

Revista Mexicana

202

de

Ciencias Políticas y Sociales



División de Estudios de Posgrado
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
UNAM

Directora

Judit Bokser Misses

Editor responsable

Juan Felipe Pozo Block

Editora invitada

Norma Pareja Sánchez

Consejo editorial

Alfredo Andrade Carreño, Benjamín Arditi Karlik, FCPYS-UNAM; Jaime Cárdenas, IJ-UNAM; Jorge Chabat, CIDE; David Easton, Universidad de California; S. N. Eisenstandt, Universidad Hebrea de Jerusalén; Milton J. Esman, Universidad de Cornell; Susana González Reyna, FCPYS-UNAM; Hira de Gortari, Instituto Mora; Edmundo Hernández-Vela Salgado, FCPYS-UNAM; Martin Jay, Universidad de Berkeley; José Marques de Melo, Universidad de São Paulo; Silvia Molina y Vedia del Castillo, FCPYS-UNAM; Alejandra Salas-Porras Soule, FCPYS-UNAM; Teun A. van Dijk, Universidad de Ámsterdam; Mario Sznajder, Universidad Hebrea de Jerusalén; Luis Roniger, Wake Forest University, North Carolina; Roberto Blancarte Pimentel, COLMEX

Corrección de estilo y apoyo editorial: Gabriel Pérez Salazar y Arturo Durán Padilla.

Ilustración de portada: *Grupo de once*, Paul Klee (1939). *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Año L, núm. 202, enero-abril de 2008, es una publicación editada por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, Circuito Cultural Mario de la Cueva, Ciudad Universitaria, C.P. 04510, Delegación Coyoacán, D.F. Número de Certificado de Licitud de Título 7642, Número de Certificado de Licitud de Contenido 5147, Número de Reserva del Título en Derechos de Autor 2121-93. ISSN-0185-1918. Distribuida por la Dirección General de Fomento Editorial, Av. del Imán No. 5, Ciudad Universitaria, C.P. 04510, Delegación Coyoacán, D.F. Diseño y diagramación de Revista y Portada, Marco Antonio Pérez Landaverde.

La *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* aparece en los siguientes Índices: Agencia Española de Cooperación Internacional, *AECI*; Bibliografía Lingüística de México, *Lingmex*; Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades, *CLASE*; Genamics Journal Seek; Hemeroteca Latinoamericana, *HELA*; Hispanic American Periodical Index, *HAPI*; Historical Abstracts; International Bibliography of the Social Sciences, *IBSS*; International Political Science Abstracts, *IPSA*; México Ciencias Sociales, *MESC*; Periodical Index; Red de Revistas Científicas de América Latina, Caribe, España y Portugal, *REDALYC*; Red de Revistas Mexicanas de Ciencias Sociales; Scielo México; Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, *LATINDEX*; Social Services Abstracts; Sociological Abstracts; SocINDEX; SocIndex Text; Ulrich's International Periodical Directory y Worldwide Political Sciences Abstracts.

INDICE



<i>Presentación</i>	7
---------------------------	---

PERSPECTIVAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS

<i>La comunicación política y las elecciones del 2006. La Teoría de la Comunicación y el dictamen de validez de la elección presidencial</i>	13
Norma Pareja Sánchez	
<i>Debates presidenciales y democracia en México. Desempeño de los candidatos en los debates presidenciales del 2006</i>	33
Martín Echeverría Victoria	

CUESTIONES CONTEMPORÁNEAS

<i>La Ley Televisa y la formación de la IV República mediática en México</i>	53
Javier Esteinou Madrid	
<i>Claves para una reforma electoral democrática: La comunicación política en México. ¿Espacio de visibilidad o invisibilidad de las mujeres?</i>	71
Aimée Vega Montiel	
<i>Medios de comunicación y procesos electorales. Los monitoreos de medios</i>	81
Irving Berlín Villafaña	

SOCIEDAD Y POLÍTICA

<i>Campañas políticas y configuración del voto electoral en el 2006. Encuestas electorales y publicidad política</i>	93
Luis Fernando Sánchez Murillo y Francisco de Jesús Aceves González	
<i>Mediocracia, dinero y elección presidencial en México 2006</i>	117
Hugo Sánchez Gudiño	
<i>Factores sociales agregados de la elección presidencial mexicana de 2006</i>	143
Iván Zavala Echavarría	

RESEÑAS

Jorge Bravo del libro de José Antonio Crespo "2006: hablan las actas". <i>Las debilidades de la autoridad electoral mexicana</i> , Debate, México, 2008, 232 pp. . . .	163
<i>Colaboradores</i>	169
<i>Instrucciones para los colaboradores</i>	175

La Ley Televisa y la formación de la IV República mediática en México

Javier Esteinou Madrid*



Resumen

En este artículo, el autor examina la conformación, organización y funcionamiento de lo que ha denominado el *poder mediático* a principios del siglo XXI, el cual que se sumaría a los tres poderes formales divididos y autónomos del Estado mexicano (Ejecutivo, Legislativo y Judicial). Sostiene que *el poder mediático* ha conquistado tales cuotas de influencia que lo han convertido en el *poder del poder* que progresivamente subordina y presiona al resto de los tres constitucionales para someterlos a su voluntad mediático-empresarial e imponer su proyecto de construcción social, económica, política y humana. Finalmente, se hace un llamado para que el Congreso de la Unión realice una profunda reforma del Estado que ubique a los poderes fácticos comunicativos bajo el diseño y el espíritu de la Constitución Política mexicana para crear una nueva relación sana entre medios, Estado y sociedad.

Abstract

In this article the author examines the conformation, organization and function of what has been denominated the mediatic power at the beginning of the XIX century, power that would be added to the three divided and autonomous powers of the Mexican State (Executive, Legislative and Judicial). It maintains that the *mediatic power* has conquered enormous quota of power and influence that has converted it into the *power of power* that progressively subordinates and pressures the rest of the three constitutional ones to submit them to its executive- mediatic will and imposes its project of social construction, economic, political and human upon them. Finally, it is a call for the Congress of the Union to make a deep reform of the State that will place the actual mediatic powers under the design and spirit of the Mexican Political Constitution to create a new healthy relationship between the media, State and society.

Palabras clave: Estado, poderes políticos, *poder mediático*, *mediocracia*, *telecracia*, República nacional, República mediática, *poder fáctico comunicativo*.

* Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, Departamento de Educación y Comunicación, Calzada del Hueso 1100, col. Villa Quietud, Delegación Coyoacán, C. P. 04960, México, D.F.

La transformación del Estado mexicano: de la III República nacional a la IV República mediática

Debido a la concentración histórica de enormes capacidades tecnológicas, empresariales y políticas que conquistaron los medios electrónicos de difusión colectivos, particularmente comerciales, y a su modalidad de funcionamiento monopólico durante la segunda mitad del siglo XX y principios del siglo XXI en México, paulatinamente se apoderaron de la propiedad y uso del espacio radioeléctrico y crearon un nuevo *espacio público* de interacción virtual, especialmente privatizado, con el que desplazaron gradual y silenciosamente al Estado nación¹ de su función rectora de la sociedad, particularmente cultural. De esta forma, por medio del uso concesionado del espectro radioeléctrico, que es un bien público y escaso, propiedad de la nación, explotado mayoritariamente por el sector empresarial de la comunicación, el Estado mexicano quedó atrapado en su propio concesionamiento del espacio público al sector comercial, al grado de estar ahora, política y culturalmente sometido, arrinconado, coartado, devorado y humillado frente al gigantesco poder que ha conquistado el sector mediático privado comercial.

Con la ubicación de los medios de información como *primer poder ideológico* en la estructura cultural de la sociedad mexicana, las fuerzas de la comunicación monopólica gradualmente se han posicionado, cada vez más, por encima de las instituciones y los poderes del Estado y, desde allí, han impuesto su voluntad e intereses a los gobiernos en turno y al resto de la sociedad. En este sentido, el poder *fáctico* de los medios y su capacidad gremial organizada aplicó todo su poder autorregulado, incontrolado e impune por sobre la capacidad de organización, regulación y conducción del Estado nación, subordinando durante varias décadas a los poderes públicos mediante saturaciones, presiones, enfrentamientos, difamaciones, manipulaciones, amenazas, chantajes, cabildeos, alianzas, canonjías, etcétera, para fijar sus intereses y su dirección mediática al resto de la nación.

Así, surgió la *mediocracia* o *telecracia*, entendida como la creación e imposición de la hegemonía cre-

ciente de los medios de comunicación privados sobre el poder político y sobre el resto de las instituciones y organismos sociales tradicionales, lo que permite que los intereses corporativos y mercantiles de las grandes compañías de comunicación de masas, con un uso habitualmente intensivo de nuevas tecnologías de comunicación, se impongan al resto de la sociedad.²

De esta forma, con la existencia del nuevo espacio virtual mediático que construyeron las *industrias culturales* electrónicas a lo largo del siglo XX y principios del XXI, surgió la *mediocracia* con la cual se modificaron las reglas y dinámicas tradicionales con las que nuestra sociedad antaño se articulaba, organizaba y participaba colectivamente. Se produjo un profundo cambio en la jerarquía y fuerzas que conformaban el esqueleto del poder y de la movilización cotidiana de nuestra sociedad, en la cual los medios de difusión son, ahora, el centro del poder político, cultural, mental, emocional, energético y espiritual cotidiano de la nuestra República: se transformaron en los grandes sistemas nerviosos que construyeron la nueva *plaza pública*, y en los grandes cerebros colectivos constructores de la conciencia cotidiana que organiza y dirige a la sociedad.

