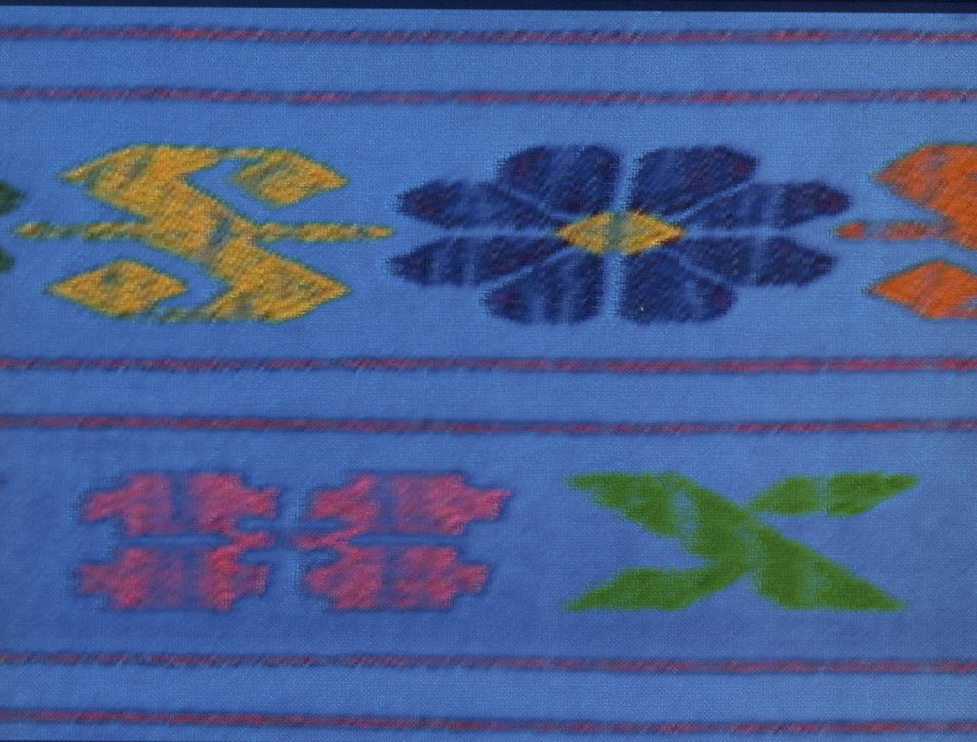


Comunicación para el desarrollo en México

Libro Colectivo
AMIC 2006



Adriana Peimbert Reyes
Rodrigo Gómez García

Primera edición, 2007.

D.R. © Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación A.C.

D.R. © Juan Sánchez Azcona No. 539, Col. Del Valle

Delegación Benito Juárez,

C.P. 03100, México. D.F.

Primera edición, 2007.

D.R. © Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación A.C.

D.R. © Universidad Latina de América, A.C.

Manantial Cointzio Norte No. 355, Fracc. Los Manantiales

C.P. 58170, Morelia, Mich.

Corrección de estilo: Silvia Medina Gallardo

Edición y revisión de las colaboraciones: Adriana Peimbert

Rodrigo Gómez

Coordinadoras de la publicación: I. Lorena Zaldívar Bribiesca

Mónica García Abraham

ISBN: 978-968-5815-04-8

Impreso en Morelia, Michoacán, México

por Ediciones Michoacanas

AMIC: correoamic@yahoo.com.mx

<http://www.amicmexico.org>

Su reproducción con fines didácticos y de investigación, requiere citar a la fuente, al autor y AMIC.



ÍNDICE

Prólogo	11
Presentación.....	15
¿Podemos mejorar la investigación en comunicaciones orientada a la acción? Antonio Pasquali	17
Comentarios a la ponencia de Antonio Pasquali Delia Crovi Druetta	27
Desarrollo y conocimiento de la comunicación en América Latina. Una aproximación a las estrategias y prácticas científicas de las revistas científicas latinoamericanas de la comunicación Gustavo A. León Duarte	33
La semiótica y los estudios de la comunicación en México Tanius Karam Cárdenas	71
Ética de la comunicación Marco Millán	103
Subjetividad e intersubjetividad en situaciones de comunicación intercultural: las fronteras internas como concepto articulador Marta Rizo García Vivian Romeu Aldaya	127
¿Qué investigan los estudios de género en la prensa? Revisión de temáticas, 1989-2004 Adriana Peimbert Reyes	151

Impacto de la televisión en los niños de sexto año de primaria de la ciudad de Morelia Lorena Zaldívar Bribiesca.....	171
Escenarios de comunicación en el estado de Hidalgo Elvira Hernández Carballido Rosa María Valles Ruiz.....	195
Acercamiento teórico-metodológico a la relación identidad, migración y recepción cultural de “La Voz de los Mayas” (XEPET) Inés Cornejo Portugal Elizabeth Bellón Cárdenas.....	221
Sintonía AMIC, tres años al aire: una experiencia de radio ciudadana Alberto Carrera Portugal.....	241
Noticiarios y elecciones en México: el largo y sinuoso camino por la democratización de los medios Aimée Vega Montiel.....	277
El cine mexicano y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN): un análisis multidimensional Lucila Hinojosa Córdova	307
Los medios de información colectivos y la reconfiguración del estado mexicano moderno Javier Esteinou Madrid	351
Políticas de comunicación en México. El giro neoliberal (1988-2006) Rodrigo Gómez García	389
Colaboradores	431
Directorio	437

Los medios de información colectivos y la reconfiguración del estado mexicano moderno

JAVIER ESTEINOU MADRID

RESUMEN

Debido a las nuevas capacidades tecnológicas que a principios del siglo XXI conquistaron los medios de información colectivos, especialmente los electrónicos, éstos se convirtieron en el centro del poder ideológico y político contemporáneo de nuestra nación. Con ello, el modelo de comunicación y de percepción creado y practicado por los medios, atravesó la estructura, los procesos y la operación concreta de la gran mayoría de las instituciones sociales básicas para la dirección del país e impuso su modelo de información masivo sobre los otros modelos de comunicación e interacción social.

De esta forma, los sistemas de comunicación mediáticos adquirieron una gran autonomía sobre los poderes públicos y se transformaron en el *poder mental supremo*, el *poder del poder*, que en ocasiones suplanta algunas de las funciones político-ideológicas que le corresponden ejecutar al estado. Así, ante el deterioro de la *esfera pública*, de los partidos, del Congreso de la Unión, de la política, del estado, del programa colectivo de crecimiento, de las creencias, del proyecto de nación, etc., los medios electrónicos de difusión masivos se convirtieron en el primer gran poder político-ideológico cotidiano que seduce, reencanta, conduce y hasta hipnotiza, mental y afectivamente, a la sociedad mexicana.

De aquí, la importancia central de efectuar una profunda *reforma del estado* en materia de información y cultura colectiva que permita que el funcionamiento público de las industrias culturales se encuentre ética y jurídicamente orientado y supervisado por una nueva normatividad

republicana que rescate el espíritu del México profundo en materia de comunicación social, y no sólo por las caprichosas dinámicas de las leyes de la *mano invisible* y de la lógica del darwinismo social del mercado autorregulado que ha introducido el proceso de la globalización del capitalismo contemporáneo en su fase de expansión planetaria.

I. LAS MEDIACIONES TECNOLÓGICAS Y LA TRANSFORMACIÓN DEL ESTADO

Debido a las nuevas capacidades tecnológicas que a principios del siglo XXI conquistaron los medios de información colectivos, especialmente los electrónicos, éstos incrementaron sustantivamente su eficacia de transmisión informativa y de persuasión extensa y se convirtieron en el centro del poder ideológico y político contemporáneo de nuestra nación. En este sentido, de haber sido instrumentos de difusión relevantes en 1960 en México, de transformarse en instituciones importantes de socialización en 1970 y de convertirse en el *cuarto poder* político a partir de 1980, desde principios de 2000 se transformaron en el vértice del poder actual. Es decir, ya no sólo son simples instituciones importantes de información o el *cuarto poder*, sino que ahora se han convertido en el *primer poder ideológico*¹ que existe en nuestra sociedad.

Esta nueva ubicación estratégica de los medios electrónicos de información en la jerarquía de fuerzas que dirigen a la sociedad, no se conquistó por voluntarismos, caprichos, situaciones casuales o juegos de retórica del poder establecido, sino por las 6 grandes transformaciones estructurales silenciosas que se han dado en las últimas décadas al interior del esqueleto social y mental de nuestra sociedad: la gran revolución de la infraestructura tecnológica de los canales de comunicación; la modificación de realidades extracomunicativas en el seno de nuestras comunidades; al enorme poder tecnológico-cultural que los medios conquistaron sobre la sociedad; su organización en secto-

1 Por "*Primer Poder Ideológico*" entendemos la principal fuerza cultural que fija, tanto en los momentos de hegemonía como en los de crisis social, la dirección ideológica de los valores, principios, creencias imaginarias, cosmovisiones, sentidos, etc., de los individuos y comunidades de las sociedades contemporáneas en la etapa de la modernidad occidental. Para ampliar este concepto, analizar de Esteinou Madrid, Javier, *Globalización, Medios de comunicación y cultura en México a principios del siglo XXI*, Revista Ámbitos Núm. 5, Revista Andaluza de Comunicación, Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, Departamento de Periodismo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Sevilla, Sevilla, España, 2º semestre de 2000, pp. 7-51: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos.htm>

res empresariales eficientes; la existencia de una normatividad débil y anacrónica en el terreno comunicativo, y finalmente, debido a su capacidad creciente para conquistar el tiempo libre y los imaginarios de la sociedad.

