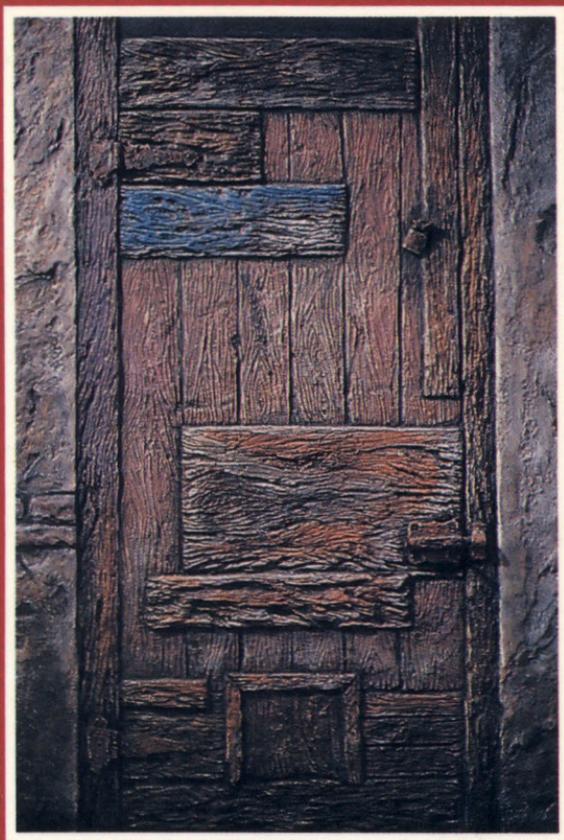


DERECHO Y ETICA DE LA INFORMACION

el largo sendero hacia la democracia en México



ernesto villanueva (coordinador)

javier alatorre • patricia álvarez león • alejandra arroyo flores
ricardo becerra • nelson carro • josé antonio cresco
alejandro del palacio díaz • javier esteinou madrid • jorge
fernández menéndez • josé fernández santillán • renward
garcía medrano • maría teresa gómez mont • ángeles huerta
enrique lazcano • rafael luviano delgado • elsie mc phail
gilberto meza • catalina noriega quesada • beatriz solís lerec
dolly spínola frausto • carlos reta martínez • carlos ramírez

.....
Colección Ensayo

Diseño de Portada: Lourdes Hernández B.

Ilustración: Julio Farell/"Puerta de colores"/Técnica mixta

Composición Tipográfica: Media Comunicación, S.A. de C.V.

Primera edición: septiembre de 1995

ISBN:

Derechos reservados

© 1995 Ernesto Villanueva Villanueva

© 1995 Media Comunicación, S.A. de C.V.

Sauzales 43-B-502

Granjas Coapa

14330 México, D.F.

Tel/Fax: 671-0492

Reservados todos los derechos. El contenido de este libro no podrá ser reproducido total ni parcialmente, almacenarse en sistemas de reproducción o transmitirse por medio alguno sin el permiso y por escrito de los editores.

IMPRESO EN MEXICO—PRINTED IN MEXICO

índice

- 7 • prólogo

el derecho a la información

- beatriz solís lerec • 13 • el derecho a la información 20 años después. crónica de un debate
- renward garcía medrano • 31 • sobre información y democracia
- carlos reta martínez • 43 • ética y derecho a la información
- alejandro del palacio díaz • 57 • el derecho a la información, un derecho a la cultura
- maría teresa gómez mont • 67 • ¿reglamentar?
- rafael luviano delgado • 75 • derecho en la información
- ernesto villanueva • 87 • derecho a la información en una sociedad moderna y democrática

derecho, ética y medios electrónicos

- javier esteinou madrid • 105 • medios de comunicación, hegemonía y transformación de la ley federal de radio y TV
- patricia alvarez león • 129 • televisión y derecho a la información
- nelson carro • 137 • la ley federal de cinematografía
- elsie mc phail • 145 • algunas observaciones sobre la radio
- javier alatorre • 155 • reflexiones preliminares sobre el derecho y los medios
- enrique lazcano • 159 • los medios: territorio natural de la verdad
- dolly spínola • 169 • los escenarios tecnológicos y el derecho a la información

derecho, ética y prensa

- alejandra arroyo flores • 183 • deontología y crisis de los medios
- jorge fernández menéndez • 205 • los medios ante el desafío democrático
- gilberto meza • 213 • la hora de los medios
- ángeles huerta • 223 • autocracia y medios de comunicación en México

los medios para la democracia

- catalina noriega • 237 • relación estado-medios de comunicación
- josé antonio crespó • 245 • los medios y los partidos políticos
- ricardo becerra • 257 • los medios electrónica y las elecciones de 1994
- josé fernández santillán • 273 • giovanni sartori: biografía, democracia, medios de comunicación
- carlos ramírez • 281 • el derechos y los medios

medios de comunicación, hegemonía y transformación de la ley federal de radio y televisión

javier esteinou madrid*

el nuevo marco histórico para el análisis de los medios electrónicos

• los medios electrónicos en la construcción de la hegemonía
A partir del surgimiento, en México, de la radio en la década de los años 30s. y de la televisión en la década de los 50s., los medios de comunicación electrónicos se han convertido en instituciones tan estratégicas en nuestra sociedad que podemos decir que en la actualidad, los aparatos de mayor potencial socializador para dirigir a nuestra comunidad nacional no son los aparatos ideológicos escolares o los religiosos, sino los medios electrónicos de transmisión colectiva (televisión y radio) y las nuevas tecnologías de comunicación.

Así, con el rápido desarrollo y perfeccionamiento físico que han alcanzado todas los medios electrónicos, no sólo se da un espacio de entretenimiento o información pública, sino que el Estado mexicano estrena un nuevo sistema nervioso cultural que transforma el interior de la estructura de la sociedad civil tradicional. Con ello, el Estado entra en una nueva etapa cultural que modifica todo el esqueleto y la organización de los aparatos de hegemonía convencionales en el país, y coloca a los medios de comunicación avanzados como los principales aparatos de socialización del México moderno.

De esta forma, con el surgimiento y funcionamiento de los medios de comunicación en el país se genera un gran desplazamiento de los principales centros hegemónicos tradicionales hacia el ejercicio de funciones secundarias y ya no

* Profesor-Investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-Xochimilco, México, D.F.

primarias de la sociedad civil. Sin embargo, no obstante este interesante corrimiento ideológico que se crea, el fenómeno más importante que se produce, ante todo, implica una radical transformación del interior de la estructura de la sociedad civil nacional.

Esto significa que antes de la emergencia de los medios de comunicación la esfera cultural de la sociedad mexicana poseía una sólida infraestructura material de producción, circulación e inculcación de las ideologías, basada fundamentalmente en procedimientos mecánicos y grupales de elaboración de la cultura. Dichos apoyos técnicos fueron eficientes para formar una red de canales productores y distribuidores de las significaciones, y con ello mantener adecuadamente cohesionada la dirección de la opinión pública nacional vía la acción hegemónica.

Estos nuevos mediadores tecnológicos de formación de la conciencia penetran primero en los centros urbanos del país y después en el campo. La introducción de estas modernas tecnologías productoras e insemadoras de símbolos en la esfera cultural de nuestro país, convulsiona la estructura y organización de los aparatos de hegemonía prevalecientes. Esto es, con el surgimiento de los medios de comunicación, se revoluciona paulatinamente la base cultural y el conjunto de soportes institucionales de la sociedad civil, al insertar gradualmente una nueva base tecnológica, especialmente de carácter electrónico, que supera con mucha perfección el armazón y funcionamiento material de todos los aparatos de hegemonía anteriores.

• medios electrónicos y transformación del estado mexicano

Con la incursión y operación de los medios de información electrónicos se alteran radicalmente los procesos masivos de producción, circulación e inculcación de símbolos y del sentido en el país; en una idea, de elaboración de la conciencia social. Su presencia representa el mayor potencial tecnológico para hacer participar a las masas en los sistemas de signos que cohesionan a la sociedad. Dicho fenómeno se enclava a tal grado en las vísceras de la sociedad civil, que cimentado sobre las viejas relaciones de comunicación de la etapa de desarrollo premonopolista da origen a un nuevo «modo de comunicación» que se distingue por la forma ampliada de elaborar, distribuir e inculcar las ideologías sobre los auditores.