En este sentido, los medios de información colectivos, especialmente los electrónicos, son instituciones estratégicas para conformar al Estado, a la República y a la sociedad mexicana. A partir de la expansión de la nueva realidad mediática, es posible decir que después de la Revolución mexicana de 1910, la historia cultural y mental del siglo XX en México, particularmente en las ciudades, se dividió en dos periodos: antes y después de la existencia de los medios de información, particularmente electrónicos. Ello debido a que, a partir de la presencia de los canales de difusión colectivos, se introdujeron colectivamente múltiples mediaciones tecnológicas y culturales en nuestro funcionamiento social que modificaron radicalmente la forma personal, grupal e institucional de informar, recibir, escuchar, ver, conocer, sentir, pensar, desear, soñar, imaginar, decidir, actuar, organizarnos y proyectarnos comunitariamente.

¹ Por nación entendemos la entidad conformada en un mismo tiempo y espacio por un conjunto de individuos o comunidades que poseen un mismo territorio, gobierno, estructura jurídica, leyes y lengua y que libremente se unen y organizan para construir un proyecto histórico de desarrollo. Para ver cómo se creó el moderno Estado nación mexicano, de la etapa colonial a la moderna, *vid.* Enrique Florescano, *Memoria mexicana*, México, Taurus 2001 (colección Pasado y Presente), pp. 549-610, y, del mismo autor, *Etnia, Estado y nación, Ensayo sobre las identidades colectivas en México*, México, Taurus, 2003 (colección Pasado y Presente), pp. 285-455.

² Raúl Trejo Delarbre, *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*, México, Cal y Arena, 2004, p. 22.

Dicha transformación fue tan sustancial, especialmente en cuanto a la modificación del esqueleto y la esencia del Estado nacional y del campo del *espacio público* en México, que reinterpretando la historia nacional de los últimos 200 años, se puede afirmar que, con la inclusión de la nueva variable mediática en el ámbito superestructural de la sociedad mexicana, encontramos que al concluir su movimiento revolucionario en 1921 se alcanzó el establecimiento de un nuevo pacto social colectivo con los acuerdos posrevolucionarios y se fundó la *III República nacional*, conformada por la presencia y acción del Poder Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial, para crear un nuevo orden público de fuerzas equilibradas con contrapesos institucionales que permitieron la convivencia social en concordia. En esta etapa, el poder ideológico ya no significó un problema o peligro para la estabilidad del Estado nación porque la fuerza ideológica de la Iglesia ya estaba desmantelada con las reformas juaristas que desacralizaron el poder público y crearon una nueva realidad de gobierno laico. Con ello, la dirección ideológica de la sociedad mexicana se le arrebató a la Iglesia y pasó a manos del aparato educativo, los ateneos culturales y otros organismos formadores mentales modelados por las directrices establecidas desde los tres poderes públicos que conformaban la estructura de la República.

Durante el principio del siglo XX, las diversas comunidades de la sociedad posrevolucionaria estuvieron gobernadas por las mediaciones políticas, administrativas, coercitivas, educativas e ideológicas de los tres poderes de la *III República nacional*. Sin embargo, con la introducción de las tecnologías electrónicas de información de masas, la radio en 1920 y la televisión en 1950, paulatinamente el poder cultural creó una nueva mediación tecnológica que impactó drásticamente las anteriores estructuras económicas, políticas, sociales e ideológicas y se desbordó gradualmente la esfera de acción, control y de orientación del Estado posrevolucionario tradicional. En pocas décadas, este moderno poder tecnológico informativo entró en una nueva fase de desarrollo vertiginoso que rápidamente rebasó los límites de los controles jurídicos y políticos convencionales del Estado mexicano y se constituyó como un poder ideológico independiente que adquirió tanta fuerza que le

permitió competir y enfrentarse a los otros tres poderes republicanos formales e incluso, en algunos casos, los reformuló, los superó y, en otros, los substituyó.

A partir del momento histórico en que los medios ocuparon el lugar central en la integración de la estructura del poder ideológico contemporáneo de nuestro país, se constató que, si a mediados del siglo XX el Estado mexicano estaba constituido por tres poderes formales divididos y autónomos que tuvieron su origen en las *Cartas Constitucionales de los Sentimientos de la Nación* de 1813, 1824 y 1857 y, posteriormente, se concretaron en la Constitución de 1917, a principios del XXI, en términos reales, el Estado mexicano está compuesto por cuatro poderes: los tres poderes formales tradicionales y un reciente poder *fáctico*, el nuevo *poder mediático*. Éste, debido a sus nuevas y grandes capacidades tecnológico-sociales, silenciosamente, frente a nuestras narices, conquistó grandísimas cuotas de poder e influencia que lo convirtieron en el *poder del poder* que progresivamente subordinó y presionó al resto de los poderes constitucionales para someterlos a su voluntad mediático-empresarial e imponer su proyecto de construcción de sociedad, economía, política y seres humanos.

Si la lucha por nuestra independencia nos dio la *I República nacional*, la realización de la reforma juarista aportó la cimentación de la segunda de ellas y la Revolución mexicana colocó los fundamentos de la tercera en el país,³ ahora, con la consolidación del nuevo *poder mediático*, especialmente a partir de 1960, se construyó lentamente la *IV República* que dio origen a la nueva *República mediática* en el siglo XXI, con su respectiva mutación estatal y social. Es decir, si en 1813 José María Morelos y Pavón aportó el espíritu de la *I República* con la expresión de *Los Sentimientos de la Nación* en el Congreso de Chilpancingo; si Agustín de Iturbide proclamó el *Acta de Independencia* del imperio mexicano en 1821 que cristalizó con la elaboración de la primera Constitución del 5 de octubre de 1824, creando la *II República*; si en 1836 el Congreso Federal prefiguró la *Constitución de las Siete Leyes* que sirvieron de base para que en 1857 se jurara la Constitución Federal de los Estados Unidos Mexicanos, que le dio el triunfo definitivo al sistema federal y congresional y, con ello, permitió la creación de la *III República*,⁴ con el surgimiento de los medios

³ Jesús Emilio Martínez Álvarez, "Discurso de posicionamiento del Partido Verde Ecologista de México (PVEM)", en *IV Informe de Gobierno del Presidente Vicente Fox Quesada*, 1º de septiembre de 2004, México, LIX Legislatura de la Cámara de Diputados, versión estenográfica, pp. 5-6.

⁴ El Museo Legislativo Los Sentimientos de la Nación, *Nuestras constituciones. Documentos mexicanos 1813-1917*, México, LVIII Legislatura de la Cámara de Diputados, 2000; José María Morelos y Pavón, "Los Sentimientos de la Nación", en *Documentos para la Historia*, México, LVIII Legislatura de la Cámara de Diputados, Diario de Debates, 2001.

de difusión colectivos en el siglo XX y la aplicación del marco jurídico *a modo* que les permitió su expansión monopólica, se permitió la superconcentración de un nuevo poder ideológico-informativo monopólico, que se transformó en fuerte poder político y fundó, paulatinamente, la *IV República mediática*, especialmente en las urbes del país.

La *IV República mediática* es el fenómeno histórico de transformación estructural del esqueleto y el proceso tradicional de la gobernabilidad nacional generado por la introducción de una cuarta fuerza en la estructuración del Estado nación contemporáneo: el *poder mediático*. Por la vía informal se incorporó una nueva figura histórica activa de naturaleza virtual que generó que la estructura de aplicación del poder nacional ya no esté integrada solamente por los tres poderes tradicionales, sino que ahora es un nuevo sistema de gobierno integrado por cuatro poderes reales con capacidades de fuerza y eficacia comprobados que luchan entre sí para determinar, cada uno, la regulación y dirección global de la sociedad. Así, la composición moderna del Estado mexicano real quedó integrada por una nueva modalidad histórica de existencia, funcionamiento y aplicación del poder real cotidiano compuesto por la acción de los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial más el *Poder Mediático*, particularmente televisión y radio.

A diferencia de la fundación de las tres primeras repúblicas nacionales que contaron con fechas históricas precisas y ritos institucionales públicos muy notorios, el surgimiento de la *IV República mediática* no contó con una fecha identificable ni con actos públicos visibles; su naturaleza se constituyó gradual, silenciosa y desapercibidamente dentro del tejido de hábitos y redes culturales de nuestra vida cotidiana a lo largo de la segunda mitad del siglo XX y alcanzó un afianzamiento maduro a principios del XXI. No obstante, se puede decir que su conformación jurídica nació con la emisión de la *Ley Federal de Radio y Televisión de 1960* y su respectivo *Reglamento de 1973*. Se reforzó con su posterior actualización el 10 de octubre de 2002, con la expedición del *Acuerdo Presidencial sobre el Manejo del 12.5 % de los Tiempos de Estado* y el nuevo *Reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión*. Finalmente, cristalizó plenamente con la aprobación de las *Reformas a la Ley Federal de Telecomunicaciones y a Ley Federal de Radio y Televisión*, conocidas como *Ley Televisa*, el 31 de marzo de 2006 en el Congreso de la Unión, la cual fortaleció a los medios de comunicación como *poderes fácticos salvajes* mediante los que se estableció el actual pacto social comunicativo unilateral, autoritario, vertical, monopólico, excluyente, concentrador y discrecional existente entre el Estado, los concesionarios y la sociedad mexicana global a principios del siglo XXI.

El poder fáctico comunicativo y la mutación de la República nacional

Con las fuertes transformaciones de las mediaciones tecnológico informativas durante el siglo XX y principios del XXI, especialmente con la aprobación de la *Ley Televisa*, constatamos que si en el terreno cultural y comunicativo la comunidad nacional pasó de la declaración del espíritu de los *Sentimientos de la Nación* de 1800, que buscaban fundar la nueva República federal para darnos un nuevo orden civilizatorio superior con el reconocimiento de los nuevos derechos civiles y la creación de modernas instituciones públicas; de 2000 en adelante se pasó al triunfo del pragmatismo de los *sentimientos del mercado desregulado*, regidos por la *mano invisible* de la ley de la libre oferta y demanda de los monopolios informativos. Dichos oligopolios pretenden la consolidación del modelo de mercado como regla básica para existir, relacionarnos, comunicarnos y ver la vida en comunidad. Fue el triunfo histórico de la lógica de los monopolios del mercado desregulado en el campo virtual, por encima de la lógica planificadora de dirección del Estado nación autónomo y soberano en el terreno comunicativo.