Con la conquista de estas propiedades los medios de información se transformaron en las extensiones del hombre y de las instituciones, y en consecuencia, construyeron una nueva zona de acción social: el espacio virtual. En este sentido, la emergencia de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías de información en México, no sólo representó la maduración del modelo de la *sociedad de la información* y la radical transformación de las superestructuras culturales de nuestras comunidades, sino que básicamente, el fenómeno más relevante que produjo, fue la expansión intensiva de la dimensión ideológica de la sociedad mexicana a una esfera más amplia y versátil. Esto es, en términos generales, con la presencia de los canales de difusión la sociedad mexicana en su conjunto sufrió una gran dilatación cultural, desde el momento en que las instituciones, los grupos o los individuos pudieron extender a distancia la realización de sus tareas o funciones específicas tradicionales, a través de las tecnologías de información y comunicación.¹

Así, el espacio público comprendido como el territorio libre, abierto y autónomo donde participan los individuos, los grupos y las instituciones de acuerdo con sus intereses y necesidades, se transformó sustancialmente con la existencia de los medios de información, originando nuevas esferas públicas, según fueron las características y el impacto social que produjo cada nueva tecnología de comunicación que emergió en nuestro territorio. En este espacio público se dan acciones privadas y acciones públicas. Las acciones privadas responden a intereses particulares, la mayoría de las veces mercantiles y no están abiertas a todos los sectores. Las acciones públicas son colectivas y están abiertas a todos los sectores para discutir las realidades y los problemas de conjunto. En este sentido, la revolución tecnológica de los medios de información

1 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 D.F., 1979. Una crítica moderada al pensamiento de McLuhan puede consultarse en: Gauraleri, Gianpiero, *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: McBride, Sean. *Un sólo mundo. Voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, Fondo de Cultura Económico, México, D.F., 1985, pp. 31-36.

los convirtió en las herramientas básicas para construir lo *público* y actuar sobre la *cosa pública*.¹

De esta manera, con la introducción de las innovaciones tecnológico-comunicativas, se generaron en el país nuevos espacios colectivos, públicos y privados, dedicados a la realización de la economía, la política, la gobernabilidad, los servicios, la educación, la religión, la salud, el comercio, la cultura, el entretenimiento, los deportes, la fantasía, el amor, el ocio, la sexualidad, la imaginación, etc. La sociedad mexicana entró entonces en la fase de producir nuevos procesos culturales de consecuencias sociales amplificadas e insospechadas.

Es por esto que con la presencia de los medios de comunicación, lo que se transformó a corto plazo en nuestra República, fue el esqueleto ideológico de la sociedad en su conjunto, y a largo plazo, el del estado mexicano.² Dicho espacio se convirtió en una nueva franja de interacción social donde se produjeron fenómenos de ampliación y extensión de las personas, los grupos, las instituciones y del estado, dando origen en México a la *sociedad extensa*, es decir, a la sociedad que se prolonga a través del uso de las tecnologías de información, y vía éstas, ejecuta diversas funciones colectivas, incluso de carácter orgánico, para la reproducción de la misma.

De esta forma se creó cada vez más, una sociedad mediática que produjo una nueva atmósfera cultural colectiva de naturaleza *virtual* o *comunicósfera*, que ocasionó que el conjunto de las principales instituciones de gobernabilidad ahora funcionen a distancia por intermediación

1 Por *cosa pública* se entienden los aspectos centrales puntuales que componen la agenda del desarrollo social y que deben resolverse para que una comunidad o grupo crezca equilibradamente. Para analizar la crisis contemporánea del espacio público y su transformación con la presencia de los medios de información colectivos, consultar: De Ortega Ramírez Carmen Patricia. *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública*. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco y Editorial Etcétera, México, D.F., 2006, pp. 21-47.

2 Por estado mexicano entendemos la estructura político institucional que surge después de la Revolución mexicana de 1910 conformada por un acuerdo político entre grupos, personas, intereses económicos y étnicos, compuesto por un territorio, un gobierno e instituciones de gobernabilidad encargadas de conservar y reproducir el poder en la sociedad moderna mediante la creación de consensos, recaudación de impuestos y la aplicación del monopolio legítimo de la fuerza o de aplicación de la violencia. Los poderes de dicho estado están conformados por un equilibrio de fuerzas que se dan entre el poder ejecutivo, el poder legislativo y el poder judicial. El territorio del Estado está compuesto por la federación, los estados locales y los municipios. El gobierno del estado se realiza por un conjunto de aparatos políticos, administrativos e ideológicos destinados a realizar la gobernabilidad. Dentro de esta estructura fundamental del estado, los medios actúan reconfigurando básicamente el nivel político, cultural e ideológico del mismo.

de los canales de información, especialmente electrónicos y las nuevas tecnologías de información. En este sentido, la casi totalidad de las instituciones tradicionales como son la escuela, los partidos políticos, el congreso, la iglesia, las secretarías de estado, las empresas, los órganos de gobierno, los movimientos sociales, las dinámicas comunitarias, etc., buscan proyectarse y ampliarse vía los medios de información, asumiendo las reglas mediáticas que imponen éstos, ya que lo que no aparece en los medios muy difícilmente existe en la conciencia colectiva: los medios electrónicos se convirtieron en el epicentro cultural, ideológico y espiritual de la sociedad mexicana de principios del nuevo milenio.

En este sentido, con ampliación de la *sociedad extensa*, vía la acción de las tecnologías de información, el estado experimentó una gran transformación al interior de su estructura y dinámica económica, política, social y cultural, pues las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza, entraron en una nueva fase de extensión geométrica que dio origen a una nueva faceta del poder: el moderno *estado ampliado*.¹ La expansión gradual de esta realidad mediática reconfiguró el esqueleto, la dinámica y las fronteras del estado mexicano y de la cultura nacional creando un nuevo tejido en la esfera del poder que generó al *estado mexicano ampliado*. De esta forma, surgió el *estado mediático* que se caracteriza por ejecutar sus tradicionales funciones de dirección, educación y gobernabilidad, vía los medios de información como brazos o prótesis de expansión de sus capacidades de orden, administración, educación y dirección. Así, con esta incorporación tecnológica observamos el surgimiento de nuevas políticas de difusión que dieron origen al teledeporte, la teleeducación, la telebanca, la teleoración, la telemedicina, la televenta, la teleadministración pública, la telediversión, la telepolítica, la teleguerra, la radioasistencia psíquicoemocional, la radioorientación vial, la radioiglesia, la radioorientación sexual, etc.

Debido a ello, es muy importante subrayar que cuando se habla de medios no se está hablando de simples acciones de esparcimiento, información,

1 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.

actualización o diversión, sino que en última instancia, se habla de la transformación del espacio público, y en consecuencia, de la construcción de la estructura del *estado ampliado* y de la *sociedad extensa*, vía la expansión del espacio virtual a la colectividad. Por consiguiente, no corresponden al mero entretenimiento, sino a la reproducción de las relaciones de poder de la sociedad.

II. LOS MEDIOS Y LA MODIFICACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO

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

Por lo tanto, ya no ha sido el discurso político ni la acción de los representantes populares y ni siquiera la prensa tradicional lo que ha permitido a los mexicanos tener una visión cotidiana de sí mismos y del futuro de nuestra nación. En la actualidad, son las redes de televisoras y radiodifusoras, quienes acceden permanentemente a la mente de los mexicanos y les informan o les deseducan sobre la conducta a seguir en la sociedad contemporánea que nos corresponde vivir.¹

De esta forma, en los espacios cotidianos de relación simbólica que permanentemente producen los aparatos cotidianos de comunicación entre emisores y colectividades, es la principal arena social donde diariamente se edifica el espacio público y en el cual se construye o destruye, mental y afectivamente, a la sociedad mexicana y al estado. Por consiguiente, podemos afirmar que en la sociedad mexicana de 2000, cada vez más, las batallas políticas o sociales se ganan o pierden en los medios

¹ Labra, Armando, *Prólogo, La legislación mexicana en radio y televisión*, Colección Ensayos, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., primera reimpresión 1989, p. 7.

de comunicación colectivos y no en otras áreas convencionales de las contiendas sociales. Con ello, a principios del tercer milenio la hegemonía social, es decir, el principal trabajo masivo de *convencimiento*, *asentimiento* y *dirección social*, se logra pacíficamente vía los medios de comunicación colectiva y no mediante otros aparatos ideológicos de la gobernabilidad. Los medios y su producción simbolicocultural, se convirtieron en el principal cemento eficiente que articula o desarticula cotidianamente a los grupos sociales.

En la actualidad debemos tener presente que en nuestro país, frente a la tradicional acción del sistema escolar y religioso, los medios se han convertido en la principal red cultural y educativa capaz de cambiar, con mayor rapidez y agilidad, las cosmovisiones, los valores, las actitudes, los hábitos y las conductas de los receptores. En una idea, dirigen la cultura cotidiana en cada periodo histórico y social. Es decir, los medios se han transformado en los principales mediadores culturales, a través de los cuales se articula ideológicamente a nuestra sociedad, convirtiéndose en las principales instituciones organizadoras colectivas de la historia y la vida moderna de México.

De esta forma, no obstante que los medios de difusión no son instituciones omnipotentes para producir efectos automáticos sobre los auditorios, gracias a las evolucionadas capacidades materiales que han alcanzado, poseen suficientes habilidades tecnoideológicas efectivas, históricamente ya comprobadas, para crear y cambiar las formas de pensar y actuar, y para imprimir fuertes direcciones sociales a los campos de conciencia de los mexicanos: su principal poder es virtual y mediático y de aquí se derivan otras influencias económicas, políticas, mentales y espirituales sobre las comunidades. Dichas tendencias se generan a través de la práctica de la *agenda setting*, que es la capacidad informativa y pedagógica que despliegan los medios de información para operar como intermediarios técnicos entre las relaciones sociales y centrar cotidianamente la atención de los diversos públicos en sólo algunas realidades y no en otras, vía sus políticas de programación.

Con ello, de forma silenciosa permanentemente construyen una jerarquía del conocimiento de la realidad, de los valores, de la política, de la cultura, de la historia y de la vida que se convierte en un marco fundamental de referencia y de acción que articula o desarticula a los ciudadanos. Así, la *agenda setting* se ha transformado en una de las principales herramientas

comunicativas para construir diariamente algunos de los ejes básicos de la hegemonía social en México.

En este sentido, la construcción o destrucción de la realidad masiva cotidiana, es decir, de lo que existe o no existe, de lo que es bueno o es malo, de lo que hay que recordar u olvidar, de lo que es importante o no, de lo que es verdad o mentira, de lo que es visible o invisible, de lo que son valores o antivalores, de lo que es la opinión pública o de lo que no es, de lo que es virtuoso o no, de lo que hay que hablar o silenciar, de lo que hay que admirar o rechazar, de lo que es el éxito o el fracaso, etc., se elabora cada vez más, especialmente en las grandes ciudades, desde los medios colectivos de difusión.