Es a partir de este instante que la estructura de la sociedad civil experimenta un sustancial salto cualitativo, al construir las tecnologías de comunicación una nueva relación macrosocial entre los hombres: *la mediación informativa entre grupos e individuos*. Desde este momento, la elaboración de la conciencia histórica de

las personas y organizaciones sociales nacionales pasa a depender en un alto grado de esta mediación cultural.

Por ello, desde el instante en que se modifica esta relación informativa que se da entre las máquinas de producción de la conciencia y los individuos, se genera un cambio en la esfera ideológica. En resumen, podemos decir que existe una relación de reciprocidad histórica entre los cambios operados en las tecnologías productoras del sentido y los cambios que se dan en la sociedad civil: *a mayor revolución de los medios electrónicos, mayor transformación de la sociedad civil; y a menor modificación de los medios de comunicación, menor alteración del equilibrio de la sociedad civil*.

Por ello, observamos que esta mediación permite relacionar la conciencia local de los individuos con las realidades más disímolas, lejanas y heterogéneas de que se pueda tener noticia. Así por ejemplo, los canales de información vinculan la conciencia del campesino monolingüe con las conquistas espaciales de la nave *Columbia*, la cultura del ciudadano medio con las decisiones centrales del Estado mexicano, la religión del indígena con el consumo multinacional, la visión del niño latinoamericano con los conflictos militares de Asia, la sensibilidad de la mujer del tercer mundo con los movimientos de liberación femenina de los países altamente industrializados, los movimientos pacifistas mundiales con la Guerra del Golfo Pérsico de 1991, etc.

Esto se debe a que los avances científicos que han conquistado las industrias de comunicación electrónicas y espaciales en el país, han permitido reducir y alterar sustancialmente los tiempos y las complejidades de las condiciones materiales que exige la realización del circuito del modo de comunicación social. Es decir, el motor principal de esta transformación que proviene del desarrollo extremadamente intenso de las tecnologías de las comunicaciones, la generalización de la radiodifusión, el surgimiento avasallador de la televisión en los hogares, la capacidad de transmisión directa vía satélite, el perfeccionamiento de la transmisión telegráfica, y la gran capacidad organizativa y multiplicadora aportada por la informática, han cambiado radicalmente el significado y el impacto social de las comunicaciones en la sociedad contemporánea¹.

¹ Juan Somavia. «La Comunicación y el Modelo Transnacional de Desarrollo», revista *Nueva Sociedad*, No. 30, septiembre-octubre de 1978, Caracas, Venezuela, pp. 33-34. Acerca del grado de comprensión teórica y metodológica de este fenómeno, es importante reconocer que los esfuerzos conceptuales realizados hasta ahora por los enfoques críticos de la comunicación, son insuficientes para aclarar esta realidad. Esta última evoluciona infinitamente más rápido que la reflexión que se construye alrededor de ella. Basta pensar que «aun cuando seguimos usando las palabras *información y comunicación*, éstas se aplican a fenómenos sociales radicalmente diferentes de aquellos que se describían con estos mismos términos en la década del 40. Estamos

Así, los medios de comunicación y las nuevas tecnologías informativas se instalan como los soportes culturales más perfeccionados de las sociedades altamente industrializadas y en vías de desarrollo, que crean la principal dirección y el ensamblaje ideológico de las sociedades avanzadas.

La incorporación de estas nuevas tecnologías culturales al terreno de la sociedad civil, modifican las bases tecnológicas que sustentan a los viejos aparatos ideológicos y generan una silenciosa revolución cultural que desplaza a los principales aparatos de hegemonía a un plano secundario. Dicha revolución se caracteriza por crear una multitud de nuevos conductos o canales culturales por los que circulan las significaciones o mensajes sociales que impactan sobre las conciencias y hábitos culturales del pueblo. El conjunto de estos canales, gradualmente teje una nueva red de relaciones ideológicas de distintas dimensiones (macro y micro redes) que articulan simbólica, afectiva y racionalmente a los distintos grupos sociales.

La proliferación y acumulación de estas redes crea un nuevo sistema nervioso informativo que cristaliza en la producción de un tejido cultural que penetra todos los rincones de la sociedad civil. Este tejido cohesionan de manera distinta a la sociedad y produce una nueva cultura: *la cultura de masas*. Dicha cultura modifica sustancialmente el modo de vida imperante y produce un prototipo de ver, de sentir y de actuar colectivo como nunca antes lo había registrado la historia nacional².

encasillados dentro de un lenguaje que es incapaz de reflejar su significado global y total actual. Basta pensar que tanto la paloma de Reuters como el último satélite de comunicaciones se llama igualmente *información* pero sus efectos sociales son sustancialmente distintos.

Javier Esteinou Madrid. «Medios de Comunicación y Desplazamiento Educativo», *Revista del CONAFE*, No. 3, Subdirección de Comunicación Social, Consejo Nacional del Fomento Educativo, México, julio-septiembre de 1991, pp. 4-12; «Comunicación, Hegemonía y Transformación del Estado Capitalista», *Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, No. 16 y 17, Programa Culturas, Centro Universitario de Investigaciones Sociales (CUIS), Universidad de Colima, México, 1993.

² Dentro de la actual trayectoria de evolución mundial que lleva la tecnología electrónica en el presente y que se continuará sosteniendo en el futuro, destacan las siguientes cuatro líneas de innovaciones tecnológicas: a.- Innovaciones relacionadas con las computadoras: I) telecomputadoras, II) microfichas, III) material de registro y localización de la información, IV) computadoras electrónicas, que van desde las calculadoras de gran velocidad a los sistemas de información complejos, y V) video-informática (videotextos: Ceefax y Antiope).

b.- Innovaciones en materia de grabación de la información: I) magnetófonos, II) cámaras de video portátiles, que permiten grabar sonidos e imágenes (magnetoscopios de 1/2 pulgada que cumplen las normas y que tienen la calidad de la radiodifusión normal), y gracias a las cuales el público puede dominar la televisión, en vez de ser un simple sujeto de ella, y que liberan al material video de las limitaciones propias de un estudio.

c.- Innovaciones en materia de transmisión de la información: I) tecnología numérica aplicada

La conquista material de estas facultades sobre el tejido ideológico de la sociedad contemporánea, altera sustancialmente el torrente cotidiano de producción y distribución de la conciencia. Esto modifica los hábitos, apetitos y conductas culturales tradicionales e introduce la presencia de otros nuevos. Con ello, se inicia una etapa histórica de la construcción transclasista de la conciencia de los individuos, desde el momento en que el corazón de la opinión pública cotidiana y de sus comportamientos prácticos derivados, cada vez más, son elaborados por las mediaciones simbólicas que producen las tecnologías de comunicación avanzadas y no por los procesos ideológicos de otros aparatos de socialización.

Con la expansión y la consolidación gradual de los medios de comunicación y de su correlativa cultura de masas como nuevas fuentes de conocimientos, se relega o sustituye paulatinamente a las viejas formas de comunicación que cohesionan e identifican a la sociedad tradicional³. Este fenómeno prende, a tal grado, en el terreno mental de nuestra sociedad que el avance tecnológico de los

al sonido y a la televisión numérica; II) estereofonía grabada y difundida por la radio; III) satélites de comunicación en órbita ecuatorial, que enlazan los continentes mediante la imagen y el sonido (visiófono, videoconferencias); IV) nuevos cables, múltiples y coaxiales, de gran capacidad, que multiplican los canales transoceánicos utilizables para el teléfono y las informaciones cifradas; V) fibras o tubos de luz, que permiten transmitir una cantidad prodigiosa de información, millones de señales fónicas o miles de señales de televisión, por ejemplo; VI) transmisión de sonidos y de imágenes por microondas; VII) máseres; VIII) láseres que ofrecen una nueva gama de dispositivos técnicos, por ejemplo para las operaciones quirúrgicas delicadas (en particular, en oftalmología), instrumentos industriales que abren nuevas posibilidades prácticamente ilimitadas; y IX) radiotelegrafía y radiotelefonía que, al utilizar el espectro de frecuencia de radio, proporcionan servicios muy diversos y que rebasan ya hoy la ionósfera y llegan al espacio extraatmosférico.

d.- Innovaciones en materia de restitución y reproducción de la información: I) offset fotográfico; II) procedimientos químicos de reproducción de documentos, videodiscos; III) consolas de video para la corrección de copias y pruebas; IV) holografías; V) telescopía de periódicos y revistas por teléfono y por satélites; VI) relojes numéricos o de cristales líquidos, y adaptadores electrónicos para nuevas modalidades de utilización de las pantallas de televisión; VII) electrónica gráfica, que combina la computadora con las técnicas de la imprenta y que pueden revolucionar la producción de periódicos, revistas y libros, al multiplicar la rapidez y reducir los costos de reproducción en negro y blanco y en color; VIII) máquinas de impresión de gran velocidad, que reproducen también la fotografía y los colores; IX) telemecanografía; X) material telefotográfico y XI) receptores de fotos electrostáticos.