Las primeras tres repúblicas nacionales se gestaron por las necesidades históricas consensuadas por la mayoría nacional para darle forma estructural equilibrada al proceso de gobernabilidad social y de maduración de diversos procesos históricos colectivos de participación sociopolítica, que buscaron la creación de contrapesos a los poderes públicos para gobernar armónicamente. En cambio, a diferencia de los otros procesos históricos, la *IV República mediática* no surgió con su reconocimiento constitucional o formal por el sector jurídico del Estado, sino por la introducción de la fuerte revolución tecnológica comunicacional; por la formación de monopolios de comunicación electrónica; por la concentración de grandes cuotas de poder de las *industrias culturales* a nivel comunicativo; por la incapacidad del Estado de poner bajo un orden jurídico justo a los *poderes mediáticos salvajes*; por la necesidad unilateral de ampliación de los requerimientos del mercado, a escala ampliada, en la esfera ideológica y, finalmente, por la derrota del Estado nación en el terreno comunicativo.

La nueva República cimentó su poder a partir de la apropiación, concentración y secuestro privatizado del espectro radioeléctrico nacional para desde allí crear el monopolio ideológico que le diera su enorme fuerza y expansión política y económica sobre el gobierno y el resto de la sociedad.

A diferencia de la construcción histórica de las otras tres repúblicas, que significaron un avance democrático que daba forma y organización al funcionamiento colectivo de la sociedad mexicana bajo la estructura de tres poderes federales diferenciados, autónomos, soberanos y complementarios, la creación de la *IV República mediática* no fue un avance democrático, sino la fuerte imposición de un nuevo poder *fáctico* 'autorregulado' e, incluso, salvaje que compite en el campo de acción

y de influencia de los otros tres poderes públicos establecidos constitucionalmente.

Con la emergencia de este nuevo fenómeno mediático, la sociedad mexicana entró en una nueva fase histórica de construcción del Estado y de la República, que no fue de progreso nacional sino de gigantesco retroceso histórico; así se consolidó la edificación de la *IV República mediática*, que no se edificó sobre la base de los *Sentimientos de la Nación*, sino desde las pasiones perversas y voraces que impuso la dinámica de la *mano invisible del mercado comunicativo* autorregulado o desregulado de las industrias culturales monopólicas que impulsaron parámetros de posmodernidad económica y política nacional.

La Ley Televisa y la consolidación de la República mediática

Con la aprobación temporal de la *Ley Televisa* por los poderes Legislativo y Ejecutivo en el último periodo histórico de construcción de la nación a principios del siglo XXI, la aplicación de esta normatividad ocupó un papel central en la edificación de la *IV República mediática*, pues dicho instrumento jurídico fortaleció desproporcionadamente la expansión del poder comunicativo privado que impactó sobre la cimentación, estructura y dinámica cotidiana de la *esfera pública* y del nuevo Estado moderno. Así, con el provisional fortalecimiento económico unilateral de los monopolios informativos comerciales (especialmente electrónicos), la misma clase gobernante impulsó paradójicamente al *poder mediático* de forma superlativa, otorgándole más fuerza económica, política, cultural y espiritual de la que ya había conquistado sobre la sociedad mexicana y sobre los poderes republicanos del Estado. Con ello, quedaron colocadas las bases jurídicas para que el *poder mediático* evolucionara de su fase monopólica a su etapa megaoligopólica, consolidando su situación de *poderes fácticos* salvajes donde el Estado y la sociedad civil tradicional ya no los podían regular ni detener, sino únicamente someterse a su poder virtual incontrolablemente creciente y subordinador de los otros poderes públicos de la nación.

Mediante esta transformación, el *poder mediático* tendió a consolidarse como un poder extraconstitucional fáctico salvaje que alcanzó una gran eficacia para intervenir de forma determinante en la construcción cotidiana del campo de lo *público* en México e influir sustantivamente, con su capacidad político-virtual, sobre la dirección del destino de la nación.

Así, progresó como una fuerza real independiente que quedó facultada para enfrentarse al gobierno, al Estado y a la comunidad nacional para imponerles su propio proyecto de desarrollo colectivo y obstaculizar o anular aquellos programas que no fueran funcionales para su expansión monopólica. Con ello, el sector político nacional permitió que el *poder mediático* evolucionara de industrias culturales con objetivos empresariales y capacidades socializadoras lícitas e importantes, para convertirse en instituciones amoraes que, de *facto*, transformaron al Estado nación, evolucionaron para formar parte del Estado real y, con ello, construir y dirigir al conjunto social exclusivamente desde los intereses particulares del mercado monopólico. Esta nueva presencia virtual consolidada como supranegocio y fuerza política alineó, presionó, desconoció o subordinó a los poderes públicos constitucionales de la *III República nacional* y se impuso gradualmente como un novedoso poder, cada vez más autónomo, que conformó la moderna faceta del nuevo Estado nacional mediático y reforzó la maduración de la nueva *IV República mediática* desigual en la primera década del siglo XXI en México.

En consecuencia, la *Ley Televisa* fue una propuesta normativa que tendió a generar, entre otras, las siguientes 13 consecuencias globales que facilitaron la maduración de la multicitada República:

1. El marco jurídico aceptado no reconoció explícitamente la filosofía del servicio público como directriz básica para el proceso de la comunicación nacional, especialmente cuando se trataba de la operación de una

frecuencia de radiodifusión y las obligaciones sociales que ello representaba para operar un bien público, escaso y limitado, que es propiedad de la nación.⁵

2. La mayor limitación de la reforma de 2006 a la radiodifusión fue la ausencia de la sociedad en su estructura jurídica. El ciudadano, sujeto y actor fundamental de la democracia, razón esencial de la comunicación, no está representado como sujeto esencial ni como usuario. Ni siquiera apareció en la concepción del modelo mercantilista de la radiodifusión, que lo redujo a simple consumidor de contenidos. A la información se le convirtió en otra mercancía publicitada y no en bien público al cual tienen derecho de acceder todos los habitantes. El ciudadano estuvo ubicado fuera de toda imaginación legislativa y marginado de un catálogo básico de derechos de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones y de la radio y la televisión.

La *minuta* de la *Ley Federal de Radio y Televisión y Telecomunicaciones* aprobada por los legisladores estuvo hecha a la medida de las necesidades materiales y políticas de las grandes televisoras comerciales pero no del televidente. La sociedad, sujeto esencial de la democracia, destinataria final de la comunicación, eje fundamental del desarrollo tecnológico y objetivo de la convergencia digital, fue la gran marginada.

3. Con el pretexto de modernizar las telecomunicaciones y propiciar la convergencia tecnológica, la reforma a la radiodifusión introducida por la *Ley Televisa* de ninguna forma incorporó los intereses y las garantías comunicativas elementales de los ciudadanos; únicamente privilegió las necesidades de expansión voraz de las grandes empresas informativas.⁶ Sólo respondió a las proyecciones de crecimiento de las dos empresas monopólicas más poderosas de la televisión privada en México, *Televisa* y *Televisión Azteca*, y marginó las necesidades comunicativas del resto de la sociedad. Asombrosamente, después de esperar más de 45 años para la reforma democrática de la radiodifusión, este proyecto no aportó el reconocimiento o la introducción de ningún nuevo derecho o avance ciudadano para los televidentes, núcleos sociales marginados del acceso a los medios y desprotegidos ante los abusos de las industrias electrónicas concentradas, sino que se creó

la mayor subordinación económica, política, cultural y espiritual posmoderna de la población a los grandes poderes despóticos de los oligopolios comerciales de la información colectiva.

4. Fue una ley concebida para la expansión exclusiva de los intereses económicos y políticos de los sistemas radiotelevisivos oligopólicos del país y no para el avance comunicativo integral de las diversas comunidades nacionales, una normatividad dominada por el espíritu del *business* sobre *business* sobre *business* y por la exclusión total del sentido social de la comunicación y de la participación comunitaria. Este marco normativo ubicó a la radiodifusión nacional como un mero asunto de negocios al que se le colocó en igualdad de condiciones para realizar cualquier actividad lucrativa, como el otorgamiento de una concesión para construir carreteras y explotar su operación o para llevar telefonía fija o celular a diversas coordenadas geográficas. Los promotores de esta propuesta jurídica consideraron que el empleo de los medios de comunicación era exactamente igual a un concurso para construir un tren suburbano en la ciudad de México, para después concesionar su explotación por determinado número de años y obtener fuertes ganancias. Bajo esta lógica mercantil, el otorgamiento de las concesiones de radio y televisión debía pasar por el mismo procedimiento de licitación y otorgarse al mejor postor; es decir, quien ofreciera más dinero, más derecho tendría para adquirirla.⁷

De esta manera, no restituyó el valor de la radio, la televisión y las telecomunicaciones como un servicio público fundamental para que la sociedad creciera equilibradamente en su conjunto, sino las contempló como un mero negocio salvaje, sin límite, cuya única finalidad fuera acumular dinero. Respondió exclusivamente a los intereses lucrativos y políticos particulares de los monopolios de la difusión masiva, y no al interés público de la sociedad. Se desconoció flagrantemente que además de negocios, la radio, la televisión y las telecomunicaciones son infraestructuras de comunicaciones colectivas que cumplen una utilidad social y, por consiguiente, deben estar normadas bajo la perspectiva del servicio público y no solamente por los criterios mercantiles.

⁵ Ernesto Velázquez Briceño, "La red de radiodifusoras y televisoras educativas y culturales de México ante las reformas a las leyes federales de radio y televisión y de telecomunicaciones", en *Red de Radiodifusoras Educativas y Culturales de México (RECM)*, 5 de febrero de 2006, pp. 2-3.