III. EL SURGIMIENTO DE LA TELEPOLÍTICA

Con la expansión de las actividades públicas, vía los medios de información colectivos, emergió en nuestra sociedad, entre otros, el fenómeno de la telepolítica como una nueva realidad mediática que transformó las reglas tradicionales de los procesos políticos y electorales, e introdujo otras nuevas realidades simbólicas que pusieron el acento en las formas de realizar el quehacer político y ya no en el contenido de las propuestas. De esta manera se construyó la *plaza pública electrónica* donde emergieron el show político, la escenificación, la actuación histriónica, la presentación *light*, el sensacionalismo de los candidatos políticos, la sobreexposición de los postulantes en los medios, para producir en este nuevo espacio virtual colectivo los teledebates, la búsqueda partidista del *raiting*, el desarrollo del *marketing* político, el posicionamiento de los candidatos, etc., como recursos de atracción y convencimiento colectivo que crearon nuevas condiciones que determinan el éxito electoral.

Así, la plaza se transformó en *videoplaza*, la política en *videopolítica*, la promoción política en *videodestape*¹, los mítines en *videomítines*, la marcha en *videomarcha*, la denuncia en *videodenuncia*, la presión política en *videopresión*, la ejecución política en *videoasesinato*, el terrorismo en

1 El primer destape político en México por televisión se hizo con el lanzamiento a la Presidencia de la República del candidato independiente Jorge Castañeda, cuando el 25 de marzo de 2004, en el marco de los *videoescándalos*, presentó su candidatura a través de spots televisivos que convocaban a los "sin partidos" a derrotar la partidocracia impuesta por el PRI, PAN y PRD. Formaliza Castañeda su precandidatura a 2006. *Reforma*, 26 de marzo de 2004, p. 9-A; Minipartidos a la caza del güero, *Revista Milenio*, 23 de febrero de 2004, p. 15.

*videoterrorismo*¹, los sufragios en *votaciones electrónicas*, el gobierno en *telecracia*, y la democracia en *videodemocracia*.

De esta forma, en la fase moderna constatamos que, por ejemplo, en el campo político el detonante central que dispara la decisión ciudadana para definir la dirección de su voto, se desplazó del espacio que ejercía la labor de contacto directo con las masas, para ahora trasladarse drásticamente al campo de la mediación de los medios de información colectivos y sus derivados de cultura de masas. Es decir, en el México de principios del siglo XXI la hegemonía política del país ya no se construye a través del mitin tradicional y de sus instrumentos colaterales de antaño, sino que ahora la hegemonía se conquista predominantemente a través de la actividad de persuasión mercadológica a distancia que los partidos políticos efectúan vía los canales de información, especialmente, los modernos medios electrónicos.

Dicha mutación social significa para las elecciones contemporáneas, que el espacio estratégico donde se da y decide la batalla por el convencimiento de las masas nacionales, ya no son en las pintas de las bardas, los kioscos comunitarios, los ateneos, los recintos de las casas de culturas, las alcaldías, los auditorios cerrados, las alamedas de las colonias, las visitas domiciliarias, las giras populares, los centros de trabajo, las explanadas universitarias, etc., lugares comunes donde solían reunirse los candidatos con sus distintos públicos; sino que ahora, sin desaparecer estas actividades tradicionales, el nuevo espacio neurálgico donde se define la elección civil es la zona de mediación simbólico-virtual que construyen los medios de comunicación colectivos entre partidos políticos y sociedad, vía la dinámica imaginaria que éstos producen.

Así, en la etapa de la modernidad, la práctica de la política entró en la fase de la mediatización comunicativa y su esencia se transformó de la discusión colectiva de los asuntos públicos, a la adquisición de las reglas mediáticas de las industrias culturales que ya no polemizan sobre la *cosa pública* sino solamente la espectacularizan.

1 Como ejemplo de ello tenemos los actos terroristas que se planearon el 11 de septiembre de 2001 en EUA, el 11 de marzo de 2004 en España, las video ejecuciones en IRAK en 2004 y los sabotajes en la Unión Soviética en 2004, etc., que se planearon para ser transmitidos por los medios de información colectivos y alcanzar un impacto político global. Sin la presencia amplificadora mundial de los medios de difusión, dichos actos de sabotaje social hubieran tenido consecuencias muy reducidas.

IV. LA REESTRUCTURACIÓN MEDIÁTICA DEL ESTADO MEXICANO

Debido a la concentración histórica de las enormes capacidades tecnológicas, empresariales y políticas que ya conquistaron los medios electrónicos de difusión colectivos al principios del siglo XXI en México, éstos paulatinamente se apoderaron de la propiedad y uso del espacio radioeléctrico, creando 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, a través 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 quedó atrapado en su propio concesionamiento del espacio público al sector comercial, al grado de estar ahora, política y culturalmente, sometido, arrinconado, coartado, devaluado y humillado frente al poder mediático.

Así, 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 por encima de las instituciones y los poderes del estado mexicano, y desde allí, los oligopolios informativos han impuesto su voluntad e intereses a los gobiernos en turno y al resto de la sociedad. En este sentido, cada vez más, el poder fáctico de los medios y su capacidad gremial organizada, ha aplicado todo su poder autorregulado, incontrolado e impune, por sobre la capacidad de conducción del estado-nación, subordinando durante varias décadas a los poderes públicos mediante presiones, enfrentamientos, difamaciones, manipulaciones, amenazas, chantajes, cabildos, alianzas, canonjías, etc., para fijar sus intereses y su dirección mediática al resto de la nación.

De esta manera, a diferencia de la primera generación de concesionarios de los medios colectivos de información electrónicos que lo que crearon

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 etapa moderna, consultar de Florescano Enrique, *Memoria Mexicana*, Colección Pasado y Presente, Editorial Taurus, México, D.F., 2001, pp. 549-610, y *Etnia Estado y Nación, Ensayo sobre las identidades colectivas en México*, Colección Pasado y Presente, Editorial Taurus, México, D.F., 2003, pp. 285-455.

en el último cuarto del siglo XX fueron las industrias culturales¹ como empresas consolidadas, en la segunda y tercera generación de ejecutivos, conformada por los hijos y los nietos de los fundadores, que heredaron a finales del siglo XX y principios del siglo XXI los consorcios electrónicos ya maduros, éstos se comportaron como *yuppies* financieros, concibiendo a los medios como simples instrumentos para hacer dinero, política y acumular poder a costa de lo que fuera.

Este fenómeno se ha dado de formas diferenciadas según son los momentos de equilibrio o crisis por la que atraviesa la evolución de la sociedad: los períodos de equilibrio y de crisis social.

En los períodos de equilibrio social los medios ocupan un lugar central de prolongación mediática de las instituciones tradicionales y de contrapeso político-ideológico de los poderes formales establecidos, como son el congreso, los partidos políticos, las iglesias, el ejército, etc. En esta fase, las diversas instituciones tradicionales absorben las características del lenguaje, los formatos, los géneros, la gramática, los códigos, la

¹ La idea de industrias culturales acuñada por Walter Benjamín, Adorno y Horkheimer, surgió de forma tardía como un concepto que buscaba designar a toda una serie de creaciones simbólicas que multiplicadas en numerosas copias o soportes materiales o inmateriales van al encuentro de sus receptores. En este sentido, las industrias culturales se conforman no sólo como simples difusores de la cultura o como meros intermediarios entre creadores y consumidores, sino como instituciones estructurantes y constitutivas de la cultura mayoritaria más influyente de la cultura en una sociedad industrial. De esta manera, dicha categoría analítica supera la denominación de medios masivos de comunicación que parece suponer la emisión simultánea de mensajes punto a masa (de un emisor a muchos receptores), pues este concepto tiene la ventaja de unificar el campo de la cultura industrializada con el de los medios informativos o mejor dicho de restituir la unidad y las interrelaciones que mantienen ambos en la práctica. Este concepto evidencia así que no existe difusión masiva de la cultura sin un modelo comunicativo subyacente y que no es posible una comunicación masiva que no actúe al tiempo como una sistemática máquina de difusión-reproducción de la cultura. Pero sobretodo, su doble componente resulta altamente elocuente: la determinación mercantil e industrial de la mayor parte de la cultura contemporánea, y correlativamente de las numerosas especificidades que hacen de estos sectores unas industrias muy diferentes de las restantes, llenas de particularidades destacadas sin cuya consideración toda estrategia pública o privada está abocada al fracaso. El eje de las industrias culturales es su reproductibilidad, la inserción de un trabajo simbólico en un proceso mecanizado que permite su conversión en mercancía, porque sólo la copia realizada a escala relativamente amplia materializa establemente la secuencia de comunicación en un objeto adquirible, genera también un público de potencialidades adquirientes, forma una demanda y un precio difuso. De esta manera, dos características fundamentales de las industrias culturales es la significativa inversión de capitales y la división de trabajo consiguiente a toda industrialización. Bustamante Enrique, (Coordinador), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Varios Autores, Serie Multimedia, Fundación Alternativa, Editorial Gedisa, Barcelona, España, 2003, pp. 21-24.

concepción, la velocidad, la persuasión, las formas, las estrategias, la dinámica, las ideologías¹, etc., del modelo de información mediático que se impone sobre los otros modelos de comunicación convencionales de las instituciones y de los grupos tradicionales establecidos. Las instituciones emplean a los medios como extensiones tecnológicas para prologarse vía éstos y ejercer sus funciones y tareas específicas.

En cambio, en los períodos de crisis o de transición social, además de continuar la existencia de los fenómenos anteriores, los medios penetran las instituciones sociales a tal grado que sustituyen o reubican a los órganos de administración social más débiles o que están en crisis de funcionamiento y legitimación. Así, por ejemplo, ante la caída de las propuestas ideológicas de las iglesias y de las religiones para darle sentido y esperanza a la vida de los hombres del siglo XXI, la televisión las substituye aceleradamente con la nueva *fe mediática* del reencantamiento mágico audiovisual de la vida.