³ Es importante advertir que debido a la explosión tecnológica de los medios de comunicación, el paisaje cultural de las sociedades tradicionales ha cambiado drásticamente. Dentro de estas modificaciones, uno de los principales problemas que han surgido es la reducción de la comunicación personal por la interferencia de los canales electrónicos en los espacios íntimos del encuentro de parejas, familiar y grupal. Para ampliar esto consultar *Informe Provisional sobre los Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna*, Op. cit., pp. 26-27; y *Un Solo Mundo. Voces Múltiples: Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*, Op. cit., pp. 91-92, 105-109 y 146-148.

medios desencadena una mutación en la estructura cultural. Este cambio tiene distintas facetas, pero descolla con toda energía cuando por influencia de los medios, la sociedad civil pasa de ser un ámbito de formación de la hegemonía a través de acciones grupales, gremiales o de lenta cobertura institucional, a ser un espacio construido por un nuevo tejido tecnológico que produce un novedoso ecosistema cultural de la sociedad civil nacional.

De esta manera, *en el periodo más breve de toda la historia de nuestra República, los medios de información de masas desplazan la vías convencionales de comunicación que integran a la comunidad contemporánea, y se convierten rápidamente en las principales instituciones de dirección ideológica con que cuentan las sociedades presentes.* Es a través de éstas que crea el sistema nervioso que estructura y dirige las acciones culturales del Estado mexicano. Es por mediación de ellos, que nuestra sociedad avanzada integra su nuevo esqueleto de moral colectiva.

Este fenómeno fabrica un entorno ideológico que altera el mapa cultural existente hasta el momento en el país y ubica a las técnicas de información como las principales instituciones que articulan culturalmente la base económica con la superestructura social. Esta presencia incisiva de los medios de comunicación corrige profundamente la división del trabajo cultural que ha creado el Estado moderno. Con ello, se reestructura la tradicional práctica ideológica de las principales instituciones culturales que soportan al Estado mexicano, y esto genera una radical modificación de la correlación de fuerzas culturales que se dan al interior de la esfera cultural de nuestra sociedad.

El desplazamiento estratégico de los viejos centros hegemónicos por los medios de comunicación, no significa que dejen de existir y funcionar los otros sistemas de socialización secundarios como es el aparato religioso, jurídico, familiar, político, educativo, cultural, etc., sino que simplemente son reubicados históricamente en un nuevo espacio cultural con otras funciones estructurales de la sociedad civil. Con este moderno tejido informativo que introducen los medios de comunicación en el país, se crea un orden cultural al interior de la superestructura ideológica de la sociedad. Dentro de este marco, los medios emergen como las nuevas instituciones orgánicas de la sociedad moderna.

De esta forma, desde este momento histórico *los medios de comunicación modifican la estructura de la sociedad civil heredada por la sociedad capitalista del siglo XIX, se convierten en la instancia ideológica principal, desde la que se subordina, y en gran parte se reemplaza a la familia, la iglesia, la escuela y otros aparatos de socialización cultural.* A partir de este momento, los aparatos de comunicación se convierten en el epicentro cultural que dirige y esculpe los marcos o referentes fundamentales de la sociedad civil contemporánea.

• las tecnologías de comunicación y la construcción del nuevo estado ampliado

La emergencia de los medios de comunicación en nuestro país no sólo representa la radical transformación del interior de la sociedad civil, sino que básicamente *el fenómeno más relevante que produce es la creación de una nueva dimensión ideológica de la sociedad. Esto es, en términos generales, puede pensarse que con la presencia de los medios de comunicación la sociedad en su conjunto sufre una gran dilatación cultural, desde el momento en que todos los individuos o grupos sociales pueden extender la realización de sus tareas o funciones específicas a través de las técnicas de información*⁴.

La sociedad mexicana entra entonces en la fase de producir nuevos procesos culturales de consecuencias sociales amplificadas e insospechadas. Sin embargo, debido a que los medios de comunicación no son entidades «autónomas» o «neutrales» como lo presentan las versiones funcionalistas de la comunicación⁵, sino que son intermediarios técnico-industriales de las relaciones sociales que se dan al interior de la sociedad, solamente pueden participar a través suyo aquellos grupos que tienen acceso al control y dirección de los mismos.

Por consiguiente, siendo que en la sociedad capitalista las grandes tecnologías de información (prensa, cine, radio, televisión, cablevisión, satélites, computadoras, redes de datos, etc.) están subordinados por las fracciones gobernantes, mediante factores primarios (propiedad de los medios, desempeño como industrias culturales, financiamiento institucional y marco jurídico) y factores secundarios de poder (control de la producción, circulación e infusión del sentido), únicamente pueden actuar a través suyo los estratos dirigentes⁶. Estas fracciones de grupos dominantes son quienes forman en esencia al Estado en sentido amplio. En consecuencia, quien puede intervenir socialmente vía estos aparatos de información, no son todos los sectores de la sociedad, sino el Estado en sentido extenso.

⁴ Una concepción intuitiva pero también idealista sobre la forma como la sociedad se modifica con la presencia de las tecnologías informativas, la encontramos de manera embrionaria en el pensamiento de Marshall McLuhan. Consultar *La Comprensión de los Medios como las Extensiones del Hombre*, Editorial Diana, S.A., México, 1979. Una crítica moderada al pensamiento de McLuhan puede consultarse en Gianpiero Gauraleri, *La Galaxia de McLuhan*, Editorial ATE, España, 1981.

Para un panorama general sobre la línea de evolución que han seguido las tecnologías de información desde el telégrafo en 1840 hasta la comercialización de los cristales de silicio, consultar *Un Solo Mundo. Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*, Op. cit., pp. 31-36.

⁵ Consultar mi trabajo «El Estudio Materialista de la Comunicación de Masas», *Cuadernos del TICOM*, No. 1, Departamento de Educación y Comunicación, UAM-Xochimilco, México, 1979.

⁶ Debemos recordar que «con el fin de conservar el equilibrio que requiere el imperio del capital, los dirigentes criollos o foráneos, a través de sus acciones directas o mediante la intervención del

Es por ello que *con la presencia de los medios de comunicación lo que se transforma a corto plazo es el esqueleto ideológico del Estado, y a largo plazo, el de toda la sociedad en su conjunto. De esta manera, con la acción de las tecnologías de información el Estado experimenta una gran transformación al interior de su estructura cultural, pues las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza entran en una fase de extensión geométrica que da origen a una faceta del poder: el moderno Estado Ampliado*⁷.

Históricamente esta dilatación del Estado no se inicia con la presencia de las tecnologías de información, sino con la aparición de las primeras instituciones ideológicas como son la familia, la iglesia, las organizaciones culturales, la escuela, etc., que posibilitan las primeras expansiones culturales del gobierno. Sin embargo, con el desarrollo de estas nuevas herramientas intelectuales productoras de conciencia, los aparatos de hegemonía tradicionales sufren un desplazamiento sustancial del lugar central que ocupan, para dar paso al surgimiento de una ampliación del bloque en el poder, vía las modernas tecnologías de comunicación⁸.