⁶ Javier Corral Jurado, "Se requiere de una verdadera clase política para reformar la Ley de Medios: JCJ", ponencia presentada en el Foro *Las Reformas a las Leyes de Radio-tv y Telecomunicaciones frente a la Sociedad de la Información y del Conocimiento*, llevado a cabo en la Universidad Iberoamericana de la ciudad de México, el 3 de febrero del 2006.

⁷ J. Corral Jurado, "Al mejor postor", en *El Universal*, 3 de enero de 2006.

5. No reguló la concentración de la propiedad, sino que permitió la formación de supermonopolios de información colectiva. Estableció las condiciones jurídicas para generar un proceso de concentración creciente de las concesiones radiofónicas por un mismo grupo históricamente privilegiado, permitiendo, por una parte, que los medios de información electrónicos se comportaran irrefrenablemente como simples empresas económicas dominantes que marginaron el ejercicio del interés público y, por otra que, con estas características, influyeran sustantivamente en la conformación del *espacio público mediático*, creando una nueva área electrónica colectiva de interacción social extremadamente mercantilizada, privatizada, monopolizada y no ciudadanizada, pluralizada y abierta, impidiendo, con ello, garantizar el interés social del proceso de la convergencia tecnológica.

6. Impidió la existencia de una sana competencia al negar la igualdad de condiciones para que todos los sectores participaran con equilibrio en dicho proceso, a la par que introdujo la inequidad en las reglas de competitividad para favorecer a las empresas de por sí ya privilegiadas por el sistema político y económico vigente. En este sentido, no incorporó normas básicas para la competencia económica y no reguló a los agentes dominantes del mercado comunicativo.⁸

7. Como quedó concebida y operada jurídicamente la *Ley Televisa* en el proceso de la convergencia digital, “prácticamente les regaló el ancho de banda o las frecuencias liberadas a los grandes concesionarios de radio y televisión, especialmente, al duopolio televisivo, sin que estos quedaran obligados a cubrir ningún pago al Estado como contraprestación por la ejecución de los nuevos servicios agregados de telecomunicaciones”.⁹

8. El nuevo marco legal permitió a los grandes monopolios de la información utilizar de manera automática la porción del espectro radioeléctrico para ofrecer diversos servicios de telecomunicaciones, televisión y radio digital, y otros servicios de telecomunicaciones agregados, sin pagar ninguna contraprestación al Estado.¹⁰

9. Se permitió que sólo fueran los monopolios de la información comerciales quienes aprovecharan los avances de la convergencia digital y que el resto de la

sociedad únicamente consumiera los productos que de ella se derivaran. Esto fue equivalente a que sólo los monopolios fueran los beneficiarios de la energía eléctrica, el petróleo, el agua, la atmósfera, y de las utilidades generadas de la tercera Revolución Industrial, como el avión, el automóvil, la computadora, el refrigerador, etc.; y la sociedad sólo fuera espectadora y adquisidora pasiva.

10. Fue discriminatoria, pues permitió que únicamente los concesionarios comerciales transformaran sus frecuencias en redes públicas de telecomunicaciones, lo cual significó suprimir la alternativa de que la televisión y la radio de servicio público aprovecharan las posibilidades de la nueva tecnología digital y de la convergencia tecnológica para realizar proyectos de comunicación con propósitos educativos y culturales. La definición por ley de que los medios públicos estuvieran impedidos para la emisión de Internet, de interactividad de la televisión o del video bajo demanda para propósitos formativos, dañaba directamente el trabajo fundamental de equilibrio e igualdad que el Estado debe realizar en esas áreas con la población más desfavorecida a través de los medios públicos de difusión.¹¹

11. Las reformas comunicativas aprobadas por los legisladores y el presidente de la República

[...] reforzaron el poder de las televisoras privadas al permitir que fueran estas empresas las que más provecho obtuvieran del proceso de digitalización de los servicios de radio y televisión, y sujetaran el otorgamiento de las concesiones a quien más recursos económicos ofreciera. También cerraron el paso a la existencia de las radios comunitarias desde el momento en que no las reconocieron como tales, sino sólo aceptaron a los permisionados como medios oficiales; y eliminó los requisitos de imparcialidad que deben tener los integrantes de la COFETEL, como órgano rector del sector.¹²

12. Desde el punto de vista social, la *Ley Televisa* fue una propuesta salvaje guiada por una mega ambición sin límites que aportó los cimientos para generar, a mediano y largo plazo, una gran violencia social en México, pues relegó radicalmente la participación pú-

⁸ “Desplegado de la Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones e Informática (CANIETI)”, en Milenio, 12 de diciembre de 2005, p. 18.

⁹ “Busca Acción Nacional fortalecer la COFECO”, en *Reforma*, 31 de enero de 2006.

¹⁰ “PRD llama al Senado a no aprobar reforma a medios”, en *El Universal*, 23 de enero de 2006.

¹¹ E. Velázquez Briceño, *op. cit.*, p. 4.

¹² “Senado detiene discusión de la Ley de radio y tv”, en *El Universal*, 13 de diciembre de 2005.

blica de la sociedad, de los medios comunitarios y de los medios públicos dentro de la constitución de la nueva *sociedad de la información*, al evitar que ofrecieran servicios agregados de telecomunicaciones al conjunto de la sociedad. Por ello, en la medida en que los sectores sociales desplazados no tengan acceso a los medios de difusión colectivos para poder expresar ante la opinión pública sus necesidades, intereses y demandas, optarán por tomar, por la vía pacífica o violenta, otros espacios públicos como las calles, avenidas, periféricos, puentes, carreteras, plazas, instituciones, etc. para expresar sus necesidades.

Más que crear un nuevo orden civilizatorio para el funcionamiento armónico de nuestra sociedad, dicha normatividad creó un marco jurídico comunicativo para la existencia de una anarquía general, pues sólo se benefició al sector dominante de las comunicaciones. Así, se introdujeron las condiciones jurídicas para la polarización, división y descomposición nacional, y no para la paz, tolerancia y pluralidad social que requiere el funcionamiento y la convivencia.¹³

13. En síntesis, fue una iniciativa que condujo a un retroceso democrático del proceso general de la comunicación colectiva en México, pues tenía como objetivo central darle todas las garantías jurídicas y políticas a las dos televisoras dominantes para que perpetuaran su dominio y se apropiaran del espectro radioeléctrico actual y del nuevo, que se liberará después de concluir la digitalización, negando los derechos más elementales de participación de los ciudadanos."

Con la aprobación de la *Ley Televisa* en el Congreso de la Unión, se introdujo una contrarreforma comunicativa que evitó el paso a la transición democrática comunicativa y se renovó maquilladamente el viejo modelo de comunicación decadente que existió por casi ocho décadas en el país, pero ahora disfrazado de moderno, competente y digitalizado. Quedaron establecidas las condiciones políticas, jurídicas, económicas y culturales para que continuáramos teniendo para los próximos sexenios de gobierno más *cultura salvaje*, con su respectivo triunfo de la *cultura idiota*, y no la creación de una cultura y comunicación sustentables que nos permitan sobrevivir armónicamente.

De esta manera, "el poder de Televisa se convirtió cada vez más, sino es que ya lo era, en un poder ilimita-

do e inmoral pues hasta a su propia Cámara Industrial de Radio y Televisión (CIRT) la volvió a menospreciar y a marginar con tal de alcanzar sus objetivos de super concentración y dejó fuera a los radiodifusores y a los ciudadanos de sus negociaciones con los diputados".¹⁵

Mediante la introducción de este proceso jurídico se conformó, a comienzos de 2000, una nueva jerarquía de poderes en donde lo económico, lo político y lo ideológico del sistema mediático se colocó por encima de los poderes del Estado mexicano. El Poder Legislativo, o una gran parte de él, fue vulnerado por los intereses económicos y políticos de las grandes empresas de medios de comunicación electrónicos, que lo mismo compraron voluntades entre diputados y senadores, que ofrecieron espacios gratuitos a partidos políticos y candidatos presidenciales, con tal de que se aprobara su iniciativa en el Congreso. Los intereses particulares de los oligopolios de la información se convirtieron en ley general para toda la sociedad.¹⁶

Al asumir el Congreso de la Unión (la *Casa del Pueblo*) y el Poder Ejecutivo la contrarreforma comunicativa como proyecto oficial de desarrollo económico, político, tecnológico, democrático, cultural y espiritual de la sociedad mexicana para las próximas décadas, el Estado aceptó que su propio poder soberano fuera quebrantado, debilitado y degenerado por el gran *poder mediático* y, con ello, que se diera una sustantiva transformación histórica, donde la ubicación y fuerza de los verdaderos poderes republicanos se desplazaron a las coordenadas de los modernos poderes *fácticos* de los concesionarios televisivos privados y de su dinámica de acumulación de capital, guiada por la *mano invisible del mercado comunicativo*.

Asombrosamente, el Estado mexicano, con la anuencia de los poderes Legislativo y Ejecutivo, se autopracticó en el terreno político, cultural, comunicativo y espiritual, la tesis suicida del *Estado cero*, que formula que éste no debe intervenir o participar en la creación de políticas públicas para regular los procesos de información colectivos, sino que debe dejar su funcionamiento a la dinámica espontánea de las voraces fuerzas del mercado desregulado de los enormes monopolios de la difusión, que entran en competencia entre sí para ganar más auditorios. Es decir, se crearon bases jurídicas para que, en materia de comunicación, existiera más

¹³ "Reformas a radio y televisión polarizarán a la sociedad si se avala", en *El Universal*, México, 20 de febrero de 2006; "La Ley Televisa beneficia sólo a parte de la sociedad: TV UNAM", *Invertia, Infosel Financiero*, México, 28 de marzo de 2006, <http://mx.invertia.com>.

¹⁴ "Senado detiene discusión de la Ley de radio y TV", en *El Universal*, México, 13 de diciembre de 2005.

¹⁵ "Senadores del pan discuten cambios a la ley de radio y televisión", en *El Universal*, 26 de enero de 2006.