Frente a la crisis del Congreso de la Unión, los medios lo suplantán con nuevos foros masivos de convocatorias mediáticas. Ante la torpeza de los políticos de no aprovechar los canales de difusión para extender o ampliar su deber, comparecen ante los medios como súbditos cotidianos inclinados ante el *espejo* deformado que ellos mismos crean². Frente a la descomposición y baja de credibilidad de la población en los partidos políticos, los medios los superan con nuevas formas de organización y dirección social. Ante el decaimiento de la política como dinámica de discusión y resolución de los grandes problemas sociales, los medios la substituyen con estrategias de información amarillistas, escandalosas y

1 La ideología es el conjunto de representaciones o ideas que producen los individuos «sobre sus relaciones con la naturaleza, sobre sus relaciones entre sí, sobre su propia naturaleza, las cuales están determinadas, en última instancia, por la base material del modo de producción sobre el cual actúan (citado por Mattelart Armand, *L'Ideologie Allemande*, pp. 34-35, en: *La ideología de la dominación en una sociedad dependiente*, Editorial Signos, 1ª edición, Buenos Aires, Argentina, 1972, p. 16)». Es decir, «una ideología es un sistema que posee su lógica y su rigor propios de representaciones, imágenes, mitos, ideas o conceptos según los casos, dotados de una existencia y de un papel históricos en el seno de una sociedad dada (Althusser Louis, *Marxismo y Humanismo*, en: *La revolución teórica de Marx*, Editorial Siglo XXI, 9ª edición, México, D.F., 1973, p. 191)». Pero la función social de estas representaciones o ideas, no termina en mera tarea de actuar como significaciones colectivas, sino que a través de estos elementos los hombres «adquieren conciencia de la realidad que los rodea y se vinculan entre sí y actúan en comunidad según el tipo de ideología que poseen y lo articula (Marx, Carlos, *Prólogo de la contribución a la economía política*, Obras Escogidas, Tomo I, Editorial Progreso, Moscú, 1973, p. 518)».

2 Caballero Pedraza, Virgilio Dante, *Los medios en el lodazal: ¿El poder del poder?*, Revista Los Periodistas, Fraternidad de Reporteros de México, A.C., México, D.F., abril de 2004, p. 36.

sensacionalistas. Frente a la debilidad de actuación del sistema de justicia, los medios se convierten en el *poder judicial mediático* y lo desplazan con los *juicios electrónicos paralelos*.

Ante la deficiencia de los procesos de representación electoral, los medios se autocolocan como la representación mediática de la población, e incluso respaldan su nuevo lugar de portavoz colectivos con la votación electrónica virtual. Frente a la ineficacia de la diplomacia, los medios se posicionan como el territorio simbólico para dirimir o incrementar los conflictos sociales. Ante la descomposición de la administración pública, especialmente por la corrupción, los medios la restituyen con el gobierno tecnoelectrónico *eficiente, aséptico e incontaminable*. Frente a la incapacidad de gobernabilidad de los órganos de gobierno, los medios crean la gerencia electrónica colectiva, transformando al pueblo de ciudadanos en espectadores, y de habitantes en consumidores cautivos.

Frente al debilitamiento de las redes de los diversos tejidos sociales, los medios construyen sus nuevos tejidos virtuales placenteros desde los cuales le dan un nuevo sentido, cohesión y dirección inmediateista a la existencia de los individuos. Ante la caída de los líderes orgánicos, los medios crean sus caudillos electrónicos basados en la mercadotecnia. Frente al descuido o desmembramiento de las organizaciones civiles, los medios convierten a los ciudadanos en *auditorios cautivos* que contemplan la versión privada de lo *público* que ellos construyen.

Ante la incapacidad de respuesta del sistema educativo, los medios ofrecen la escuela audiovisual cotidiana que indica cómo vivir la vida. Frente al deterioro del lenguaje, los medios lo rempazan con los *slogans* o modismos del momento. Ante el debilitamiento de la estructura de pensamiento racional, los medios la desplazan con la óptica hedonista, adrenalínica, conductista y sensacionalista de ver la vida placenteramente. Frente a la debilidad de los aparatos culturales para construir identidades, los medios la compensan creando referentes imaginarios inmediateistas de existencias de muy corto plazo y de constante recambio simbólico. Ante la debilidad del estado para conservar la memoria histórica de la sociedad, a largo plazo, los medios la substituyen con la formación de una memoria autista cuya capacidad máxima de recuerdo gira alrededor de la breve dinámica de vida de la *agenda setting*. Frente a la decadencia de los valores tradicionales, los medios los suplantán por los nuevos *valores* de la cultura de masas moderna. En pocas palabras, ante la crisis de las instituciones del estado y de la sociedad, la capacidad omnipresente, constante y persuasiva

de los medios, las reconstruyen y hasta reemplazan con la elaboración de nuevas credibilidades, sistemas simbólicos y hegemonías ideológicas basadas en estrategias de seducción de mercado y de hipnotización social, cuyo termómetro de éxito es el *rating*.

Frente a esta realidad se puede decir como escenario futuro, que a mayor desintegración y fragmentación de los poderes públicos tradicionales y consolidación de los poderes mediáticos cohesionados en sólidas estructuras monopólicas privadas, de mediano y largo plazo, el poder de los medios suplantarán crecientemente el ejercicio de algunas de las funciones ideológicopolíticas fundamentales del estado para dirigir a las comunidades y regular los conflictos entre los actores sociales, y éstas serán, progresivamente, ejercidas conforme a los intereses y planes de los megaconsorcios mediáticos privados. Con ello se fortalece la concepción y la práctica del *estado cero* que sostiene que cada vez es menos necesaria la presencia rectora del estado-nación, y que el proyecto de comunicación y de operación de la sociedad puede funcionar más que suficientemente bien con los procesos de autorregulación informativa que introduce la dinámica de la *mano invisible* del proceso de comunicación-mercado, sin necesidad de la acción de las directrices rectoras y planificadoras del gobierno.

Ante esta concentración histórica de fuerza del *megapoder mediático*, los demás poderes menores o disminuidos le rinden tributo y aceptan la imposición de sus reglas y permiten que los primeros se posicionen como los nuevos administradores y usufructuarios de las principales tensiones, conflictos o contradicciones sociales de los otros poderes en el país, especialmente en las coyunturas de vacío político¹. Así, los proyectos de persona, trabajo, valores, cultura, ciudadanía, patria, nación, desarrollo, planeta, en pocas palabras, de la vida, cada vez más, son diseñados y realizados desde los intereses y necesidades de lo mediático privado y no desde los ejes de lo público colectivo.

Con ello, los sistemas de comunicación mediáticos adquirieron una gran autonomía sobre los poderes públicos y se transformaron en el *poder ideológico supremo*, el *poder del poder*, que suplanta algunas de las funciones político-ideológicas que le corresponden al estado. Así, ante el deterioro de la *esfera pública*, de los partidos, del Congreso de la Unión, de la política, del estado, de las iglesias, de la cultura, del programa colectivo de

1 Scherer Ibarra, María; *Telearquía*, Revista Proceso Núm. 1427, Revista de Información y Análisis, México, D.F., 27 de marzo de 2004, p. 23.

crecimiento, de las creencias, del proyecto de nación, etc., los medios de difusión se convirtieron en el primer gran poder político-ideológico cotidiano que seduce, reencanta, conduce y hasta hipnotiza, mental y afectivamente, a la sociedad mexicana. En otras palabras, «los grandes consorcios televisivos, cada vez más, substituyen a las instituciones tradicionales del papel protagónico en los procesos de socialización y construcción de los espacios claves de la política».¹

En este sentido, considerando que el ejercicio del poder social nunca desaparece, sino que sólo se reacomoda, desplaza o traslada de un lugar a otro, según son las fuerzas o debilidades de los actores sociales para ejercerse de diversas maneras, encontramos que al desmantelarse en México el viejo modelo corporativo burocrático del Estado que construyó el PRI durante más de 70 años, se movieron las viejas estructuras de orden, subordinación y control que existían para sostener al antiguo régimen político, para ahora dar paso a la apertura social y a la transición política hacia la democracia. Así, por ejemplo, al modificarse con la transición política del 2000 el acotamiento de la tradicional fuerza que ejercía el poder unipersonal del poder ejecutivo y ante la falta de respuesta del nuevo gobierno de Acción Nacional para sostener una firme política de conducción nacional eficiente; surgió una severa crisis institucional y de gobernabilidad que generó vacíos de poder que gradualmente fueron ocupados por los medios de información para conducir a la sociedad.

En este sentido, «el poder comunicativo actualmente acompañado por las *políticas* del gobierno, se impuso no sólo por encima de la voluntad de los demás, sino, más grave aún, impuso a la autoridad legítima una autoridad impune. Condicionó, reglamentó, eliminó impuestos, impuso leyes, orientó y hasta *informó* a la sociedad acerca de las políticas de comunicación. Antes negociaban, hoy parecen estar por encima de ello, ya no lo requieren, se impone al poder del gobierno quien parece estar a su disposición. Antes, las televisoras estaban al servicio del presidente, ahora el presidente, sus funcionarios y sus instituciones, están al servicio de las televisoras».²

1 Corral Jurado, Javier, *Mediocracia sin mediaciones*, Columna Rotafolio, *El Universal*, 20 de enero de 2003.

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

En otras palabras, «el gran negocio de la televisión mexicana siempre estuvo sometido a los intereses políticos en turno, medrando a cambio de su servilismo, pero hoy los papeles se han invertido y los concesionarios no sólo presionan y obtienen del poder político multimillonarias transferencias, sino que lo substituyen como *poder fáctico*. Es el *poder mediático* el que somete sin excepción, sin reglas, sin frenos, sin sanciones por sus excesos u omisiones. De paso, dueños y conductores de la televisión, juzgan y exhiben a una clase política que obedece a lógicas mediáticas, con las que aspira salir bien librada para mantener la ilusión de que gobierna».¹

De esta forma, en la vida cotidiana el *poder mediático* de los monopolios informativos, cada vez más substituye a la política y se transforman en los representantes reales de la voz y opinión de la sociedad, cuya tutela se confirma diariamente con la aplicación de las encuestas de opinión que realizan éstos y que ha dado origen a la *sondeocracia electrónica* que cotidianamente se promueve intensivamente como la nueva forma de participación, representación y democracia colectiva. Con esta intervención mediática el proyecto autorregulatorio de las industrias culturales, formula que ya no es necesario el estado regulador y la transición política a la democracia, pues ahora en el cambio a la modernidad, la nueva regulación y la participación democrática se alcanza con la acción espontánea, transparente y representativa, al conectarse interactivamente con el espacio mediático virtual.