Por este motivo, el nacimiento de esta nueva zona del Estado Ampliado se encuentra en íntima correspondencia con la evolución y organización que adopta cada sistema y proceso de comunicación que aparece: a mayor producción de

Estado que los representa, se ven permanentemente obligados a dominar y a organizar alrededor de su proyecto histórico, al sistema global de comunicación e información, y muy en particular, a los medios de difusión colectiva. De estos últimos, prioritariamente monopoliza a los de tecnología más avanzada, puesto que son los que le ofrecen mayor poder de creación de consenso y de subordinación colectiva». Consultar nuestro trabajo, «El Condicionamiento Social de los Medios de Comunicación de Masas», en *Seminario de Comunicación Social*, Serie Ensayos, No. 10, UAM-Azcapotzalco, México, 1983, pp. 19-20.

⁷ Pensamos que es debido a este tipo de inserción altamente orgánica que han alcanzado los medios de comunicación dentro del Estado y el funcionamiento estructural de la sociedad, que es muy difícil su transformación profunda. Los intentos frustrados más recientes que pretendían modificar la estructura global de los medios de comunicación, los encontramos en el proyecto RETELVE de Venezuela en 1977 y en los proyectos de Derecho a la Información en 1981 y de Democratización de la Comunicación en 1983 en México. Para ampliar este último, consultar de Javier Solórzano Zinser, «Comunicación Social y Voluntad Política», *El Día*, 18 de junio de 1983.

⁸ El concepto del 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 dicho 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 que esta matriz teórica es una de las principales vetas y directrices conceptuales que nos permiten comprender las funciones y transformaciones que ejercen las tecnologías de comunicación dentro del actual ámbito del poder.

máquinas culturales, mayor expansión del Estado Ampliado; y a menor desarrollo de las tecnologías de comunicación, menor ampliación del Estado. Así observamos que la emergencia y desarrollo de todo medio de información, provoca una transformación o desdoblamiento del Estado Ampliado y de la sociedad.

La especificidad de este flamante Estado Ampliado, se caracteriza porque a través del tejido tecnológico que construyen los medios de comunicación en la superestructura social, éstos alcanzan una inserción orgánica más profunda que la que obtiene la iglesia, la escuela, los partidos políticos, etc., como aparatos de hegemonía. Con estas nuevas herramientas culturales el Estado riega, abona y cultiva permanentemente el tejido social con las ideologías coyunturales que cotidianamente produce desde su base material. Con ello, en algunos casos fortalece y vitamina las células económicas y políticas que le dan vida; y en otros, «cura» o «restituye» aquellos órganos que entran en fase de «putrefacción social».

Esta articulación estructural se efectúa de manera más integrada con los aparatos de comunicación que con las tradicionales instituciones de hegemonía, debido a las capacidades orgánicas que éstos conquistan para cohesionar a la población, y que son su alto grado de penetración ideológica, su contacto permanente que establecen con el auditorio, y la saturación constante que alcanzan sobre los campos de conciencia de la mayoría de los grupos sociales. De esta forma, mediante los apoyos tecnológicos que le brindan los medios de comunicación, el Estado conquista una nueva capacidad orgánica para realizar de manera más competente las funciones culturales que debe ejecutar como instancia rectora de la sociedad. Es decir, las funciones ideológicas que antaño ejercía el Estado a través de pesados y burocráticos aparatos administrativos, jurídicos, fiscales, pedagógicos, económicos, etc., ahora son realizados con mayor ligereza o suavidad por medio de las tecnologías de información, sin que por ello la infraestructura organizativa de los primeros desaparezca, sino que simplemente se reforma desplazándose a lugares secundarios.

Dichas funciones son múltiples y varían según las coyunturas y los ciclos históricos por los que atraviesan; e impactan, dependiendo de lo anterior, en distintos procesos y sectores de la sociedad. Así, por un lado, a través de sus prácticas ideológicas los medios electrónicos influyen en las áreas políticas, económicas, morales, psíquicas, sexuales, etc., del cuerpo social. Por otro, mediante éstas realizan operaciones financieras, de modernización cultural, de reproducción de la energía laboral, de mutación de hábitos alimenticios, de control natal, de liberación de instintos lúdicos, de reordenamiento político, de secularización o desecularización masiva de la cultura, de participación o narcotización social, de organización económica, de concentración de valor, etc.

De esta manera a través de la realización más eficiente de estas tareas, los canales de información se convierten en las principales instituciones productoras de hegemonía. Esta nueva posición estructural que conquistan la obtienen a partir de las actividades sociales que ejercen por vía de los mensajes e ideologías que producen, circulan e inculcan.

Sin embargo, la primacía de las tecnologías de información en la articulación y consolidación de esta relación estructural, básicamente la observamos por la múltiple inserción orgánica que efectúan en el proceso de reproducción fundamental de la sociedad moderna. Con la realización amplificada de estas tareas culturales a través de las más modernas tecnologías de información, el Estado queda facultado para organizar y cohesionar a la población en función de su proyecto de desarrollo. Mediante ello se amplían sus bases de legalidad y se incrementa su poder para coordinar y cohesionar coyunturalmente a la población.

Con esto se obtiene de forma más segura el consentimiento activo o pasivo que requiere la conducción del conjunto social. Así, con la intervención de los medios de comunicación electrónicos se reduce la distancia existente entre cúpula dirigente, intelectuales orgánicos y masa de individuos, lo que a su vez repercute en la creación de un Estado más cohesionado y sólido. En una idea, conquista la dirección intelectual y moral del conjunto social vía los medios de comunicación.

De esta forma, con la adquisición de estos modernos brazos tecnológicos, el Estado Ampliado Mexicano alcanza una nueva capacidad para ordenar y restaurar permanentemente el tejido social. Así, realiza de manera más eficiente dos grandes articulaciones culturales de la sociedad. Por una parte, realiza diariamente, en forma masiva y casi intangible, la articulación consensual de la base económica de la formación histórica, con su superestructura política e ideológica de organización y regulación social.

Por otra, cohesionan culturalmente a la sociedad política con la sociedad civil, es decir vincula los aparatos de coerción (policía, fuerzas armadas, burocracia, tribunales, etc.), con los aparatos de hegemonía (escuelas, familia, iglesias, partidos políticos, sindicatos, medios de comunicación, etc.) y viceversa. Estas dos articulaciones o direcciones del Estado se distinguen porque a diferencia de la conducción represiva que es clara y brutalmente coercitiva, estas direcciones son sutilmente pedagógicas y persuasivas.

De esta forma, a partir de la incorporación de los aparatos de información al campo de acción del Estado, se produce la proyección y ampliación de éste sobre

la trama «privada de la sociedad» y se da la expansión molecular de la clase dirigente sobre el conjunto de la vida social⁹.

Con éste fenómeno se incrementan notablemente las facultades prácticas del Estado para integrar culturalmente a los distintos grupos sociales alrededor del programa de desarrollo que requiere dirigir. En una idea, con la incorporación de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de información al aparato gubernamental, aumenta sustancialmente el potencial del Estado para producir y conservar su hegemonía nacional.

Por ello, podemos decir que en la sociedad mexicana, los medios de difusión colectiva y las nuevas tecnologías de producción de símbolos y sentidos se han convertido en los principales instrumentos culturales que crean y mantienen la hegemonía que reproduce ideológicamente al sistema nacional.

medios y políticas culturales

Tradicionalmente, el diseño y la reflexión sobre políticas culturales en México se han caracterizado por considerar las problemáticas de los campos educativo, museográfico, arqueológico, etnográfico, operístico, dancístico, musical, literario, etc., pero sistemáticamente no han incluido la de los medios de comunicación. Esta omisión, por una parte, ha dejado una laguna esencial en el terreno educativo del país que ha generado un alto costo espiritual, y por la otra ha provocado una enorme contradicción entre lo que se siembra en la escuela por la mañana y lo que se destruye cognitivamente y afectivamente por la tarde y noche, a través de los medios de comunicación al introducir una violencia cultural.

Así, en primer término, al asentar las políticas culturales sin incorporar los modernos medios de comunicación, el sector intelectual del país sólo ha pintado la sombra del problema y no toca la esencia de la realidad que vivimos en la sociedad mexicana contemporánea. Es decir, se aborda la realidad cultural del México del siglo XIX, en el que no existía la comunicación de masas, y no la de finales de este siglo donde constatamos que si algo ha cambiado tajantemente la realidad ideológica del país después de la Conquista Española, la acción de la Iglesia y de la intervención del aparato educativo en nuestra sociedad, es la presencia de los medios electrónicos de información. Es más, se puede decir que en las generaciones actuales de niños y jóvenes existe una mentalidad, una sensibilidad y una imaginación nacionales diferentes, antes y después de la aparición de

⁹ Para profundizar en este punto consultar de Mabel Piccini, *Sobre la Producción Discursiva, la Comunicación y las Ideologías*, UAM-Xochimilco, versión mimeografiada, México, agosto de 1981, pp. 24-26.

los canales de comunicación colectivos, particularmente de la radio y la televisión.