¹⁶ Ricardo Alemán, "Congreso vulnerado", en *El Universal*, 2 de marzo de 2006.

mercado anárquico con su respectiva comunicación y cultura salvaje, y no más presencia del Estado regulador para impulsar la existencia de la pluralidad cultural y la democracia comunicativa.

Esta realidad reflejó la enorme debilidad del Estado mexicano contemporáneo en materia de comunicación, y nos llevó a constatar que ya no está constituido exclusivamente por los tradicionales tres poderes públicos federales y republicanos, sino que ahora está conformado por el nuevo *Estado mediático*.

Con este comportamiento desleal de la mayoría de los legisladores y del entonces presidente de la República, Vicente Fox Quezada, los representantes del pueblo traicionaron su juramento constitucional de servir y hacer servir la Constitución mexicana y se entregaron abiertamente a la defensa de los intereses de los *poderes fácticos* de los oligopolios informativos, creyendo que posteriormente como compensación ese enorme *poder mediático* comercial los premiaría, protegería e impulsaría en sus carreras y futuros políticos. Así, paradójicamente, en marzo de 2006, fecha en la que se celebró el bicentenario del natalicio de don Benito Juárez, fundador de la República, de las bases de la nación mexicana soberana y del moderno Estado federal, los senadores y el presidente aceptaron el proyecto comunicativo más antijuarista y anticonstitucional que se hubiere elaborado en toda la historia nacional.

A principios del tercer milenio, la sociedad mexicana inició este nuevo periodo de su historia nacional con una presidencia y un Congreso rendidos y sometidos a la voluntad de los *poderes fácticos* de los monopolios informativos, especialmente del duopolio televisivo conformado por *Televisa* y *Televisión Azteca* y no con

un Poder Ejecutivo y un Legislativo éticos, fuertes e independientes.

Es importante analizar a fondo las implicaciones que conllevó la *Ley Televisa*, pues no es un problema del pasado, sino del presente histórico, ya que el espíritu de esta ley no ha muerto, continúa latente, esperando nuevos momentos y condiciones para alcanzar las metas que le fueron canceladas por la intervención de la Suprema Corte de Justicia. Así, los monopolios de la comunicación colectiva siguen luchando silenciosamente por lograr, a través de cualquier vía, operar la comunicación como un negocio mercantilista y no como un *servicio público de interés social*; manejar la difusión colectiva con la lógica del mercado hasta llegar a niveles salvajes; concentrar las comunicaciones a escala oligopólica; privatizar crecientemente el espectro radioeléctrico y desconocer su naturaleza de patrimonio de la nación; evitar la competencia en el sector de las telecomunicaciones; negar las condiciones de igualdad para la acción de todos los actores comunicativos; aprovechar unilateralmente los beneficios de la *convergencia tecnológica* y de la *sociedad de la información*; vulnerar, subordinar o presionar al Estado nación y a los poderes constitucionales; rechazar o disminuir el reconocimiento de los derechos comunicativos de las comunidades; negar o debilitar el modelo de medios de comunicación de servicio público; evitar abrir las pantallas a una participación creciente de las comunidades; manipular la información hasta llegar al morbo, la difamación y los video escándalos; saturar la programación con publicidad, etcétera. En pocas palabras, mantener durante el siglo XXI la reproducción del orden desigual de la comunicación colectiva a escala ampliada.

La herencia de la *IV República mediática* en la recomposición del Estado nación

La instalación de la *IV República mediática* en la estructura económica, política, mental y psíquica en México fue tan determinante que, poco a poco, creó culturalmente un país opuesto al de los anteriores espíritus constitucionales e incorporó una mentalidad masiva y unidimensional de la vida funcional para el proyecto de superacumulación económica a escala nacional y transnacional.

El impacto de la *IV República mediática*, a través de la concentración privatizada del espacio radioeléctrico, llegó a ser tan sustantivo sobre la estructura de la *III República nacional*, que, a partir de su consolidación

institucional, ya no se construyó más nación en la sociedad mexicana sino más mercado desregulado, salvaje, sin control. Ya no se respaldaron las funciones de los poderes autónomos y soberanos del Estado nación, sino que se compitió con ellos hasta desdibujarlos, descalificarlos, desnaturalizarlos, subordinarlos o acorralarlos políticamente, para hacerlos funcionales a las necesidades de expansión del mercado. Ya no se edificó más espacio público ciudadano, sino privatización del espacio electrónico colectivo para beneficio de los monopolios de la información. Ya no se organizó una emocionalidad que construyera los sentimientos

de la patria, sino nuevos afectos para que operaran la dinámica del mercado. Ya no se generó la unidad de la nación alrededor de un proyecto de identidad colectiva, sino diversas culturas de masas para acelerar el consumo a escala industrial. Ya no se fomentó la competencia comunicativa, sino la concentración informativa. Ya no se propició la pluralidad social, sino la estandarización de los adquisidores. Ya no se crearon ciudadanos críticos, sino activos consumidores compulsivos. Ya no se propició más la participación activa de la sociedad civil, sino se incitó a la presencia unilateral del gran capital que dio origen a la 'economía de los compadres'. Ya no se formaron mayores condiciones para ejercer la justicia comunicativa que permitiera la defensa de las comunidades, sino el establecimiento del autoritarismo, manipulación y discrecionalidad informativa. Ya no se incorporaron condiciones para el ejercicio de la libertad informativa y de los derechos comunicativos básicos de las comunidades, sino el fortalecimiento del condicionamiento empresarial para el control de la opinión pública. Ya no se fijaron mejores condiciones para la construcción de la conciencia colectiva para la sobrevivencia comunitaria, sino para el impulso de la cultura parasitaria y el libertinaje publicitario para la acumulación desatada de capital. En una idea, ya no se crearon cimientos para madurar la nación soberana, sino condiciones políticas e ideológicas para la disputa por ella.

Sin haber llegado a su etapa de maduración histórica, la última *III República mexicana*, fundada al concluir el triunfo de la Revolución mexicana, a principios de 2000 apenas se encontraba en la fase de construcción del federalismo y del fortalecimiento real de la división efectiva de cada uno de los tres poderes de la Unión. En el último tercio del siglo XX y a principios del siguiente, surgió la *IV República mediática*, un nuevo macropoder ideológico político económico independiente que interviene crecientemente y significativamente en la dinámica por la lucha de la estructuración, conducción, reparto y explotación de la nación.

A partir de esa fase histórica, los medios de información colectivos, como *poderes fácticos salvajes*, se transformaron en una enorme fuerza privada comercial conformadora del campo de lo público, que generó una nueva etapa en el conflictivo proceso de construcción del Estado mexicano de inicios del siglo XXI con la acción de los poderes *fácticos mediáticos*, se dio un retroceso histórico en el proceso de construcción del Estado nación.

Mientras que durante vigésima centuria el Estado mexicano populista y autoritario cuidó celosamente

que las redes de su poder tradicional no se debilitaran a través de corporativización de las centrales obreras, seducción de los intelectuales disidentes, control de los brotes de insurrección campesina, manipulación de las movilizaciones populares, canalización de las protestas estudiantiles, cooptación de los descontentos burocráticos, incluso la represión de los movimientos populares, no pudo ver que el verdadero poder real que se construía y consolidaba abiertamente frente a sus narices ya no residía en las viejas dinámicas de los movimientos sociales de oposición, sino que se gestaba alrededor del avance de la revolución tecnológica desregulada que introdujo la presencia del modelo comercial privado de la radio y la televisión. Así, paralelamente al tejido de poder corporativo que construyó durante más de 70 años el Partido Revolucionario Institucional (PRI), se cimentaron y desarrollaron las bases del primer gran poder ideológico en la historia del México moderno, que escribió la otra historia mental y política de nuestra sociedad: *el poder mediático*.

Mediante estas transformaciones, el *poder mediático* ya no es un poder subordinado al gobierno, sino un poder autocrático que creó un micro-Estado mediático dentro de la estructura del Estado nación. Si de los años cincuenta a los ochenta los medios de información colectivos estuvieron sometidos al gobierno en turno, al grado de que la radio y la televisión fueron 'soldados del presidente'; de 1980 a 2007 se convirtieron en *poderes fácticos salvajes* que presionaron al Estado mexicano al grado que el presidente, sus funcionarios y los poderes públicos republicanos ahora son los soldados del poder mediático. Metafóricamente, podemos decir que durante el siglo XX la televisión fue un departamento de Los Pinos (casa presidencial donde reside el Poder Ejecutivo mexicano), pero al iniciar el tercer milenio, Los Pinos se convirtió en un departamento de las empresas de televisión en México por las órdenes y directrices que recibe del *poder mediático*. Un ejemplo de esta realidad lo encontramos en el proceso político de las elecciones federales de 2006, donde los partidos políticos, los legisladores y el presidente argumentaron que para ganar las elecciones no debían enfrentarse a los intereses de *Televisa* y *Televisión Azteca*, sino aliarse con ellos al precio que fuera y otorgarles lo que desearan (*Ley Televisa*) con tal de que su cobertura y penetración apoyaran la difusión de su propaganda electoral. Su racionalidad de subordinación estatal fue la mentalidad 'Sin el apoyo de *Televisa* y *TV Azteca* no podemos ganar las elecciones'.

Con la emergencia de la *IV República mediática* mediante la incorporación de los medios electrónicos

de difusión colectivos en la estructura de conformación básica del Estado mexicano, éste se transformó y degeneró para adquirir paulatinamente los rasgos de un *Estado mediático*, el que opera cotidianamente en la fase de la modernidad nacional, caracterizado por gobernar más desde los recursos de la virtualidad comunicativa que con hechos concretos para resolver las contradicciones del proceso de crecimiento colectivo. Así, el ejercicio ideológico político del poder cotidiano quedó crecientemente mediado por la acción concreta del *Estado mediático* desde mediados del siglo XX.