Así, uno de los signos de los tiempos en México al inicio del siglo XXI es la descolocación creciente de la centralidad de las instituciones políticoideológicas tradicionales del Estado, con su correspondiente disminución o pérdida de fuerza de éste, para ser remplazadas por la acción de las grandes redes tecnológicas, cada vez más desarrolladas y perfeccionadas, del poder mediático. Con ello, históricamente la creación del consenso cotidiano le ha sido arrebatado al estado para concentrarse en el poder informativo y reencantador de los medios de difusión colectivos.

V. LA CONSTRUCCIÓN HISTÓRICA DE LA CUARTA REPÚBLICA MEDIÁTICA

Con la existencia del nuevo espacio virtual mediático que edificaron las industrias culturales electrónicas, se modificaron las reglas y dinámicas

¹ *Todo el poder*, Revista Proceso Núm. 1433, Revista de Información y Análisis, México, D.F., 18 de abril de 2004, p. 7.

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

Así, reinterpretando la historia nacional con la inclusión de la nueva variable mediática en el ámbito superestructural de la sociedad mexicana, podemos decir que al concluir la Revolución mexicana de 1910, la historia cultural y mental del siglo XX en México se dividió en dos períodos: antes y después de la existencia de los medios de información, especialmente de los electrónicos. Ello debido a que a partir de la presencia de los canales de difusión colectivos, se introdujeron múltiples mediaciones tecnológicas y políticas culturales públicas en nuestro funcionamiento social, modificando radicalmente nuestra forma de informar, recibir, escuchar, ver, conocer, sentir, pensar, desear, soñar, imaginar, decidir, actuar y proyectarse comunitariamente en nuestro país.

En esta forma, es a partir del momento histórico en que los medios ocuparon el lugar central en la conformación de la estructura del poder ideológico contemporáneo, pues constatamos que si a mediados del siglo XX el estado mexicano estaba constituido por 3 poderes formales que tuvieron su origen en las *Cartas Constitucionales de los Sentimientos de la Nación* de 1813, 1824 y 1857, y que posteriormente se concretaron en la Constitución de 1917, como fueron el poder ejecutivo, el poder legislativo y el poder judicial, a principios del siglo XXI, en términos reales, el estado mexicano ya está compuesto por 4 poderes fácticos: el poder ejecutivo, el poder legislativo, el poder judicial y el *poder mediático*, y ya no sólo por sus 3 poderes formales tradicionales. Este último poder, cada vez más silenciosamente y frente a nuestras narices, se convierte en el *poder del poder* que progresivamente subordina y presiona al resto de los 3 poderes constitucionales formales de nuestro estado-nación para someterlos a su voluntad mediáticoempresarial e imponer su proyecto de construcción de sociedad y de seres humanos.

Así, si la lucha por nuestra independencia nos dio la edificación de la primera República, la reforma *juarista* nos dio la cimentación de la segunda República y la Revolución mexicana nos dio los cimientos de la tercera

República¹; ahora con la consolidación del nuevo poder mediático de 1960 en adelante, se conformó lentamente en nuestro país la cuarta República que dio origen a la nueva *República mediática* en el siglo XXI. Es decir, si en 1813 José María Morelos y Pavón le dio bases al espíritu de la *primera República* con la expresión de *Los Sentimientos de la Nación* en el Congreso de Chilpancingo, Guerrero; si Agustín de Iturbide proclamó el *Acta de Independencia* del imperio español en 1821 que cristalizó con la elaboración de la primera constitución del 5 de octubre de 1824, creando la *segunda República*; si el Congreso Federal prefiguró *La Constitución de las 7 Leyes* en 1836 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, se fundara la tercera República²; con la creación de la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960 y su respectivo reglamento del 10 de octubre de 2002, se permitió la súper concentración de un nuevo poder monopólico informativo que fundó la nueva *cuarta República mediática*, que poco a poco creó culturalmente un país opuesto al de los anteriores espíritus constitucionales de nuestra historia nacional.

De esta forma, si en el terreno comunicativo la sociedad mexicana pasó de la declaración del espíritu de los *Sentimientos de la Nación* de 1800 para fundar la nueva República federal, en la etapa de 2000 pasó a la declaración de la pragmatidad de los *sentimientos del mercado autorregulado*, regidos por la *mano invisible* de la ley de la libre oferta y demanda informativa, para consolidar el modelo de mercado como regla básica para vivir y relacionarnos en comunidad.

VI. OBSTÁCULOS CONCEPTUALES PARA RECONOCER EL SURGIMIENTO DE LA CUARTA REPÚBLICA MEDIÁTICA EN MÉXICO

No obstante el gran impacto que representa la presencia histórica obvia del surgimiento del nuevo poder mediático como fuerza transformadora

1 Martínez Álvarez, Jesús Emilio, *Discurso de posicionamiento del Partido Verde Ecologista de México (PVEM)*, IV Informe de Gobierno del Presidente Vicente Fox Quesada, Primer Periodo de Sesiones del Segundo Año de Ejercicio de la LIX Legislatura, Palacio Legislativo, México, D.F., 1º de septiembre de 2004, versión estenográfica, pp. 5 y 6.

2 *Nuestras constituciones. Documentos mexicanos*. Museo Legislativo "Los Sentimientos de la Nación", LVIII Legislatura, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México, D.F., 2000, 55 pp.; y Morelos y Pavón, José María, *Los sentimientos de la Nación*, Documentos para la Historia, LVIII Legislatura, Diario de Debates, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México, D.F., abril de 2001, 19 pp.

y reestructuradora del Estado mexicano tradicional para dar origen a la *cuarta República mediática* en nuestro país, asombrosamente esta realidad todavía no es reconocida por la política, los gobernantes, la sociedad civil, la cultura, los intelectuales y las ciencias sociales en general. El no reconocimiento conceptual y político, no se ha debido a la falta contundente de visibilidad, fuerza ideológica, organización, presencia, peso, penetración, expresión, impacto y modernización que ha alcanzado este nuevo fenómeno de transformación del poder dentro de la sociedad mexicana, sino, entre otros, a los cuatro siguientes factores: la presencia de la rígida cultura jurídicopolítica formal, el retraso epistemológico de las ciencias sociales, el extravío de las ciencias de la comunicación y el no reconocimiento del poder ideológico en la estructuración del estado contemporáneo.

La presencia de la rígida cultura jurídicopolítica formal

En primer término, la anquilosada camisa de fuerza mental que ha impuesto la tradicional cultura jurídico-política sobre la concepción y constitución del estado mexicano, sólo le permite reconocer la existencia de tres poderes formales convencionales muy visibles (ejecutivo, legislativo y judicial) en la constitución del estado contemporáneo y no se atreve a ver con transparencia elemental el enorme poder *fáctico*, o de *hecho* que posee el gran aparato mediático que ya gobierna sobre nuestras vidas cotidianas desde hace varias décadas. Esto debido a que no cuenta con una nueva teoría y categorías analíticas flexibles, lúcidas y actualizadas para dar cuenta de las mutaciones históricas que impone la evolución elemental de la realidad del poder mediático en la esfera pública. Su rigidez de óptica jurídico-formal produce una armadura mental que genera una concepción limitada, chata, desactualizada, miope y enana de la estructura y esencia del estado mexicano contemporáneo, que más que ayudar a comprender este fenómeno estructural obvio que vivimos a principios del siglo XXI en la esfera de la transformación del poder nacional, es un obstáculo intelectual muy fuerte que impide descubrir y aceptar el nuevo escenario del poder público que ejerce el aparato mediático en esta fase del desarrollo histórico moderno de nuestro país.

En este sentido, para evitar enredarnos dentro de los espejismos institucionales que crea la cultura artificial de la escrupulosidad jurídicopolítica tradicional, es necesario aclarar que «la distinción que se establece entre lo público y lo privado es una distinción que se efectúa al interior del derecho burgués y válida sólo en los dominios subordinados en los que éste ejerce sus *poderes*. Sin embargo, el área de funcionamiento real del

estado mediático avanzado le escapa a esta limitada concepción porque su margen de acción y de fuerza está *más allá del derecho convencional*: el estado, que es el estado de la clase dominante, no es ni público ni privado, es al contrario, la condición de toda distinción entre lo público y lo privado. Esto mismo se aplica a los *aparatos ideológicos de estado* y poco importa si las instituciones que lo realizan son *públicas* o *privadas*. Lo importante es su funcionamiento como instituciones que dirigen colectivamente a la sociedad y las consecuencias que generan. Por ello, las instituciones privadas, pueden perfectamente *funcionar* como *aparatos ideológicos de estado* y formar parte esencial del estado, aunque la teoría o intelectualidad no los reconozca formalmente como tales».¹

Esto quiere decir, que el hecho de que los aparatos ideológicos de estado² se ubiquen culturalmente con un carácter *privado*, es decir, no reconocidos oficialmente como aparatos de estado públicos, se debe a que la distinción que se hace entre lo *privado* y lo *público* es una diferencia puramente jurídica del derecho formal. Así, para definir oficialmente la naturaleza del estado se acostumbra aplicar una distinción *pre-jurídica*, casi ontológica, entre lo privado y lo público, con lo que se definió lo que sí se reconoce como parte de la composición del estado y lo que no, cuando de hecho, es el estado mismo el que establece esa distinción, la cual no tiene otro sentido que continuar manteniendo la herencia jurídico-tradicional ya establecida para ubicar al estado. No obstante esta conceptualización formal entre lo *privado-público*, esto no altera, en nada, el verdadero fondo de la cuestión sobre la enorme capacidad de poder real con que cuentan los aparatos ideológicos de estado, especialmente las industrias culturales, para conducir a la sociedad contemporánea, y por lo tanto, para constituir parte medular de la esencia y estructura del estado nación³.

1 Monteforte Toledo, Mario, *Las ideologías, en: literatura, Ideología y Lenguaje*, México, D.F., Editorial Grijalbo, Colección Teoría y Praxis Núm. 28, Primera Edición, México, D.F., 1976, pp. 28 y 29.