En segundo término, al pasar por alto esta realidad se ha permitido flagrantemente que la educación que el Estado mexicano imparte con muchísimos esfuerzos sea borrada por los medios de comunicación, en especial, la televisión.

Con ello, el sector intelectual «incluso crítico» dedicado al examen de los procesos de comunicación y cultura nacionales ha ignorado que el surgimiento de los medios colectivos de información no sólo han transformado radicalmente la estructura mental de nuestra sociedad civil, sino que han creado una nueva dimensión ideológica del Estado nacional, vía la moderna extensión cultural de éste a través de los aparatos de información. Esto significa que, con la presencia de los medios de comunicación, sobre todo con la actuación de la televisión, el Estado mexicano ha sufrido una gran mutación, pues sus tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica se han extendido y dado origen a una nueva faceta del poder nacional: el Estado Ampliado Mexicano.

Este flamante Estado Ampliado se ha caracterizado porque gracias a los apoyos tecnológicos que le brindan los canales de información, ha conquistado una gran capacidad orgánica para realizar de manera más competente sus funciones culturales como instancia rectora de la sociedad. Por esto, el nacimiento y la expansión de esta nueva zona del Estado Ampliado Mexicano se encuentran en íntima correspondencia con la evolución y organización que adopta cada nuevo sistema y proceso de comunicación aparecido en nuestro territorio.

Pero las implicaciones de la presencia de este moderno Estado Ampliado en nuestra sociedad, no sólo abarca la transformación de la estructura del Estado, sino que también ha producido, en los últimos 70 años, un silencioso cambio drástico en la correlación de fuerzas culturales que han delineado el proyecto ideológico del país, pues ha hecho posible la rápida y fuerte acción de nuevos grupos en la esfera cultural: el privado y el transnacional. Así, las fracciones monopólicas privadas supranacionales en poco tiempo han propiciado un cambio mental y han construido e internalizado en la población, especialmente infantil y juvenil, otro proyecto cultural de sociedad, diferente al que por decenios ha planteado el Estado tradicional.

De esta manera, la capacidad de educación y de dirección de la sociedad que el Estado mexicano ganó a través de las armas durante la Revolución de 1910, hoy se ha perdido aceleradamente por no aplicar un control cultural sobre los medios electrónicos de comunicación. En otras palabras: el espíritu, la utopía y la visión del hombre que creó el movimiento insurgente de principios de siglo rápidamente se perdió por la oficialización que el Partido Revolucionario Insti-

tucional (PRI) hizo de este movimiento y porque el proceso de industrialización surgido en el país desde 1920 creó, primero a través de la radio y después de la televisión, una esperanza denominada «consumo» que con el tiempo se ha convertido en la religión moderna, particularmente en las ciudades.

De esta forma, al permitir el Estado mexicano que los medios de comunicación fueran dirigidos desde su origen por los fenicios de las ondas hertzianas y al conceder que éstos se desarrollaran con una autonomía ideológica casi absoluta, autorizó al mismo tiempo que se perdiera nuestro proyecto cultural, que es el único respaldo que le sirve de base para gobernar como Estado nacional. Esto debido a que la intencionalidad marcadamente mercantilista de los medios de comunicación ha corrido y anulado con gran rapidez la frontera ideológica del país, que es nuestro principal dique mental para sobrevivir como nación autónoma frente al mundo externo. Así, hoy hemos adquirido otra forma de ver al ser humano, al mundo, al universo y a la vida, sin ser éstas las bases culturales que requiere nuestra sociedad para avanzar y crecer.

capacidad persuasiva de los medios de información

Dentro de este contexto de evolución de las sociedades modernas, especialmente de la mexicana, es necesario considerar que la televisión se ha convertido en el principal medio de comunicación colectiva de nuestra civilización, ocupando un papel central en el desarrollo de las mentalidades y sensibilidades; y por lo tanto, en el desarrollo del país. Hoy día la televisión se ha convertido en el sistema nervioso fundamental del avance o retroceso de nuestra cotidiana cultura nacional¹⁰.

Por ello, aunque estamos conscientes que la televisión mexicana no produce efectos automáticos sobre el auditorio. Que no es una aguja hipodérmica que inyecta mecánicamente sus contenidos en los cambios de la población. Que existen múltiples formas de interpretar por parte del auditorio los mensajes televisivos que recibe. Que por parte de los emisores no existen efectos acabados sobre los auditorios como hemos creído en años anteriores. Que no es omnipotente para producir procesos mágicos. Que normalmente refuerza tendencias previamente ya existentes en el seno de las comunidades. Que la conciencia humana no solamente se produce por la acción simbólica de la televisión, sino por un conjunto más amplio de relaciones sociales y de redes culturales que impactan sobre

¹⁰ Para comprender por qué la televisión se ha convertido en el principal medio de comunicación en la sociedad contemporánea, consultar nuestro trabajo: *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*, Editorial Trillas, México, 1992, 200pp.

la inteligencia y la sensibilidad de los individuos. Que su efectividad de convencimiento no depende totalmente de las imágenes que se transmiten sino de otros procesos sociales complementarios, etc. También sabemos que, a través de las propiedades físicas que ha conquistado y de los hábitos culturales que ha formado, la televisión cuenta con un alto margen de eficacia persuasiva comprobada para crear y cambiar las formas de pensar y actuar en México.

En la actualidad debemos tener presente que en nuestro país, frente a la tradicional acción del sistema escolar y religioso, la televisión se ha convertido en la principal red educativa capaz de cambiar, con mayor rapidez y agilidad, los valores, las actitudes, los hábitos y las conductas de los receptores. En una idea, dirige la cultura cotidiana en cada sexenio de gobierno. Así, la televisión se ha convertido en el principal mediador cultural, a través del cual el Estado articula ideológicamente a nuestra sociedad, convirtiéndose en la principal organizadora colectiva de la historia moderna de México.

Sin embargo, esta mediación central que ejerce la televisión entre gobierno y sociedad no significa, en ningún momento, que la capacidad de persuasión que realiza sea omnipotente eficaz para convertir en socialmente dominante cualquier mensaje transmitido por ésta y mecánicamente doblegar las conciencias y las acciones de todos los ciudadanos que son tocados por ésta. La fuerza de convencimiento de la televisión tiene límites de competencia muy precisos, y los principales son los tres siguientes:

Primero, las informaciones televisivas que leen, decodifican e interiorizan los receptores nunca se asimilan homogéneamente en todos ellos con el mismo signo ideológico e intensidad personal con la que se emiten, sino que varían según son sus situaciones históricas, antropológicas, religiosas, económicas, familiares, políticas, culturales, materiales, regionales, étnicas, productivas, etc., que los determinan como seres humanos. No debemos olvidar que los públicos no son pasivos, ni neutros, ni socialmente vírgenes, sino que practican sus propios procesamiento de lo que la televisión les ofrece de acuerdo a sus propias experiencias de vida y sus inserciones sociales¹¹.

Segundo, la habilidad seductora de la televisión nunca puede rebasar el peso de la realidad que enfrentan los espectadores, pues siempre las circunstancias de sus vidas concretas son más fuertes que el poder que alcanza la información y las

¹¹ Por otra parte, es alarmante y aleccionador para la sociología crítica del estudio del receptor, que quienes con mayor exactitud, sutileza y eficacia conocen el perfil de comportamiento del auditorio es el sector dominante, que impulsado básicamente por el capital industrial y comercial se dedica, a través de las técnicas de la mercadotecnia y publicidad, a radiografiar los diversos patrones de aspiraciones, gustos, comportamientos, debilidades, actitudes, preferencias, inclina-

imágenes audiovisuales que se difunden. Es necesario subrayar que la televisión no sustituye a la dinámica económica, política y social, sino que la apoya o debilita con base en los proyectos globales que existen detrás de ésta. De lo contrario, sobrevaloraríamos el papel de la televisión al otorgarle fantasiosamente una absoluta propiedad transformadora, cuando en verdad sólo es una tecnología muy perfeccionada de promoción de intereses o políticas precisas.