A principios del presente siglo, el poder de los medios dejó de ser una simple variable de presión aislada sobre el Estado y de reconducción mental y anímica de las comunidades nacionales, para convertirse en un *poder fáctico* que forma parte de la columna vertebral de las nuevas estructuras constitutivas de poder para estructurar ideológica y políticamente de forma cotidiana al Estado y a la sociedad mexicana, especialmente en las grandes ciudades. Así, entramos en una nueva fase histórica nacional que nos llevó a vivir bajo el imperio del nuevo poder informal de los medios de difusión colectivos, donde su *fuerza fáctica* compite con el desempeño y las funciones de los otros tres poderes constitucionales hasta llegar, en ocasiones, a minimizarlos, subordinarlos o disputar con ellos su centralidad y su rectoría, para imponer a la colectividad su proyecto de desarrollo social y de vida que fijan las exigencias del mercado desregulado de los monopolios.

Esta realidad generó que hoy tengamos una teoría política desfasada de la realidad, con rudimentarias categorías analíticas que, cuando intenta explicar la naturaleza ideológico-política del Estado contemporáneo con el instrumental teórico oficial, termina reflejando al viejo Estado decimonónico o, cuando más, al Estado tardío de mediados del XX que ya no existe más en el horizonte contemporáneo del país. Esto debido a que a principios del nuevo siglo las condiciones estructurales que lo conforman han evolucionado, dando origen a una nueva realidad mediática que ha mutado el esqueleto del Estado moderno. Ahora la vieja concepción teórica es incapaz de transparentar la existencia y propiedades del nuevo Estado virtual que actúa en el México de inicios del tercer milenio.

No obstante diversas resistencias mentales para aceptar esta realidad, la consolidación creciente e imparable de este moderno *poder mediático* cuestiona o replantea la vieja concepción de estructuración tripartita del Estado mexicano del siglo pasado, compuesta por los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial. La evolución de la rotunda realidad mediática contemporánea

nos obliga a repensar su entendimiento, conformación, definición jurídica, centralidad, fuerza, legitimidad, autoridad, acciones, eficacia, prácticas, límites, transformaciones, etc., en pocas palabras, su esencia histórica, para elaborar una nueva teoría del Estado moderno a través del reconocimiento de la presencia de la gran nueva fuerza mediática que lo atraviesa, lo recompone y lo redefine en el actual siglo. Es decir, tenemos que reconocer que una parte de la naturaleza del Estado mexicano ya no sólo es una simple estructura jurídico-formal que se elaboró con las diversas constituciones nacionales en los últimos 200 años, sino que ahora es una nueva estructura híbrida mediático-institucional transformada por la presencia de las tecnologías de comunicación y sus formas político administrativas de organizarse (véase el cuadro 1).

Por consiguiente, la presencia de este nuevo fenómeno histórico nos enfrenta a un séxtuple desafío intelectual y político a principios del siglo XXI: primero, reconocer la presencia de un moderno proceso de transformación histórica del Estado nación mexicano. Segundo, aceptar que estamos en una nueva etapa descontrolada de evolución de la estructura del poder nacional, vía el *poder fáctico mediático*. Tercero, generar una nueva forma de definirlo, nombrarlo y re-explicarlo para entender de qué se trata y hacia dónde evoluciona. Cuarto, recuestionar la concepción del viejo poder y del Estado que mantiene el universo de conocimientos tradicionales de las ciencias sociales, políticas y de la comunicación para que acepten los límites de sus miradas convencionales y se abran a nuevas realidades elementales de la vida contemporánea. Quinto, producir una nueva teoría conceptual del Estado y del poder público que recupere todo el peso determinante alcanzado por el *poder mediático* contemporáneo en la estructuración del Estado moderno. Y finalmente, sexto, crear los instrumentos jurídicos y los procesos políticos adecuados para ubicar esa macro fuerza mediática bajo la voluntad de la soberanía nacional y no dejarla dentro de su autodinámica de comportamiento salvaje que atenta contra el Estado nación construido desde la filosofía de la Constitución mexicana de 1917.

A partir de la expansión y centralidad sustantiva que ha adquirido el nuevo poder mediático en el México a principios del siglo XXI, con las nuevas funciones y capacidades de imposición y dirección que ejerce, podemos afirmar que los verdaderos secretarios de Estado ya no son los ministros designados por el poder presidencial, sino los propietarios de los medios de información; los verdaderos oficiales mayores ya no son los designados por las autoridades legales, sino

Cuadro 1
Diferencias de actuación entre los poderes públicos constitucionales que estructuran al Estado nación mexicano y el nuevo poder mediático que reconfigura la IV República mediática en el siglo XXI

NIVELES DE ESTRUCTURACIÓN Y DE ACCIÓN DE LOS PODERES PÚBLICOS QUE CONFORMAN AL ESTADO MEXICANO	CARACTERÍSTICAS DE LOS PODERES CONSTITUCIONALES QUE ESTRUCTURAN AL TRADICIONAL ESTADO NACIÓN (EJECUTIVO, LEGISLATIVO Y JUDICIAL)	CARACTERÍSTICAS DEL PODER MEDIÁTICO QUE RECONFIGURA AL ESTADO NACIÓN Y DA ORIGEN A LA IV REPÚBLICA MEDIÁTICA (RADIO, TELEVISIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN COLECTIVAS)
Naturaleza jurídica	Son poderes públicos que actúan representando legítimamente los intereses colectivos de la población y del bien común, pues fueron elegidos por la población.	Son poderes privados que actúan representando sus intereses particulares o personales, aunque figuran como representantes de las necesidades colectivas y de la 'opinión pública'.
Grado de centralidad estructural en la sociedad	Son poderes que política, jurídica y formalmente son centrales dentro de la conformación del esqueleto del Estado nación.	Es un poder que formalmente no es central, pero que por su propia fuerza se ha convertido en el centro del poder político-ideológico contemporáneo, subordina y acorrala a los otros poderes oficiales tradicionales del Estado mexicano con la hegemonía ideológico-cultural que produce.
Origen de su fuerza	Su poder emana de la representatividad soberana y formal que le da el pacto nacional expresado en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en los grandes acuerdos hegemónicos de coyuntura.	Su fuerza emerge de la capacidad de impactar en la formación del conocimiento colectivo mediante la difusión de su proyecto de contenidos simbólico-informativos que transmiten y de su específica reconstrucción cultural cotidiana de la realidad. Esto se logra a través de su capacidad de penetración tecnológica e ideológica en el interior de la vida diaria de la sociedad.
	Son poderes que, en última instancia, tienen como respaldo de su autoridad la aplicación de la fuerza coercitiva o represiva del Estado.	Son poderes que finalmente tienen como respaldo de su fuerza la reconstrucción virtual de la realidad, la manipulación ideológica y la presión psíquica de personas, grupos e instituciones.
¿Qué lógica de acción los mueve?	La lógica de la gobernabilidad, del servicio público y de la construcción de la República con división de poderes.	La lógica de la ganancia pecuniaria y de la conservación de sus diversas posiciones de poder.
Procesos históricos que les dan vida	Las primeras tres repúblicas nacionales surgieron por las necesidades históricas consensuadas de la mayoría nacional para darle forma estructural equilibrada al proceso de gobernabilidad en México y de la maduración de diversos procesos socio políticos que buscaron la creación de contrapesos de los poderes públicos para gobernar armónicamente en el país.	La <i>IV República mediática</i> emergió por los siguientes cuatro factores: introducción de la revolución tecnológica en el campo comunicacional del país; concentración de grandes cuotas de poder de las <i>industrias culturales</i> a nivel comunicativo; existencia de un marco jurídico <i>ad hoc</i> que lo permitió, y necesidad unilateral de ampliación de los requerimientos del mercado a escala ampliada en la esfera ideológica.
Etapas históricas fundacionales	Los poderes tradicionales del Estado nación han pasado por tres etapas fundacionales: la <i>primera República</i> surgió en 1813 cuando José María Morelos y Pavón dictó <i>Los Sentimientos de la Nación</i> en el Congreso de Chilpancingo, Guerrero. La <i>segunda República</i> surgió en 1821, cuando Agustín de Iturbide proclamó el <i>Acta de Independencia</i> del imperio mexicano en 1821, que posteriormente cristalizó con la elaboración de la primera constitución el 5 de octubre de 1824. La <i>tercera República</i> emergió en 1857 cuando se alcanzó el triunfo del sistema federal y congresional y el juramento de la Constitución Federal de los Estados Unidos Mexicanos.	La cimentación de la <i>IV República mediática</i> no tiene una fecha precisa de consolidación, ni actos públicos visibles de inauguración; se constituyó gradual y silenciosamente dentro del tejido de hábitos y redes culturales de nuestra vida cotidiana a lo largo de la segunda mitad del siglo XX. De forma más exacta, su cristalización jurídica se logró parcialmente con la emisión de la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, su respectivo Reglamento de 1973 y su posterior actualización el 10 de octubre de 2002, con la expedición del <i>Acuerdo Presidencial sobre el Manejo de 12.5% de los Tiempos de Estado</i> y el <i>Nuevo Reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión</i> . Mediante ellos se estableció el actual pacto comunicativo unilateral, autoritario, concentrador, vertical, monopólico y discrecional existente entre el Estado, los concesionarios y la sociedad.

