentrado; multidireccional, no vertical; que construya esfera pública, no sólo zonas de acción privadas; que sea promotor del derecho a la información, no sólo fomentador de la conquista de nuevos auditorios; que promueva los procesos de comunicación, no sólo de información; que genere una sociedad emisora, no sólo receptora de mensajes; que aplique el derecho de réplica, no la manipulación de la información; que respalde la libertad de información, no sólo la libertad de empresa; que incluya las figuras jurídicas de *ombudsman*, no sólo los voluntarismos temperamentales de los conductores; que respete la dignidad de las personas, su honor, su honra y su intimidad, y que no utilice a los individuos para exhibirlos como mercancías para obtener más *rating*, como fue el caso de los *talk shows* o el “Big Brother”; que forme ciudadanos, no sólo espectadores o consumidores consuetudinarios; que permita la expresión de todos los sectores fundamentales de nuestra sociedad, no sólo de un grupo privilegiado; que promueva el pensamiento, la discusión y la crítica, no la frívola cultura *light*; que sea independiente del poder, e incluso contestatario, y no que refuerce el *statu quo* de la dominación; que cree un nuevo Estado de derecho comunicacional para todos, no sólo relaciones privilegiadas de *influencias informativas*; que destaque el servicio público, no sólo la dinámica de mercado; que mantenga responsabilidad social, no una conducta de oportunismo informativo; que sea multiétnico y multicultural, no elitista; que convierta a los medios en medios y no en fines, etc. Expresado en una sola idea, que construya democracia, ciudadanía y nuevas bases civilizatorias para sobrevivir, no meros espectáculos o fugas de la realidad.

De no avanzar sobre este horizonte de renovación en los próximos años, encontraremos que en plena fase de modernización nacional, con el arribo de la modernización, los tratados de libre comercio y la expansión de la globalización, se habrán modificado las estructuras económicas, políticas, jurídicas, tecnológicas, productivas, etc., de nuestra sociedad; pero no se habrán transformado las estructuras mentales profundas que, en última instancia, son las que sostienen y le dan vida a nuestra comunidad. En estas circunstancias, la sociedad mexicana estará avanzando “con los ojos vendados” por un precipicio muy peligroso, y dentro de algunos años veremos y sufriremos las consecuencias devastadoras que habrá dejado sobre nuestra conciencia y nuestros comportamientos colectivos la presencia del funcionamiento desregulado de la lógica salvaje de mercado en el terreno cultural y espiritual de nuestro país.

Por todo ello, en el gobierno de transición política a la democracia es necesario repensar qué hacer en el terreno político para crear otro proyecto colectivo de democratización de la comunicación social que permita a los medios de información orientarse hacia el desarrollo de nuestra conciencia para resolver nuestros conflictos de crecimiento, pues el proceso de globalización mundial nos lleva a crear un nuevo orden cultural que modifica los contenidos y las fronteras ideológicas del Estado nacional. De no efectuarlo, el alma cultural de nuestra sociedad corre el riesgo de quedar sepultada por los nuevos espejismos de la modernidad y sus derivados simbólicos parasitarios de esta nueva fase del desarrollo de la sociedad capitalista internacional.