2 Los *aparatos ideológicos de estado* son el conjunto de instituciones culturales del estado que se dedican a crear las condiciones subjetivas para que reine la ideología de una clase, particularmente la dominante, en la superestructura social de la sociedad. En éste sentido, los aparatos ideológicos son los soportes mentales concretos mediante los cuales un sector puede conducir o dominar subjetivamente de forma pacífica al resto de la sociedad al imponer su hegemonía ideológica. Dichos soportes específicos pueden variar su existencia, desde ser el individuo mismo que sirve de soporte o de instrumento para transmitir las concepciones dominantes, una vez que éstas han sido ya asimiladas por su conciencia; hasta ser las grandes instituciones sociales que se dedican en forma especializada a crear y difundir diversas concepciones de la realidad. Para ampliar este aspecto, consultar la obra de Poulantzas, Nico, *Fascismo y dictadura*, Editorial Siglo XXI, México, D.F., Primera Edición, México, D.F., 1971, p. 353.

3 *Ibid*, p. 360 y Poulantzas, Nico, *Las Crisis de las dictaduras: Portugal, Grecia y España*, Editorial Siglo XXI, México, D.F., 1976, pp. 101-143.

En otras palabras, para formar parte real de la conformación de los poderes centrales que estructuran al reciente estado contemporáneo que ha surgido en nuestro territorio, no se requiere contar con el reconocimiento o la *venia jurídico-política* del consenso de los constitucionalistas, sino sólo se necesita tener la simple presencia real de fuerza efectiva constante del nuevo poder mediático emergente para influir determinadamente sobre la naturaleza y el rumbo que adopta la sociedad mexicana: es la contundencia de la fuerza de las realidades concretas las que definen cómo se conforma la estructura del verdadero estado moderno cotidiano y no la imposición de la hegemonía de los convencionalismos subjetivos elaborados por la mente de los especialistas formales y tradicionales. Por consiguiente, es el peso determinante real del poder mediático sobre el funcionamiento de la sociedad, el que permite que este reciente poder virtual forme parte del esqueleto y de la organización del estado contemporáneo y no las limitadas formalizaciones teóricas de los juristas y políticos.

En este sentido, es necesario recordar que el estado democrático surge por la necesidad nacional de crear una autoridad imparcial que genere las condiciones básicas de paz, armonía, consenso y dirección para la convivencia social en civilidad, y por consiguiente, forman parte de él todos los mecanismos e instituciones que sirven para ejercer y reproducir el poder colectivo central, sean éstos de naturaleza positiva o negativa. Así, los poderes *fácticos*, como la iglesia, el narcotráfico o las industrias culturales electrónicas, en la medida en que cuentan con suficiente fuerza para modelar, dirigir o impactar sobre el conjunto social, automáticamente pasan a formar parte efectiva de la estructura real del estado mexicano, aunque oficialmente no sean reconocidos por la rigurosidad tradicional del orden jurídico político establecido.

De esta forma, para explicarnos la naturaleza constitutiva del moderno estado mexicano a principios del siglo XXI, es necesario rebasar la lucha que se establece entre la realidad efectiva de funcionamiento del poder y la formalidad convencional construida por la cultura jurídico-política decimonónica. Para ello, es indispensable superar esta arcaica concepción medieval jurídico-formal de las herramientas del viejo derecho y abrir la inteligencia a la contundencia obvia de la realidad histórica actual para permitir introducir nuevas conceptualizaciones sobre la transformación de la esfera del poder público en nuestra sociedad de inicios del tercer milenio. Esto es, requerimos crear nuevas categorías teóricas elementales que sean capaces de explicar la estructura actual del estado

contemporáneo y evitar interpretar el estado mediático presente con teorías y herramientas metodológicas ya ineficientes de hace dos siglos. Los nuevos instrumentos teóricos para explicar la naturaleza del estado contemporáneo deben dar cuenta de los verdaderos poderes reales que actúan cotidianamente con enorme fuerza conformando el campo del poder y evitar quedar entrampado en las concepciones fantasiosas convencionales y desactualizadas que ya no son capaces de reflejarlo, sino sólo de ocultarlo.

El no reconocimiento del poder ideológico en la estructuración del estado contemporáneo

En segundo término, aunque en el siglo xxviii y xix en México sí se consideró al poder ideológico como un componente del estado mexicano, a través del monumental poder que ejercía la iglesia, y por ello, se suscitó un gran movimiento de levantamiento social para desecularizar al estado en esa etapa histórica y crear uno no religioso, ahora en la etapa de la modernidad, paradójicamente, aunque hoy día los medios electrónicos son más poderosos ideológicamente que lo que fue la iglesia en su momento de apogeo, la concepción contemporánea del estado mexicano ya no reconoce al gran poder ideológico de los medios electrónicos como elemento constitutivo del estado nación, sino sólo a los poderes públicos del ejecutivo, el legislativo y el judicial. Es decir, hoy sólo se reconocen los poderes visiblemente administrativos, representativos, burocráticos y represivos como piezas conformadoras del estado nación mexicano, y no se acepta el enorme poder mental invisible diario que ejercen los aparatos ideológicos culturales como fuerzas estructuradoras del estado y de la sociedad.

De esta forma, ante esta ceguera la fuerza de lo cultural que desempeñan los medios electrónicos de difusión colectivos actúa de manera independiente y contundente, organizando y dirigiendo, cotidianamente con gran poder los conocimientos, los valores, los principios, las mentalidades, las fantasías, los imaginarios, los deseos, las actitudes, las emociones, la libido y los comportamientos de la población, sin ser reconocidos como parte de los instrumentos de poder del estado moderno. Así, el poder ideológico, cada día, se fortalece más en nuestro país e influye crecientemente sobre la naturaleza de la sociedad, y al mismo tiempo, no se le ubica oficialmente dentro de la teoría del estado moderno como macrofuerza estructuradora de la misma, manteniéndose como un poder aislado e independiente que rebasa el ámbito de acción de los poderes convencionales sí reconocidos.

El retraso epistemológico de las ciencias sociales

En tercer término, influido por la herencia de la concepción positivista del derecho tradicional, se produjo en el terreno de las ciencias sociales un avance muy lento en la evolución de la conciencia analítica de los estudiosos de estas ramas del conocimiento (sociología, ciencia política, antropología, historia, comunicación, etc.), frente a la velocidad vertiginosa y a la fuerza imparable que lleva este megafenómeno político cultural mediático. Y desconociendo radicalmente la nueva realidad comunicativa evidente, se creó una teoría etnocéntrica del estado que lo define y agota en sí mismo como una mera realidad jurídico-formal de naturaleza administrativo-legal-represiva que dirige a la sociedad. Esto es, las ciencias sociales, especialmente la comunicación, la sociología y las ciencias políticas, no han podido crear nuevas teorías y categorías analíticas básicas para entender, explicar y transformar la realidad contemporánea mediática de conformación del estado nación mexicano. Así, el instrumental teórico actual con que se cuenta, ha seguido impulsando las inercias legadas y los reduccionismos mentales tradicionales, siendo incapaz para traducir o revelar la nueva realidad de transformación que ha experimentado el estado moderno en México.¹

Con ello, se ha producido un fuerte retraso epistemológico en esta área de conocimientos, pues se abandonó y descuidó teóricamente esta realidad a una simplificación formal, para no vincularlo con el salto sustancial que ha experimentado la transformación virtual de la naturaleza y el esqueleto del estado mexicano moderno con la introducción del poder mediático, y cuando más, reconoce a los medios como simples instituciones de presión e influencia social.

En este sentido, es asombroso que mientras en los últimos años las ciencias duras como la astronomía ha construido una nueva teoría del sistema solar con el descubrimiento de nuevos planetas, asteroides o masas celestes, la neurología ha fabricado una nueva cartografía completa del cerebro humano; la química ha revelado la topografía del genoma humano; la medicina ha establecido los mapas cromosómicos para corregir las lesiones moleculares de los genes y con ello combatir los trastornos hereditarios; la física ha logrado conquistar la fusión en frío; la biogenética ha obtenido el control a voluntad de los fenómenos de reproducción humana que ha

¹ Orozco Gómez, Guillermo, *Cuando los modelos y las categorías ya no alcanzan*, en: *Revista Comunicación y Sociedad* Núm. 3, Nueva Época, Departamento de Estudios de la Comunicación, Universidad de Guadalajara, México, D.F., enero-junio de 2005, p. 7.

dado origen al nacimiento del ser humano de probeta, etc., sin embargo, las ciencias sociales, pese a la portentosa y notoria presencia del poder mediático cotidiano, no han podido reconocer la realidad elemental del surgimiento y la existencia del nuevo estado mediático cotidiano, con la presencia de su respectiva *cuarta república mediática* a comienzos del siglo XXI. Si las ciencias sociales y políticas han sido incapaces de reflejar esta evidencia histórica en el campo de la reestructuración del dominio, entonces debemos preguntarnos: ¿Qué es lo que han estado pensando, priorizando y construyendo las ciencias sociales en las últimas décadas en el terreno de la reproducción ideológico-política del poder y de la recomposición de la estructura del estado nación?

El extravío de las ciencias de la comunicación

En cuarto término, la reflexión teórica de las ciencias de la comunicación en las últimas décadas, ha estado tan enfrascada en sí misma buscando su *objeto de estudio*, su *razón filosófica para ser autónoma* y su *fundamento epistemológico* frente a las otras ciencias sociales, que ha sido incapaz de ver desde sí misma cómo el enorme impacto en la sociedad moderna de la presencia intensiva del *fenómeno comunicativo*, particularmente electrónico, ha transformado drásticamente la estructura del estado nacional creando un nuevo *estado ampliado* con sus respectivas funciones mediáticas.

Así, el esfuerzo de la teoría de la comunicación, al poner su mayor empeño mental en la indagación de su propia personalidad y justificación científica para diferenciarse y ubicarse competitiva y legítimamente frente al resto de las otras ramas de conocimiento de las ciencias sociales, produjo una miopía teórica que ha impedido comprender cómo la simple presencia y acción extensa del poder mediático en la esfera cultural, modificó toda la estructura, la dinámica y la jerarquía del espacio público, creando el nuevo *espacio público mediático*. Con ello, las industrias electrónicas se convirtieron en el entramado básico para la interacción simbólico-cultural de la sociedad contemporánea y conquistaron un lugar estratégico en su conformación que no es apreciado por la actual teoría del poder, ni de la comunicación, ni de la sociedad contemporánea.