Tercero, cuando la gama de discurso que transmite la televisión encuentra las condiciones psicológicas favorables en los campos de conciencia de los públicos, éstos son asimilados en un alto porcentaje y viceversa.

Sin embargo, no obstante la existencia de diversos límites reales en la tarea de mediación social que realiza la televisión entre pueblo y gobierno, su capacidad de persuasión y de movilización de la población en el país ha sido tan eficiente en diversos momentos, que ha generado fuertes fenómenos sociales de signos contrarios. Así, por ejemplo, en un sentido positivo constatamos cómo a través de las acciones promocionales de la televisión, se ha colaborado a reducir en la década de los 80 la tasa de crecimiento demográfico del 4.3% al 2% construyendo un nuevo modelo cultural de familia basado en cuatro miembros: padre, madre y dos hijos. De igual forma, se ha contribuido a alfabetizar y a otorgar instrucción básica a través de la telesecundaria a miles de mexicanos, a tal grado que de 1983 a 1987 se redujo el índice de analfabetismo en sujetos mayores de 15 años del 14 al 7.1 %, alfabetizando a más de 3 millones 300 mil mexicanos. Esto significa que hay 92 de cada 100 mexicanos adultos que ya saben leer y escribir en el país¹².

De la misma manera, ha logrado promover permanentemente la donación altruista de sangre a hospitales y bancos de plasma¹³. Asimismo, con apoyo de las campañas de prevención médica vía televisión, la acciones del sector salud, la participación de 600 mil voluntarios y la instalación de 80 mil puestos de vacunación, se pudo inmunizar en dos fines de semana de 1987 en todo el territorio nacional a más de 12 millones de niños contra la poliomielitis, a 10 millones de

ciones, etc., del receptor, con objeto de integrarlo al proyecto de desarrollo del capital nacional e internacional. Javier Esteinou Madrid, «El estudio materialista de la comunicación de masas», *Cuadernos del TICOM*, No. 1, Taller de Investigación para la Comunicación Masiva, Departamento de Educación y Comunicación, UAM-Xochimilco, marzo de 1979, p. 9.

¹² «Hoy 92 de cada 100 adultos mexicanos saben leer y escribir», *Excelsior*, 13 de diciembre de 1986; «Reconocimiento de la UNESCO al gobierno mexicano por los resultados de programas de alfabetización», *unomásuno*, 9 de septiembre de 1987; «Descendió el analfabetismo a 7.6%», *unomásuno*, 27 de marzo de 1987.

¹³ «Respuesta al festival del donador altruista de sangre», *Excelsior*, 14 de octubre de 1987.

pequeños contra la difteria y la tosferina, y a 2 millones de niños contra el sarampión, que en conjunto han alcanzado reducir en más del 35% las enfermedades infantiles en la República¹⁴.

También, por la acción instructiva de la televisión y otros medios de comunicación, se ha formado en los últimos dos sexenios una nueva cultura financiera de masas que ha logrado crear una base de educación económica que permite que la clase media y algunos sectores de la clase popular sepan cómo invertir sus ahorros en diversos instrumentos de capitalización, como son plazos bancarios a una semana, un mes, tres meses, seis meses, en renta variable, papel comercial, petrobonos, acciones de empresas, etc. En los mismos términos, en los *spots* televisivos transmitidos de 1984 a 1985 consiguieron abarrotar los Registros Civiles del país para regularizar las uniones libres de las parejas y registrar oficialmente a sus hijos. En idéntico sentido, la repetición publicitaria a través de la televisión ha creado en las ciudades de 15 años a la fecha una cultura de uso de la toalla sanitaria en las mujeres urbanas, y se nota cada vez más con marcada claridad que también ya empieza a surgir en el campo.

Igualmente, se logró que los ciudadanos hicieran valer más sus derechos como compradores mediante la educación televisiva que ha proporcionado el Instituto Nacional del Consumidor y la Procuraduría Federal del mismo en los últimos 12 años¹⁵. Y se obtuvo que a través de la promoción televisiva más de 80 mil pedalistas participaran en 1987 en el Paseo Ciclista de la Constitución, 15 mil atletas asistieran a la Sexagésima Tercera Carrera de la Constitución en el DF y 4 mil deportistas estuvieran presentes en el IV Maratón Deportivo Guadalajara¹⁶.

También a partir de la difusión de la propaganda audiovisual sobre la prevención de los accidentes de trabajo y la capacitación de aproximadamente un mi-

¹⁴ «Las campañas de vacunación han logrado reducir 35% las enfermedades infantiles», *Excélsior*, 12 de marzo de 1986; «El próximo sábado la segunda jornada de vacunación antipolio», *Excélsior*, 22 de marzo de 1986; «Serán inmunizados contra la polio más de doce millones de niños», *Excélsior*, 14 de enero de 1987; «Millón y medio de niños serán vacunados contra la polio en el D.F.», *Excélsior*, 21 de enero de 1987; «Aplicarán hoy a 12 millones de infantes la vacuna antipolio», *Excélsior*, 24 de enero de 1987; «Se inmunizó contra la polio a 12 millones de infantes», *Excélsior*, 25 de enero de 1987; «Aplicó la armada 75 mil dosis de vacuna antipolio», *Excélsior*, 29 de enero de 1987; «Vacunados más de 10 millones de niños contra difteria y tosferina», *Excélsior*, 23 de mayo de 1987; «Del 26 al 30, vacunas contra el sarampión: SSA», *unomásuno*, 20 de octubre de 1987.

¹⁵ «Cada vez más consumidores hacen valer sus derechos: Pliego Montes», *Excélsior*, 11 de febrero de 1987.

¹⁶ «Al Maratón de Guadalajara 4,000 corredores», *Excélsior*, 4 de febrero de 1987; «15,000 atletas en la carrera de la Constitución», *Excélsior*, 8 de febrero de 1987; «El paseo ciclista, un freno a la contaminación», *Excélsior*, 5 de junio de 1987.

llón de funcionarios públicos por el Instituto Mexicano del Seguro Social, se obtuvo que los percances de trabajo en las empresas se redujeran el año pasado en 57%¹⁷. En idéntico sentido, a través del incremento de las campañas publicitarias, en 80% en prensa, 110% en revistas, 85% en radio y 200% en televisión, la iniciativa privada pudo sostener la demanda de consumo de la población en ciertos renglones excepto el sector textil, la industria zapatera y la industria automotriz que fueron afectadas drásticamente por la crisis económica de 1987¹⁸. Asimismo, mediante la promoción televisiva y la preparación de 450 mil promotores del voto por parte de la Federación de Trabajadores al Servicio del Estado se logró que el 85% de los ciudadanos en edad de votar se registraran voluntariamente en el Padrón Electoral para participar en las elecciones presidenciales de 1988¹⁹.

Igualmente, otro caso sumamente meritorio de persuasión y movilización de la sociedad mexicana ocurrió ante los terremotos de 1985, donde a través de la televisión y otros medios de comunicación, el conjunto social se sensibilizó de la magnitud de la tragedia y logró vincular las urgentes demandas de socorro con los ofrecimientos de ayuda voluntaria de los ciudadanos, creando un movimiento de solidaridad civil que no se había presenciado en las últimas 5 décadas²⁰.

Mediante otras acciones persuasivas la televisión nos ha reeducado cotidianamente para sustituir en nuestro registro de domicilio la colonia por el código postal. Para agregar otra cifra cabezal por zonas cuando el número telefónico rebasó los seis dígitos. Para aceptar las nuevas instalaciones en nuestro hogar que permitieron el cambio de voltaje de 120 a 110 volts. Para cambiar las placas al nuevo sistema de referencia permanente. Para pagar los impuestos de las personas físicas y morales en las fechas indicadas. Para obtener nuestras nuevas credenciales de elector, etc.

Por otro lado, en un sentido negativo presenciamos cómo la televisión ha propiciado a lo largo de los años un permanente ciclo consumista que provoca el desperdicio de gran parte de la energía de nuestra sociedad. A través de las imágenes que diariamente se difunden, constatamos cómo la televisión reconstruye en la pantalla otro país que no es México. De igual forma, mediante los valores

¹⁷ «Bajaron los accidentes laborales en 57%: IMSS», *Excélsior*, 10 de febrero de 1987.