NIVELES DE ESTRUCTURACIÓN Y DE ACCIÓN DE LOS PODERES PÚBLICOS QUE CONFORMAN AL ESTADO MEXICANO	CARACTERÍSTICAS DE LOS PODERES CONSTITUCIONALES QUE ESTRUCTURAN AL TRADICIONAL ESTADO NACIÓN (EJECUTIVO, LEGISLATIVO Y JUDICIAL)	CARACTERÍSTICAS DEL PODER MEDIÁTICO QUE RECONFIGURA AL ESTADO NACIÓN Y DA ORIGEN A LA IV REPÚBLICA MEDIÁTICA (RADIO, TELEVISIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN COLECTIVAS)
Diferencias de su legitimación	Son elegidos democráticamente por la población mediante el voto directo en las urnas, excepto el Poder Judicial de la Federación, que es designado por el Poder Ejecutivo y confirmado por el Legislativo.	No es elegido democráticamente por la población, sino que alcanza su gobernabilidad a través de la concentración económica, el desarrollo tecnológico y la acumulación política de poder.
Ideologías que los legitiman	Se legitiman con la ideología de la democracia y la ideología republicana del Estado moderno, basado en la división de los tres poderes públicos autónomos e independientes	Se justifica con la ideología de práctica de la 'libertad empresarial', la 'libertad de expresión', el 'derecho a la información' y los procesos de 'autorregulación comunicativa'.
¿Quién los nombra?	Son poderes públicos elegidos por la participación colectiva a través de procesos públicos de elección diferenciados. El Poder Ejecutivo se selecciona cada seis años por votaciones libres de la comunidad nacional. El Poder Legislativo se aprueba cada tres años por votación secreta de toda la población. El Poder Judicial se propone para que lo seleccione el Senado de la República en sesión abierta cuando se deben nombrar o cada vez que concluye el periodo para el que fueron electos sus miembros.	Son instancias de poder no elegidas por la mayoría social, sino que se imponen de la siguientes formas: A los empresarios los impone su capacidad privada de recursos económicos y de gestión empresarial; A las Cámaras de la Industria de Radio y Televisión las designan los propios empresarios de la radiodifusión; A los conductores informativos y líderes de opinión los designan las autoridades privadas de los medios.
Capacidad de representatividad	Representan legítimamente a la población al grado de convertirse genuinamente en tres poderes diferenciados del Estado constitucional histórico.	Representa los intereses del capital, especialmente de las grandes corporaciones y de los grupos políticos aliados con quienes se vinculan para operar.
	La población delega su representación soberana en los poderes públicos elegidos democráticamente que se convierten en el Estado nación.	El auditorio traslada la representación de su individualidad a los medios electrónicos para ser encarnados por su poder de penetración, velocidad, cobertura, 'éxito' y actualidad.
Cobertura de acción	Únicamente se mueven a nivel nacional, federal y municipal, según son sus facultades constitucionales de acción.	Se moviliza a nivel local, regional, nacional, transnacional y planetario según son sus necesidades económicas y políticas de conservación y reproducción. Su cobertura de penetración es total en las ciudades, especialmente de la radio y la televisión, y disminuye ligeramente en el campo.
Forma de intervención institucional	Actúan de manera soberana, autónoma y complementaria frente a los otros poderes de la Unión.	Se comportan de forma monopólica, autocrática, hasta llegar a la <i>telecracia</i> como forma de gobierno empresarial privado.
	Cotidianamente no están cerca de la población, sino que aparecen para los ciudadanos cuando tienen que recurrir a los servicios especializados o se violan las normas de cada uno de éstos.	Cada vez están más cerca de la población por las capacidades cotidianas de tele-representación, tele-seducción y tele-reencantamiento mágico de los sentidos de los públicos.
	Operan mediante la creación de normas, leyes, procesos políticos, administrativos y coercitivos para respetarlos.	Su acción se basa en el manejo constante de datos, símbolos, informaciones e imaginarios que impactan en la formación de la conciencia colectiva y la opinión pública mediante la ejecución de la <i>agenda mediática de contenidos</i> . Su poder es fundamentalmente virtual; de allí se deriva su fuerza económica, política, cultural y espiritual.
	Se vinculan y complementan entre sí con los poderes nacionales federales, estatales y municipales.	Se interrelacionan con los poderes nacionales y transnacionales y simbólicamente con la sociedad mediante estas dimensiones del poder.

NIVELES DE ESTRUCTURACIÓN Y DE ACCIÓN DE LOS PODERES PÚBLICOS QUE CONFORMAN AL ESTADO MEXICANO	CARACTERÍSTICAS DE LOS PODERES CONSTITUCIONALES QUE ESTRUCTURAN AL TRADICIONAL ESTADO NACIÓN (EJECUTIVO, LEGISLATIVO Y JUDICIAL)	CARACTERÍSTICAS DEL PODER MEDIÁTICO QUE RECONFIGURA AL ESTADO NACIÓN Y DA ORIGEN A LA IV REPÚBLICA MEDIÁTICA (RADIO, TELEVISIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN COLECTIVAS)
Periodos de vida	Son poderes políticos que se renuevan regularmente, según son los acuerdos históricos de cada poder particular, pasando por el sufragio efectivo y la no reelección. El Poder Ejecutivo y el Poder Legislativo se renuevan cada seis años. El Poder Judicial cuando termina el cargo para el que fue elegido cada ministro o autoridad de justicia. Por consiguiente, ninguno de estos poderes puede ser hereditario, sino renovable por el sufragio efectivo.	Aunque en términos legales se renueva al término de la concesión, en términos reales es un poder político empresarial que no se renueva periódicamente, sino que existe mientras el proyecto económico y político es redituable y tiene fuerza de imposición social. En este sentido, al ser concebidos como negocios, pueden llegar a ser hereditarios, legarse familiarmente de generación en generación, de manera ilimitada, como es el caso de Televisa, que se ha transmitido legalmente durante tres generaciones a la familia Azcárraga. Lo mismo sucede con otros grupos radiodifusores.
Políticas globales que introducen	Producen políticas públicas de participación ciudadana y crecimiento social.	Generan las políticas privadas de negocios, acumulación, consumo y reproducción del poder monopólico informativo.
Consecuencias que generan	Fortalecen a la nación y sus programas de gobierno.	Se disputan a la nación, especialmente sus recursos comunicativos y culturales, desde la mentalidad del negocio, donde lo importante es explotar, en el corto plazo, todos sus bienes a costa de lo que sea, con tal de obtener jugosas ganancias.
	Construyen la realidad política de la República mexicana basada en nuestro proyecto de evolución histórica de los últimos 200 años.	Crean la figura de la <i>IV República mediática</i> , caracterizada por ser la realidad de un nuevo poder de comunicación electrónico incorporado a la estructura del poder público para oponerse a los tres poderes formales de la nación e imponer su proyecto de mercado y de mega acumulación privada.
	Le dan su lugar institucional al Estado y a sus poderes públicos creando condiciones de estabilidad, gobernabilidad y certeza hegemónica.	Reconfiguran y en ocasiones diluyen o substituyen mediáticamente a los poderes públicos del Estado y los subordinan, crecientemente desplazados o debilitados de su centralidad estatal.
	Su acción fortalece la estructura tradicional de composición federada de la República mexicana en 32 entidades federativas (31 estados y un Distrito Federal).	Alimenta unilateralmente la filosofía del mercado salvaje que plantea la concepción y práctica del <i>Estado cero</i> , el cual sostiene que el Estado ya no es necesario para gobernar, sino que la sociedad puede funcionar sólo con procesos de autorregulación, especialmente informativos. En el mejor de los casos, reconoce la utilidad del Estado sólo como eficiente entidad administradora o gerente de sus intereses particulares y no rector de lo público.
¿Quién los sostiene económicamente?	La población, mediante diversas clases de impuestos con los cuales se edifica el presupuesto público que financia la operación de los diversos poderes públicos y sus respectivos programas de gobierno.	Aunque se presentan como auto-financiables, con sus propios capitales originarios, en realidad son sufragados por la publicidad, que es pagada por la población mediante el sobreprecio por concepto publicitario que se agrega a las mercancías, o mediante otras estrategias de financiamiento por telemercadeo o tele-participación (hable, vote y pague la llamada) que han implementado con sus estrategias mercadológicas.
¿A quién le rinden cuentas?	A la sociedad por lo menos una vez al año, y se somete a la evaluación de la comunidad y de otros poderes públicos consolidados. Además, desde 2002, con la <i>Ley de Acceso a la Información Pública Gubernamental</i> , todas las instancias del Estado están obligadas a informar sobre los aspectos específicos de su gestión pública.	Aunque se impone colectivamente y toca todos los sectores y niveles de las comunidades, nunca rinde cuentas a la sociedad, hasta el extremo de llegar a la impunidad, justificándose ante sus auditorios mediante el nivel de penetración conquistado y comprobado con el <i>rating</i> alcanzado. A los únicos que les rinden cuenta de sus responsabilidades es a sus accionistas.