Todas estas limitaciones epistemológicas generaron que hoy tengamos una teoría política con rudimentarias categorías analíticas, y que cuando intenta explicar la naturaleza ideológico-política del estado contemporáneo, termina reflejando al viejo estado de mediados del siglo XX que ya no existe más en el horizonte actual del país, pues a principios

del siglo XXI las condiciones que lo conforman han evolucionado dando origen a una nueva realidad mediática que ha mutado la estructura del estado moderno, y ahora dicha vieja concepción teórica es incapaz de transparentar al nuevo estado virtual que actúa en la vida cotidiana del México de inicios del tercer milenio.

Sin embargo, no obstante estas resistencias mentales, la consolidación creciente de este moderno *poder mediático* replantea la vieja concepción de estructuración tripartita del estado mexicano del siglo XX, y la evolución de la rotunda realidad mediática contemporánea nos obliga a reconsiderar necesariamente su entendimiento, su conformación, su definición jurídica, su centralidad, su fuerza, su legitimidad, su autoridad, sus acciones, su eficacia, sus prácticas, sus límites, sus transformaciones, etc., en pocas palabras: su esencia histórica. Para elaborar ahora una nueva teoría del estado moderno mexicano a través del reconocimiento de la presencia de la gran nueva fuerza mediática que lo atraviesa, lo recompone y lo redefine en el siglo XXI. Es decir, tenemos que reconocer que una parte de la naturaleza del estado mexicano en la etapa avanzada de la modernidad comunicativa, ya es una estructura híbrida mediático-institucional y no una simple estructura jurídico-formal (cuadro 1).

Cuadro 1

Diferencias entre los poderes públicos tradicionales que conforman al estado mexicano y el nuevo poder mediático que reconfigura al estado nacional en el siglo XXI

Niveles de acción de los poderes públicos de la República	Características de los poderes públicos que estructuran al tradicional estado mexicano (poder ejecutivo, poder legislativo y poder judicial)	Características del poder mediático que reconfiguran al nuevo estado mexicano (radio, televisión y nuevas tecnologías de la información)
Naturaleza jurídica	Son poderes públicos que actúan representando los intereses colectivos de la población y del bien común comunitario.	Son poderes privados que actúan representando sus intereses particulares o personales.
Diferencias de su legitimación	Es elegido democráticamente por la población mediante el voto directo en las urnas, excepto el poder judicial que es designado por el poder ejecutivo y confirmado por el poder legislativo.	No es elegido democráticamente por la población, sino que alcanza su poder mediante la concentración económica, el desarrollo tecnológico, y la acumulación política de poder.

Ideologías que lo legitiman	Se legitima con la ideología de la democracia y con la ideología republicana del Estado moderno basado en la división de los poderes públicos.	Se justifica con la ideología de práctica de la <i>Libertad Empresarial</i> , la <i>Libertad de Expresión</i> y el <i>Derecho a la Información</i> .
Capacidad de representación	Representa legítimamente a la población al grado de convertirse genuinamente en el estado formal.	Representa los intereses del capital de las grandes corporaciones y de los grupos políticos aliados que lo conforman.
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.	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 cotidiana de la realidad. Esto se logra a través de su fuerza de penetración tecnológica en el interior de la vida diaria de la sociedad.

Grado de centralidad estructural en la sociedad	Es un poder que jurídica y formalmente es central.	Es un poder que en la realidad se ha convertido en el centro del poder político-ideológico contemporáneo del país y que ahora en ocasiones modifica, subordina y acorrala a los otros poderes formales tradicionales del estado mexicano con la hegemonía que produce.
Características de su visibilidad	Es un poder que se ubica visiblemente en organizaciones formales materiales y organizativas y que se reconoce como poder tradicional. Es un poder que tiene clara fachada de poder.	Es un poder informal que está en todas partes, que se mueve con enorme velocidad, que actúa a todos los niveles sociales, que se siente en todos los lugares, que organiza cotidianamente la mente y los actos de la sociedad; y que sin embargo, no se ve como poder, sino como una actividad de entretenimiento, diversión o esparcimiento. Es un poder que no tiene rostro de poder.

Forma de intervención institucional	Actúan de manera autónoma e independiente frente a los otros poderes de la Unión. Opera mediante la creación de normas, leyes y procesos administrativos y político-coercitivos para respetarlas.	Se comportan de forma monopólica, es autocrático y puede llegar a la impunidad. Su forma de acción se basa en el manejo de datos, símbolos, informaciones e imaginarios que impactan sobre la formación de la conciencia colectiva y en la opinión pública mediante la construcción de la <i>agenda mediática de contenidos</i> . Su poder es fundamentalmente virtual y de allí se deriva su fuerza económica y política.
¿A quién le rinden cuentas?	Le rinde 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.	Es un poder que se impone y que nunca rinde cuentas a la sociedad hasta el extremo de llegar a la impunidad o perversidad, justificándose plenamente ante sus auditorios mediante el nivel de penetración alcanzado y comprobado con el <i>rating</i> conquistado.

<p>Período de vida</p>	<p>Es un poder político que se renueva periódicamente, según 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 6 años. El poder judicial, cuando termina el cargo para el que fue elegido cada ministro o autoridad de justicia. Por consiguiente, no puede ser hereditario.</p>	<p>Aunque en términos legales se renueva al término de la concesión, de forma real, 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, incluso puede llegar a ser hereditario al grado que puede transmitirse familiarmente de generación en generación, de manera ilimitada, como es el caso de Televisa que se ha transmitido legalmente durante tres generaciones seguidas a la misma familia Azcárraga.</p>
------------------------	--	---

<p>Le dan su lugar institucional al Estado y a sus poderes públicos creando condiciones de estabilidad y certeza hegemónica.</p>	<p>Reconfiguran y en ocasiones sustituyen mediáticamente a los poderes públicos del estado y los subordinan crecientemente como poderes desplazados o debilitados de su centralidad.</p>
<p>Consecuencias que genera</p> <p>Su acción fortalece la estructura tradicional de composición de la República.</p>	<p>Alimenta la concepción y práctica de construir el estado-cero sosteniendo que el estado ya no es necesario conservarlo para gobernar, sino que la sociedad debe funcionar sólo con procesos de <i>autorregulación</i>, especialmente informativas. En el mejor de los casos reconoce la utilidad del estado, sólo como entidad <i>Administradora</i> y no rectora de lo público.</p>

En este sentido, los verdaderos oficiales mayores del gobierno ya no son los designados por las autoridades legales, sino que ahora son los conductores de televisión. Los verdaderos jueces ya no son los ministros elegidos por la Suprema Corte de Justicia, sino que ahora son los comentaristas de los medios de información colectivos. Los verdaderos legisladores ya no son los diputados y senadores del Congreso de la Unión, sino que ahora son los actores mediáticos. Las verdaderas aulas ya no son las escuelas de la Secretaría de Educación Pública, sino que ahora son las pantallas de televisión y los diales radiales, con sus respectivos curriculums electrónicos. La verdadera legitimidad cotidiana ya no la construye el gobierno tradicional, sino que ahora la teje el consenso que generan los aparatos mediáticos, etc.

Con ello, cada vez más, se refuerza la tendencia a tener una sociedad compuesta con más Telecracia y con menos estado nación, y esto será el preámbulo político institucional para construir silenciosamente una comunidad gobernada por el *nuevo estado mediático* de la globalización posmoderna del siglo XXI, que están cimentando los monopolios de la información, y no por la rectoría del estado República para la sobrevivencia colectiva que la comunidad civil ha creado en los últimos 200 años de la historia de México, con un altísimo y sangriento costo humano.

Con la existencia de este corrimiento mediático-institucional, se comprueba que en términos comunicativos la sociedad mexicana sí está viviendo una transición política, pero es la transición donde el poder de los medios está reconfigurando y en ocasiones sustituyendo o desplazando al estado, a los órganos de gobierno y a cualquier otro poder constitucional, por la imposición de la acción, dinámica y el modelo comunicativo de los canales de información colectivos, especialmente de los electrónicos. Es la transición a la *Telecracia* y no a la democracia social moderna.

Por esta razón, al principio del nuevo milenio, la sociedad mexicana y los poderes públicos de la República, 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 *despótica-autoritaria-mediática* de los oligopolios comunicativos, o bien, aceptar caminar hacia un proyecto de sociedad dirigido por el cerebro de un nuevo *estado nación para la sobrevivencia colectiva*, reformado por la creación de un nuevo consenso y pacto tripartita nacional entre medios, estado y sociedad.

VII. ¿QUÉ HACER FRENTE

AL NUEVO ESTADO MEDIATIZADO?

Al iniciar el siglo XXI políticamente es insostenible que se vuelva a repetir la historia tradicional en materia de comunicación colectiva de *no encontrarle la cuadratura al círculo*. Por ello, después del despertar democrático de la sociedad mexicana el 2 de julio de 2000, ahora el Congreso de la Unión tiene la enorme responsabilidad histórica de ejercer su función de poder legislativo autónomo demostrando contundentemente que sí se puede construir la otra historia democrática de la comunicación nacional.

Ante los signos de cambio urgente y desesperado del *México profundo*, que se manifestaron con: el levantamiento de los *machetes campesinos* de Atenco; la toma rural de la carretera federal a Cuernavaca; las decenas de manifestaciones diarias en calles y avenidas de las principales ciudades de la República; la aplicación popular de la justicia por propia mano en Milpa Alta; el asalto violento de los productores agropecuarios al Congreso de la Unión en 2003; la organización nacional de los campesinos para bloquear el Tratado de Libre Comercio en el rubro de importación de alimentos; la *megamanifestación* de protesta en 2003 en contra de la privatización de la energía eléctrica¹; la crisis de corrupción y dirección de todos los partidos políticos que se evidenciaron con los *videoescándalos* y otras filtraciones noticiosas; el desprestigio creciente de la Cámara de Diputados como órgano de representación ciudadana; la *megamarcha pacífica por la seguridad ciudadana* en 22 ciudades de la República²; la constante crítica y ridiculización del poder ejecutivo y de otros poderes públicos de la República por el *poder mediático* monopólico; la presentación del *IV informe de gobierno del presidente Vicente Fox* en 2004 en auténtico estado de sitio del poder legislativo por decenas de manifestaciones de protesta social; la agresión de los habitantes a la caravana presidencial en el Norte del país; la aplicación de *justicia popular autónoma* contra la policía en Tláhuac; el resurgimiento de los movimientos guerrilleros en diversas zonas del país, etc., la comunidad mexicana espera la firme respuesta del poder legislativo en materia de comunicación colectiva para

1 Tomarán el Zócalo por cuatro frentes, *El Independiente*, 26 de noviembre de 2003; Todo listo para la megamarcha, *Milenio Diario*, 26 de noviembre de 2003.