¹⁸ «Reconoció MMH el apoyo publicitario a las campañas del sector público», *Excélsior*, 29 de septiembre de 1987.

¹⁹ «Está preparando al FSTSE a 450,000 promotores del voto», *Excélsior*, 2 de julio de 1987.

²⁰ Esteinou Madrid, Javier, «La reconstrucción y los medios de comunicación», *El Búho*, No. 15, suplemento cultural de *Excélsior*, 22 de diciembre de 1985; Esteinou Madrid, Javier, «Televisión y memoria social» (dos partes), *El Búho*, Nos. 35 y 36, *Excélsior*, 11 y 18 de mayo de 1986.

televisivos que se proyectan, observamos cómo la televisión ha generado un fuerte corrimiento de la frontera ideológica nacional que ha propiciado la desmedida admiración por el estilo de vida y éxito norteamericanos y el rechazo a los netamente local, etc.

En este sentido, encontramos que la televisión y otros medios de información electrónicos en las últimas décadas han producido una agresión espiritual en nuestra sociedad, pues ha impuesto gradualmente sobre la conciencia del país otro proyecto cultural distinto al de nuestras bases psíquicas milenarias. En este sentido, podemos decir que el Estado mexicano está profundamente extraviado en su proyecto cultural, pues ha permitido la construcción de un programa mental que, por medio de la televisión, está formando generaciones de hombres enanos, ya que nos ha hecho creer que lo importante en la vida son los valores intrascendentes de la frivolidad y el consumo, y no los principios del reconocimiento, la autoestima, la aceptación del otro y el crecimiento personal. La televisión ha colocado el éxito del individuo en la capacidad que tiene para adquirir y acumular bienes, y no en la facultad para desarrollar su interior y aumentar su capacidad de amar.

Por todo lo anterior, no obstante que en la actualidad contamos con una mucho mayor cantidad de recursos tecnológico-comunicativos, sabemos cada vez menos de nosotros como país y como seres humanos, y estamos perdiendo nuestra identidad nacional. Hoy, la televisión reproduce a colores una nueva visión de los vencidos.

Esto significa, que en la actualidad la principal fuerza educativa que guía a nuestra sociedad ha sido desplazada del tradicional sistema educativo a la red de los medios de comunicación de masas. Por esto, hoy día la verdadera dirección ideológica de nuestra sociedad ya no se construye cotidianamente desde el aula u otras instituciones culturales, sino desde los canales colectivos de información, y en particular desde el aparato televisivo.

De esta forma, el modelo mental que los medios imponen, ha acelerado el rompimiento de la relación trigeracional que se establecía entre hijos-padres-abuelos, principal sostén de este país en los últimos 400 años. Así, en menos de una generación, en nuestras conciencias se ha sembrado masivamente lo transnacional estadounidense, al grado de que hoy podemos decir como lo hace Carlos Monsiváis -que en el territorio mexicano ya nació la primera generación de estadounidenses. Hemos perdido la memoria de nuestro proceso histórico y, en menos de 4 decenios, adquirido la memoria de lo multinacional.

Todo lo anterior se confirma cuando observamos que los niños mayores de seis años conocen más la información televisiva que la transmitida en la escuela

primaria. Por ejemplo, en el terreno de la realidad nacional el 77% de los pequeños retienen más frases como «La chispa de la vida» o «Recuérdame» y sólo el 49% conserva otras como «¡Viva la Independencia!», «La solución somos todos» o «El respeto al derecho ajeno es la paz». De igual manera, mientras que casi la totalidad de los niños (92%) retiene la imagen del Gansito Marinela, menos de dos terceras partes (64%) identifica la Columna de nuestra Independencia o al cura Hidalgo. El 63% de los niños asocia fácilmente el tema de la tarjeta de crédito «Carnet» y sólo el 43% reconoce la frase «El respeto al derecho ajeno es la paz». En resumen, observamos que de cada diez personajes que los niños identifican, sólo tres son de la historia de México.

En el campo de la historia, el 67% de los niños identifican los días y horarios en que se transmiten sus programas favoritos de televisión, mientras que sólo el 19% enuncia las fechas en que ocurrieron los acontecimientos más significativos de la historia nacional. Los superhéroes de la televisión como «La mujer maravilla», son más conocidos por los pequeños (98%) que los héroes de la Revolución mexicana (33%). «El Chapulín Colorado» es más evocado por los infantes (96%) que los Niños Héroes de Chapultepec (82%). «Supermán» está más presente en la mente de los pequeños (97%) que Don Benito Juárez.

En materia religiosa, no obstante que nuestra sociedad es acentuadamente católica, más de la mitad de los niños (56%) conoce el día en que se transmitía «Hogar dulce hogar», mientras que sólo el 86% recuerda el día en que se celebra la Navidad. Mientras el 55% de los niños puede decir qué día se difundía el programa «Mis huéspedes», sólo el 32% sabe la fecha en que se celebra la fiesta de la Virgen de Guadalupe. Los pequeños identifican mejor el logotipo de «Sabritas» (86%) que una hostia (46%).

En el área cívica, el 87% de los infantes conoce los días en que se transmiten los programas cómicos y sólo el 13% sabe la fecha en que toma posesión el Presidente de la República. Sólo el 8% conoce la fecha en que el primer mandatario rinde su informe anual, mientras que el 61% sí puede decir el día y la hora en que aparecen las series fantásticas. El 83% de los niños identifica el logotipo de los pastelitos rellenos y sólo el 63% conoce el Calendario Azteca. Mientras que el 81% de los pequeños evoca el logotipo de los productos «Marinela», sólo el 66% identifica el escudo nacional. Las tres cuartas partes (77%) de los niños identifican la imagen de Chicles Adam's y menos de una quinta parte (17%) reconoce el Monumento a la Revolución. Finalmente, el logotipo de los chocolates «Carlos V» es más reconocido (77%) que el Monumento del Ángel o la Columna de la Independencia (40%)²¹.

Incluso este panorama está por agravarse aún más por la apertura de nuestra

economía al comercio internacional, dado el ingreso de México al GATT y su incorporación al Tratado norteamericano de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá.

Si éstos son sólo algunos de los rasgos del retroceso de la identidad nacional que se experimenta en nuestro país, especialmente en los niños, nos preguntamos ¿por qué la televisión se esfuerza diariamente en concentrar mayoritariamente la energía mental de la nación a través de sus horarios triple A (7 a 10 de la noche) en hacer propaganda de cigarrillos, brandys, ron, «alimentos chatarra», perfumes, etcétera, y no en fortalecer nuestras bases de reconocimiento e integración cultural como nación y comunidades humanas?

Por otra parte, si sabemos que cada niño que nace en México trae un compromiso heredado de más de 750 millones de pesos por concepto de deuda externa. Si cada vez más son los pequeños que intentan cruzar el río Bravo para trabajar como braceros en Estados Unidos. Si existen más de 2 millones de chicos que piden limosna en las calles del país. Si la crisis económica ha obligado a que padre y madre trabajen y nuestros niños cada vez son más amamantados por la televisión. Si el 78% de las criaturas menores de 4 años no alcanza la estatura y el peso normales debido a la desnutrición. Si antes de cumplir los 5 años muere el 10% de la población infantil. Si el síndrome del niño golpeado ha aumentado un 30% en los últimos 2 años. Si éste es el cuadro de vida de una gran mayoría de la niñez mexicana, cabe preguntar: ¿por qué el proyecto de televisión dirigido a los infantes concentra su atención prioritariamente en las «televacaciones», las caricaturas agresivas, los programas de concursos infantiles, los comerciales para favorecer el consumismo y otras fantasías extranjeras, y no en impulsar el desarrollo humano de los pequeños?²²

De aquí la enorme importancia de reflexionar sobre la situación normativa que experimentan los medios de comunicación, particularmente los electrónicos, en la sociedad mexicana.

²¹ «La televisión y los niños. Conocimiento de la realidad televisiva vs. conocimiento de la realidad nacional», *Cuadernos del Consumidor*, Instituto Nacional del Consumidor, México, noviembre de 1982.