NIVELES DE ESTRUCTURACIÓN Y DE ACCIÓN DE LOS PODERES PÚBLICOS QUE CONFORMAN AL ESTADO MEXICANO	CARACTERÍSTICAS DE LOS PODERES CONSTITUCIONALES QUE ESTRUCTURAN AL TRADICIONAL ESTADO NACIÓN (EJECUTIVO, LEGISLATIVO Y JUDICIAL)	CARACTERÍSTICAS DEL PODER MEDIÁTICO QUE RECONFIGURA AL ESTADO NACIÓN Y DA ORIGEN A LA IV REPÚBLICA MEDIÁTICA (RADIO, TELEVISIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN COLECTIVAS)
Características de su visibilidad social	Son instituciones con larga existencia histórica reconocida, que tienen clara fachada pública de poderes consolidados. Su origen filosófico y social proviene desde 1800 en el país.	Es un poder joven históricamente, reciente, que surge en el siglo XX y se consolida en el XXI. La radio surge en la década de 1920, la televisión en la década de 1950 y el Internet en la década de 1990.
	Son poderes que se ubican visiblemente en organizaciones formales, materiales, organizativas, institucionales y humanas, y que se reconocen como poderes oficiales tradicionales.	Es un poder informal cotidiano que está en todas partes, se mueve con enorme velocidad, actúa a todos los niveles sociales, se siente en todos los lugares, organiza cotidianamente la mente, la afectividad y los actos de los individuos y las comunidades y, que sin embargo, no reconoce como poder, sino como una simple actividad de entretenimiento, diversión o esparcimiento. Es un poder invisible que no tiene rostro de poder, sino de esparcimiento, hedonismo y diversión.
Tipo de <i>espacio público</i> que edifican	Socializan el espacio radioeléctrico para la participación y crecimiento de toda de la sociedad.	Privatizan el espacio radioeléctrico para la expansión monopólica y la reproducción del prototipo dominante de industrias culturales.
	Elaboran un espacio público político y ciudadano para interactuar y discutir los asuntos de las <i>polis</i> .	Producen un espacio <i>público mediático</i> orientado hacia el consumo y la legitimación del sistema de información-comunicación dominante.
Sujetos históricos que construyen	Construyen ciudadanos con derechos y obligaciones colectivas.	Construyen consumidores con tendencias compulsivas.
Valores colectivos que inculcan	Promueven los valores del proceso político histórico, como son el concepto de nación, patria, República, ciudadanía, estado de derecho, garantías individuales, civilidad, servicio público, etcétera.	Difunden los valores de la empresa privada, la ganancia pecuniaria, la competencia, etcétera.
	Fomentan los valores del arraigo local, la identidad regional y nacional	Respaldan los valores de la globalización, el desarraigo local, la existencia <i>light</i> , y el consumidor mundial.
Símbolos visibles de representación de cada poder	Son poderes representados según cada periodo histórico por diversos símbolos nacionales. La <i>primera República</i> es reconocida por el águila real de la Independencia y la bandera del Ejército Trigarante. La <i>segunda República</i> es presentada con el estandarte juarista; la <i>tercera</i> es ubicada con el escudo nacional, el Monumento a la Revolución, la Columna de la Independencia, el himno nacional, la bandera nacional, etcétera.	Son poderes mediáticos representados de forma distinta en cada periodo de su existencia empresarial. Al principio de la industria de la televisión mexicana. en los años cincuenta, se expuso como la imagen del Telesistema Mexicano. En la etapa de la modernidad comunicativa, en la década de 2000, son representados por el logotipo del Canal de las Estrellas, el sello de agua de Televisa, la imagen de Fuerza Informativa de Televisión Azteca, la identificación de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), el símbolo del Asociación Nacional de la Publicidad (ANP), el <i>jingle</i> musical de cada estación de radio, la carta de programación de los canales, la cara de cada conductor exitoso en turno, etcétera.
Imágenes o estereotipos culturales que difunden	Promueven la identificación con símbolos propios de cada fase de evolución histórica: próceres de la Independencia (Hidalgo, Morelos, Iturbide, los niños héroes de Chapultepec, etcétera), líderes de la Revolución de 1910 (Emiliano Zapata, Francisco Villa, Madero, etcétera).	Difunden la imagen y los valores de los artistas, <i>conductores inn</i> y personajes del <i>star system</i> nacional y mundial. Exponen la visión de los programas de la farándula, noticieros, del mundo del espectáculo, el glamour hollywoodense, etcétera.
Memoria colectiva que crean	Generan la memoria histórica oficial del Estado mexicano que legitima a la clase política e integra a la población en un proyecto ideológico nacional.	Crean el recuerdo autista y el <i>alzheimer cultural</i> (memoria restringida de corto plazo) a través de los contenidos de la <i>agenda setting</i> que, cada tres o cuatro meses, ocasionan el olvido colectivo para reactivar las nuevas necesidades del ciclo ideológico de la moda, de la industria del deporte, el círculo del consumo, la frivolidad, etcétera.

NIVELES DE ESTRUCTURACIÓN Y DE ACCIÓN DE LOS PODERES PÚBLICOS QUE CONFORMAN AL ESTADO MEXICANO	CARACTERÍSTICAS DE LOS PODERES CONSTITUCIONALES QUE ESTRUCTURAN AL TRADICIONAL ESTADO NACIÓN (EJECUTIVO, LEGISLATIVO Y JUDICIAL)	CARACTERÍSTICAS DEL PODER MEDIÁTICO QUE RECONFIGURA AL ESTADO NACIÓN Y DA ORIGEN A LA IV REPÚBLICA MEDIÁTICA (RADIO, TELEVISIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN COLECTIVAS)
¿Por qué entran en crisis?	Por su separación orgánica del cuerpo social que los eligió y, en consecuencia, por su débil o nula representación de las necesidades comunitarias. En este momento, son impugnados de diversas formas por la población y sufren descomposición institucional.	Por falta o disminución del <i>rating</i> que limita la inversión publicitaria que los sostiene o por la competencia feroz que enfrentan con sus competidores.

los conductores de televisión; los verdaderos jueces ya no son los ministros elegidos por la Suprema Corte de Justicia, sino los comentaristas de los medios de información colectivos; los verdaderos legisladores ya no son los diputados y senadores del Congreso de la Unión, sino los actores mediáticos. Las verdaderas aulas ya no están en las escuelas de la Secretaría de Educación Pública, sino en las pantallas de televisión y los diales radiales con sus respectivos *curricula* electrónicos. La verdadera legitimidad cotidiana ya no la construye el gobierno tradicional, la teje el consenso que generan los aparatos mediáticos.

Por esta razón, al principio del nuevo siglo, la sociedad mexicana y los poderes públicos de la Repú-

blica, especialmente el Congreso de la Unión, están ante la disyuntiva histórica de aceptar caminar en los próximos años hacia un proyecto de sociedad regido por la cabeza mediática despótico-autoritaria de los oligopolios comunicativos privados o caminar hacia un proyecto de sociedad dirigido por el cerebro de un moderno *Estado nación ciudadano* para la sobrevivencia colectiva, reformado por la creación de un nuevo consenso y pacto nacional jurídico de equilibrio entre medios, Estado y sociedad.

Recibido el 19 de noviembre de 2006

Aceptado el 13 de febrero de 2007

Bibliografía

- Bustamante, Enrique (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Barcelona, Gedisa 2003 (Serie Multimedia).
- Corral Jurado, Javier, "Se requiere de una verdadera clase política para reformar la Ley de Medios: JCJ", ponencia presentada en el Foro *Las Reformas a las Leyes de Radio-TV y Telecomunicaciones frente a la Sociedad de la Información y del Conocimiento*, llevado a cabo en la Universidad Iberoamericana de la ciudad de México, el 3 de febrero del 2006.
- Florescano, Enrique, *Etnia, Estado y nación, Ensayo sobre las identidades colectivas en México*, México, Taurus, 2003 (Colección Pasado y Presente).
- , *Memoria mexicana*, México, Taurus, 2001, (Colección Pasado y Presente).
- Martínez Álvarez, Jesús Emilio, "Discurso de posicionamiento del Partido Verde Ecologista de México (PVEM)", en *IV Informe de Gobierno del Presidente Vicente Fox Quesada*, 1° de septiembre de 2004, México, LIX Legislatura, versión estenográfica.
- Monteforte Toledo, Mario, *Literatura, ideología y lenguaje*, México, Grijalbo, 1983 (Colección Teoría y Praxis, 28).
- Morelos y Pavón, José María, "Los Sentimientos de la Nación", en *Documentos para la Historia*, México, LVIII Legislatura de la Cámara de Diputados, Diario de Debates, 2001.
- Museo Legislativo Los Sentimientos de la Nación, *Nuestras constituciones. Documentos mexicanos 1813-1917*, México, LVIII Legislatura de la Cámara de Diputados, 2000.
- Orozco Gómez, Guillermo, "Cuando los modelos y las categorías ya no alcanzan", en *Comunicación y Sociedad*, núm. 3, nueva época, enero-junio de 2005.
- Poulantzas, Nico, *Fascismo y dictadura*, México, Siglo Veintiuno Editores, 1971.
- , *Las crisis de las dictaduras: Portugal, Grecia y España*, México, Siglo Veintiuno Editores, 1976.
- Revilla Basurto, Mario A., "Comunicación y reproducción social: La estrategia conservadora", en *Razón y Palabra, Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Tópicos de Comunicación*, primera edición especial, julio de 1977, en <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/mcluhan/repro.htm>
- Trejo Delarbre, Raúl, *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*, México, Cal y Arena, 2004.
- Velázquez Briceño, Ernesto, "La Red de radiodifusoras y televisoras educativas y culturales de México ante las reformas a las leyes federales de radio y televisión y de telecomunicaciones", en *Red de Radiodifusoras Educativas y Culturales de México*, 5 de febrero de 2006.

Hemerografía.

- Alcocer V., Jorge, "Espacio 2007", en *Reforma*, 8 de junio de 2007.
- Alemán, Ricardo, "Congreso vulnerado", en *El Universal*, 2 de marzo de 2006.
- "Busca Acción Nacional fortalecer la COFECO", en *Reforma*, 31 de enero de 2006.
- "¿Cuál desvió....? Aquí está", en *Reforma*, 8 de junio de 2007.
- Corral Jurado, Javier, "Al mejor postor", en *El Universal*, 3 de enero de 2006.
- "Desplegado de la Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones e Informática (CANIETI)", en *Milenio*, 12 de diciembre de 2005.
- "Desvían en Jalisco recursos a Espacio 07", en *Reforma*, 7 de junio de 2007.
- Granados Chapa, Miguel Ángel, "Televisa en Oaxaca", en *Reforma*, 1° de marzo de 2007.

“La Ley Televisa beneficia sólo a parte de la sociedad: TV UNAM”, en *Invertia, Infosel Financiero*, 28 de marzo 2006.

“PRD llama al Senado a no aprobar reforma a medios”, en *El Universal*, 23 de enero de 2006.

“Reformas a radio y televisión polarizarán a la sociedad si se avala”, en *El Universal*, 20 de febrero de 2006.

“Senado detiene discusión de la Ley de radio y TV”, en *El Universal*, 13 de diciembre de 2005.

“Senadores del PAN discuten cambios a la ley de radio y televisión”, en *El Universal*, 26 de enero de 2006.

Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, núm. 202,
Editada por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM
se terminó de imprimir en abril de 2008, en
los talleres de Editores e Impresores Profesionales EDIMPRO, S. A. de C. V.,
San Marcos 102-15, Col. Tlalpan, Delegación Tlalpan, C. P. 14000, D. F.
La composición se hizo en tipo Kepler Std.
La edición consta de 1000 ejemplares.
Portada y formación: Marco Antonio Pérez Landaverde.