2 Se desborda la exigencia social a las autoridades, *Excélsior*, 28 de junio de 2004; Sacuden al país, *El Universal*, 28 de junio de 2004; Unidos contra la violencia, *El Sol de México*, 28 de junio de 2004; La multitud arrebató la marcha a los organizadores, *La Jornada*, 28 de junio de 2004 y Temblor social, solidaridad como en el 85, *Diario Monitor*, 28 de junio de 2004.

evitar estos desbordamientos sociales que van en acelerado aumento y lograr la transición pacífica a la democracia nacional.

Comunicativamente, la nación ya no aguanta más. Hoy se requiere la urgente creación de un nuevo proyecto de comunicación colectivo, que dé salidas comunicativas incluyentes a la sociedad mexicana. De lo contrario, de nuevo surgirá el proyecto de comunicación del *México bronco* cuyo marginamiento y obstrucción ha ensangrentado diversos periodos de la historia nacional.

De aquí, la importancia central de efectuar una profunda *reforma del estado* en materia de información y cultura colectiva que permita que el funcionamiento público de las industrias culturales se encuentre ética y jurídicamente normado por una nueva legislación republicana que rescate el espíritu del México profundo en materia de comunicación social, y no sólo por las caprichosas dinámicas de las leyes de la *Mano invisible* y de la lógica del darwinismo social del mercado autorregulado que ha introducido el proceso de la globalización del capitalismo contemporáneo en su fase de expansión planetaria.

VIII. DOCUMENTACIÓN CONSULTADA

A. LIBROS, REVISTAS Y DOCUMENTOS

- Althusser, Louis, *Marxismo y Humanismo*, en: La revolución teórica de Marx, Editorial Siglo XXI, 9ª edición México, D.F, 1973.
- Bustamante, Enrique, (Coordinador), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Varios Autores, Serie Multimedia, Fundación Alternativa, Editorial Gedisa, Barcelona, España, 2003.
- Caballero Pedraza, Virgilio Dante, *Los medios en el lodazal: ¿El poder del poder?*, Revista Los Periodistas, Fraternidad de Reporteros de México, A.C., México, D.F., abril de 2004.
- Cantú, María Elena, *Medios y poder. El papel de la radio y la televisión en la democracia mexicana*, Editorial Grupo Norma, México, D.F., julio de 2005, 250 pp.

- Corral Jurado, Javier, *Pluralidad, acceso y competencia*, V Conferencia Internacional: "Los Medios Electrónicos en el Marco de la Reforma del Estado en México", VIII Legislatura, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, Universidad Iberoamericana, Fundación Konrad Adenauer-Stiftung, Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Universidad Autónoma Metropolitana, Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), Salón Verde, Palacio Legislativo, México, D.F, 27-29 de mayo de 2002, versión estenográfica: <http://www.cddhcu.gob.mx/servddd/versest/2ano/comisiones/rtc-3.htm>
- Esteinou Madrid, Javier, *Globalización, medios de comunicación y cultura en México a principios del siglo XXI*, Revista Ámbitos Núm. 5, Revista Andaluza de Comunicación, Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, Departamento de Periodismo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Sevilla, Sevilla, España, 2º semestre de 2000, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos.htm>
- Florescano, Enrique, *Etnia, Estado y Nación. Ensayo sobre las identidades colectivas en México*, Colección Pasado y Presente, Editorial Taurus, México, D.F., 2003.
- Florescano, Enrique, *Memoria mexicana*, Colección Pasado y Presente, Editorial Taurus, México, D.F., 2001.
- Gauraleri, Gianpiero, *La galaxia de McLuhan*, Editorial ATE, España, 1981.
- González Roldán, José Antonio, *La reforma del Estado en México*, en: Revista Prospectiva Núm. 10, "La Reforma del Estado", Temas de Gobierno y Administración Pública, Órgano de Difusión de Agrupación Política Nueva A.C., México, D.F., julio de 2005.
- Labra, Armando, *La legislación mexicana en radio y televisión*, Colección Ensayos, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.
- Martínez Álvarez, Jesús Emilio, *Discurso de posicionamiento del Partido Verde Ecologista de México (PVEM)*, IV informe de

gobierno del presidente Vicente Fox Quesada, Primer periodo de sesiones del segundo año de ejercicio de la LIX legislatura, Palacio Legislativo, México, D.F., 1º de septiembre de 2004, versión estenográfica.

- Marx, Carlos, *Prólogo de la contribución a la economía política*, Obras Escogidas, Tomo I, Editorial Progreso, Moscú, 1973.
- Mattelart, Armand, *La ideología de la dominación en una sociedad dependiente*, Editorial Signos, 1ª edición, Buenos Aires, Argentina, 1972.
- McLuhan, Marshall, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, Editorial Diana, S.A., México D.F., 1979.
- McBride; Sean, *Un sólo mundo. Voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, Fondo de Cultura Económico, México, D.F., 1985.
- Monteforte Toledo, Mario. *Las ideologías*. En: Literatura, ideología y lenguaje, México, D.F., Editorial Grijalbo, Colección Teoría y Praxis Núm. 28, Primera Edición, México, D.F., 1976.
- Morelos y Pavón, José María, *Los Sentimientos de la Nación*, Documentos para la Historia, LVIII Legislatura, Diario de Debates, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México, D.F., abril de 2001.
- Moyado Estrada, Francisco, *Reforma del Estado: Agenda, actores y perspectiva*, en: Revista Prospectiva Núm. 10, “La Reforma del Estado”, Temas de Gobierno y Administración Pública, Órgano de Difusión de Agrupación Política Nueva A.C., México, D.F., Julio de 2005.
- Muñoz Ledo, Porfirio, *Nuevo sistema político*, en: Revista Prospectiva Núm. 10, “La Reforma del Estado”, Temas de Gobierno y Administración Pública, Órgano de Difusión de Agrupación Política Nueva A.C., México, D.F., Julio de 2005.
- Nuestras constituciones. *Documentos mexicanos*, Museo Legislativo “Los Sentimientos de la Nación”, LVIII Legislatura, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México, D.F., 2000.

- Orozco Gómez, Guillermo, *Cuando los modelos y las categorías ya no alcanzan*, en: Revista Comunicación y Sociedad Núm. 3, Nueva Época, Departamento de Estudios de la Comunicación, Universidad de Guadalajara, México, D.F., enero-junio de 2005.
- Ortega Ramírez, Carmen Patricia, *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública*, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco y Editorial Etcétera, México, D.F., 2006, 203 pp.
- Paoli Bolio, José Francisco, *Visión y justificación actual de la reforma del Estado*, en: Revista Prospectiva Núm. 10, “La Reforma del Estado”, Temas de Gobierno y Administración Pública, Órgano de Difusión de Agrupación Política Nueva A.C., México, D.F., julio de 2005.
- Paramio, Ludolfo, *Reforma política y reforma del Estado*, en: Revista Prospectiva Núm. 10, “La Reforma del Estado”, Temas de Gobierno y Administración Pública, Órgano de Difusión de Agrupación Política Nueva A.C., México, D.F., julio de 2005.
- Poulantzas, Nico, *Fascismo y dictadura*, Editorial Siglo XXI, México, D.F., 1ª edición, México, D.F., 1971.
- Poulantzas, Nico, *Las crisis de las dictaduras: Portugal, Grecia y España*, Editorial Siglo XXI, México, D.F., 1976.
- Scherer Ibarra, María, *Telearquía*, Revista Proceso Núm. 1427, Revista de Información y Análisis, México, D.F., 27 de marzo de 2004.
- Trejo Delarbre, Raúl, *Podere salvajes. Mediocracia sin contrapesos*, Editorial Cal y Arena, México, D.F., 2004.
- Villamil, Genaro, *La televisión que nos gobierna. Modelo y estructura desde sus orígenes*, Editorial Grijalbo, México, D.F., 2005, 249 pp.

B. HEMEROGRAFÍA

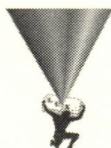
- *Todo el poder*, Revista Proceso Núm. 1433, Revista de Información y Análisis, México, D.F., 18 de abril de 2004.
- Corral Jurado, Javier, *Mediocracia sin mediaciones*, Columna Rotafolio, El Universal, 20 de enero de 2003.
- *Formaliza Castañeda precandidatura al 2006*, Reforma, 26 de marzo de 2004.
- *La multitud arrebató la marcha a los organizadores*, La Jornada, 28 de junio de 2004.
- *Minipartidos a la caza del güero*, Revista Milenio, 23 de febrero de 2004.
- *Sacuden al país*, El Universal, 28 de junio de 2004.
- *Se desborda la exigencia social a las autoridades*, Excélsior, 28 de junio de 2004.
- *Temblo social, solidaridad como en el 85*, Diario Monitor, 28 de junio de 2004.
- *Todo listo para la megamarcha*, Diario Milenio, 26 de noviembre de 2003.
- *Tomarán el Zócalo por cuatro frentes*, El Independiente, 26 de noviembre de 2003.
- *Unidos contra la violencia*, El Sol de México, 28 de junio de 2004.

Comunicación para el desarrollo en México

Se terminó de imprimir en enero de 2007, en los talleres de Ediciones Michoacanas, Arenisca 166, Col. Lindavista, 58140 Morelia, Michoacán. Impreso en México.

Tel./Fax (443) 3 20 15 11

Esta edición estuvo al cuidado de la Lic. Silvia Medina Gallardo, Ediciones Papiro Omega S. A de C. V.



**EDICIONES
MICHOCANAS**

IMPRESIÓN Y OFFSET