²² «Usos comerciales de la televisión infantil», *unomásuno*, 9 de enero de 1988; «Diario 5 denuncias de maltrato de menores en Chihuahua: Miranda G.», *Excelsior*, 29 de octubre de 1992; «En 6 meses el DIF recibió 119 denuncias por maltrato infantil», *El Financiero*, 13 de septiembre de 1993; «Es inexistente en México una política que contemple a los niños. Ni siquiera ha sido planteada», *unomásuno*, 27 de octubre de 1993. Simplemente en la ciudad de León, Gto., los casos de «violencia interfamiliar» -maltrato a los hijos, la mujer y el anciano- aumentó tanto que en 1993 se presentaron 30 denuncias mensuales como promedio y en 1992 el Ministerio Público registró 203 casos de denuncias por rapto, secuestro y tráfico de menores. «Creciente violencia intrafamiliar se registra en León: Alcántara S.», *Excelsior*, 22 de febrero de 1993.

situación normativa de la ley federal de radio y televisión

Frente al surgimiento y la acción de los medios de comunicación electrónicos podemos decir que en la actualidad en el país no existen vehículos más eficaces para transmitir la información social que la radio y la televisión. Estos medios de suyo neutrales, transportan los mensajes fundamentales que moldean la personalidad de los mexicanos. Las aspiraciones del pueblo, el país que queremos ser, están siendo construida lenta, cotidiana y eficazmente a través del contenido de la programación de la radio y la televisión en México.

Por consiguiente, no es el discurso político ni la acción de los representantes populares y ni siquiera la prensa lo que permite a los mexicanos tener una visión de sí mismos y del futuro de su país. Son los televisores, la radio de transistores, quienes acceden permanentemente a la mente de los mexicanos y les informan y les instruyen sobre su conducta en la sociedad que deben vivir²³.

Sin embargo, no obstante la importancia fundamental que han alcanzado la radio y la televisión en México, en términos legales su operación ha quedado abandonada a un funcionamiento espontáneo e incluso caprichoso de los grandes propietarios en detrimento de los auditorios, sin una profunda legislación que normatice dicho funcionamiento. De esta manera, instituciones tan medulares para la socialización de las conciencias nacionales han funcionado durante varias décadas en grandes vacíos legales que han propiciado todo tipo de abusos culturales, económicos, políticos, etc., desde los medios de comunicación electrónicos.

Por ejemplo, pese a que la radio empieza a funcionar desde la década de los años 30s. y la televisión desde los años 50s., la Ley Federal de Radio y Televisión se aplica hasta el 19 de enero de 1960 con el gobierno del presidente Adolfo López Mateos. De igual forma, el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica Relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión, se aplica hasta el 4 de abril de 1973. Incluso después de la edición de dichas leyes, en los 34 años siguientes, sólo se han realizado 5 mínimas y marginales modificaciones a la ley que son la referentes a los siguientes períodos:

- El 31 de diciembre de 1969 y publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 27 de enero de 1970.
- El 28 de diciembre de 1974 y publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 31 de diciembre de 1974.

²³ Labra, Armando. Prólogo a *La Legislación Mexicana en Radio y Televisión*, Colección Ensayos, UAM-Xochimilco, México, primera reimpresión 1989, p. 7.

- El 4 de noviembre de 1980 y publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 10 de noviembre de 1980.

- El 11 de enero de 1982 y publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 12 de enero de 1982.

- El 29 de diciembre de 1985 y publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 13 de enero de 1986.

De aquí la gran necesidad en la actualidad por parte de la Comisión de Comunicación Social de la Cámara de Diputados de reglamentar con mayor profundidad y perfeccionamiento la operación de dichos medios de comunicación, pues en última instancia no se está legislando sobre simples instituciones de esparcimiento o diversión, sino sobre un fenómeno central de transformación y ampliación del Estado Mexicano.

¿qué hacer?: propuestas de transformación nacional del horizonte comunicativo

Dentro de este contexto modernizador de la sociedad mexicana podemos decir que aunque el Estado nacional cada día se esfuerza por ser mejor instancia rectora en el terreno de las relaciones económicas, políticas, ecológicas, internacionales, laborales, productivas, etc., en el área cultural ha perdido la capacidad de conducción moral de nuestra sociedad. En este sentido, podemos decir que en los últimos decenios en términos culturales el sector privado del país controlador los medios de comunicación y las corporaciones multinacionales, han sido las verdaderas secretarías de Estado que han influido en el intelecto y la emoción colectiva que han cohesionado al país.

Por ello, para corregir la dirección de nuestro espíritu nacional es fundamental estudiar el papel que desempeñan los medios electrónicos de comunicación, y particularmente la televisión, para diseñar nuevas políticas culturales, pues son esos canales los que están construyendo con mayor fuerza el proyecto mental cotidiano de la República. Dada la pérdida de la rectoría cultural de la sociedad mexicana por parte del gobierno, actualmente es Razón de Estado el planificar el funcionamiento social de los medios de información masiva para el desarrollo del país.

Para avanzar sobre la línea de construir un nuevo cambio en el horizonte comunicativo del país proponemos retomar las iniciativas que el grupo denominado «Comunicadores por la Democracia» ha planteado en diversas ocasiones a la opinión pública mexicana para crear un Consejo Plural de Comunicación Social con estatuto de organismo público, personalidad jurídica independiente e integrado por profesionales de la comunicación, organismos públicos, sociales,

privados y culturales y de la sociedad civil. Las tareas de este Consejo serían coordinar, encausar y concretar, por lo menos, las siguientes funciones:

- Demandar la formulación de una Ley Federal de Comunicación Social que abarque los medios de radio, televisión, prensa, cine, publicidad, propaganda, nuevas tecnologías, anuncios exteriores y otros rubros que se relacionen con la comunicación social

- Establecer y reglamentar como parte de los derechos ciudadanos el Derecho a la Información y el Derecho de Réplica en los medios de información

- Modificar, con la participación de dicho Consejo, el criterio de otorgamiento de concesiones de radio y televisión, que las revisaría y autorizaría en lo sucesivo, anulando la facultad unilateral que hasta ahora tiene el Poder Ejecutivo

- Utilizar el 12.5% del tiempo oficial en radio y televisión no sólo para la transmisión de campañas gubernamentales, sino también en apoyo de organizaciones civiles, garantizando una distribución equitativa e imparcial del mismo

- Aprovechar de manera intensiva el 12.5% de tiempo oficial para crear una cultura de la sobrevivencia nacional y combatir el consumismo

- Asegurar la presencia y participación de comunicadores y representantes de organismos gremiales en el Congreso de la Unión y en las tareas de asesoría legislativa en materia de información social

- Suprimir los mecanismos directos y velados de censura que operan sobre los medios de comunicación provengan desde instancias gubernamentales, privadas o sociales

- Reformular la legislación vigente que se refiere a los derechos de terceros, el honor, la dignidad de las personas, el interés público, la calumnia, la injuria y la violación de la vida privada, entre otros, dentro de la actividad de la comunicación colectiva

- Crear mecanismos para que aquellos trabajadores de la comunicación que sean censurados y privados de su espacio de expresión sean reinstalados y que se reabran dichos espacios tanto en los medios gubernamentales como en los privados

- Exigir al gobierno que cada año presente de manera pormenorizada su gasto público en medios de comunicación y defina los criterios de transparencia para el otorgamiento de recursos que provengan de los sectores público y paraestatal en el terreno de la comunicación social

- Alentar la apertura de nuevos espacios en radio y televisión bajo la modalidad de tiempo estatal para construir un Foro Permanente de Discusión Pública de los Problemas y Retos de la Nación

Tenemos que considerar que debido a la aceleradísima transformación global

que vivimos, de nada servirá intentar corregir los pies económicos, los brazos tecnológicos, las manos laborales, el estómago agropecuario, los pulmones ecológicos del país, etc., si no se modifica el alma mental que da vida a nuestra sociedad pues el cuerpo, tarde o temprano, se volverá a desmoronar y cada vez más con mayor profundidad.

Este libro se terminó de imprimir en septiembre de 1995
en Servicios Editoriales Icaria, S.A. de C.V.
Privada de Churubusco No. 31
Col. Pantitlán, México, D.F.
Tiraje 1,000 ejemplares